

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN MOTION GRAPHICS CAMPAIGN:
PENTINGNYA BERASURANSI JIWA SEJAK DINI BY
ALLIANZ LIFE INDONESIA

Diajukan sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar
Ahli Madya



Disusun Oleh :
AHMAD ALI NUHA
NIM.2290442012

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN DESAIN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2025

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN MOTION GRAPHICS CAMPAIGN:
PENTINGNYA BERASURANSI JIWA SEJAK DINI BY
ALLIANZ LIFE INDONESIA

Diajukan sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar
Ahli Madya



Disusun Oleh :
AHMAD ALI NUHA
NIM.2290442012

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN DESAIN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN MOTION GRAPHICS
CAMPAIGN: PENTINGNYA BERASURANSI JiWA
SEJAK DINI BY ALLIANZ LIFE INDONESIA

Penulis : Ahmad Ali Nuha
NIM : 2290442012
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, tanggal 17 Juli 2025

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Drs. Hari Purnomo, M.Sn.
NIP. 196611271994031001

Anggota 1



Budi Utomo, M.I.Kom
NIDN. 0024017504

Anggota 2



Andriyana, S.Pd, M.Pd
NIP. 199312162020121007

Mengetahui,

Ketua Jurusan Desain



Trifajar Yurmama Supiyanti, S.Kom., M.T.
NIP. 198011122010122003

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Ahmad Ali Nuha
NIM : 2290442012
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2024/2025

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

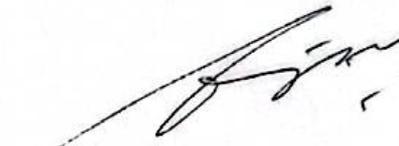
Ditandatangani di ..Jakarta., 4..Juli..2025.....

Pembimbing I

Pembimbing II



Andriyana, S.Pd, M.Pd
NIP.199312162020121007



Muhammad Ridwan Ario Bimo, M.Sn
NIP.0904420029

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Desain Grafis



Yayah Nurdisah, M.Pd.
NIP 199308012020122013

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Ali Nuha
NIM : 2290442012
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: "Motion Graphics Campaign : Pentingnya Berasuransi Jiwa Sejak Dini By Allianz Life Indonesia" **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 20 - 06 - 2025

Yang menyatakan,

Mate
Tas


AHMAD ALI NUHA
NIM: 2290442012

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Ali Nuha
NIM : 2290442012
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2024/2025

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Motion Graphics Campaign : Pentingnya Berasuransi Jiwa Sejak Dini By Allianz Life Indonesia”.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 - 06 - 2025

Yang menyatakan,



AHMAD ALI NUHA
NIM: 2290442012

ABSTRAK

Judul : MOTION GRAPHICS CAMPAIGN: PENTINGNYA
BERASURANSI JIWA SEJAK DINI
Penulis : Ahmad Ali Nuha
NIM : 2290442012
Pembimbing I : Andriyana, S.Pd., M.Pd
Pembimbing II : Muhammad Ridwan Ario Bimo, M.Sn

This research analyzes the effectiveness of the "The Importance of Early Life Insurance" motion graphic video campaign by Allianz Life Indonesia, created to address low public understanding of life insurance. Through content analysis, observation, and interviews, the study found that the motion graphic format—with its dynamic visuals and concise narration—significantly improved audience comprehension of complex insurance information. This finding underscores the significant potential of motion graphics as an innovative and effective communication tool for enhancing financial literacy in the insurance industry.

Keywords: insurance, life insurance, motion graphic, campaign, video, information.

Penelitian ini menganalisis efektivitas kampanye video *motion graphic* Allianz Life Indonesia, "Pentingnya Berasuransi Jiwa Sejak Dini," yang dibuat untuk mengatasi rendahnya pemahaman publik tentang asuransi jiwa. Melalui analisis konten, observasi, dan wawancara, studi ini menemukan bahwa format *motion graphic* dengan visual dinamis dan narasi ringkas secara signifikan meningkatkan pemahaman audiens terhadap informasi asuransi yang kompleks. Temuan ini menggarisbawahi potensi besar *motion graphic* sebagai alat komunikasi yang inovatif dan efektif untuk meningkatkan literasi finansial di industri asuransi.

Kata kunci: asuransi, asuransi jiwa, *motion graphic*, kampanye, video, informasi.

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahkan nikmat yang luar biasa, memberi kekuatan serta kemampuan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir ini. Laporan ini berisi perancangan mengenai pengenalan Asuransi Jiwa dari Allianz Life Indonesia sebagai media kampanye pentingnya berasuransi jiwa sejak dini.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan penuh atas tugas akhir perancangan *Motion Graphic* sebagai media kampanye berasuransi jiwa sejak dini. Laporan tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang - orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., selaku Wakil Direktur I Bidang Akademik.
3. Ibu Trifajar Yurmama, S.Kom., M.T., selaku Ketua Jurusan Desain.
4. Ibu Lani Siti Noor Aisyah, S.Ds., M.Ds., selaku Sekertaris Jurusan Desain
5. Ibu Yayah Nurasih, M.Pd., selaku Koordinator Prodi Desain Grafis.
6. Bapak Angga Priatna, S.DKV., M.Sn., selaku Sekretaris Program Studi Desain Grafis.
7. Bapak Andriyana, S.Pd., M.Pd, selaku Dosen pembimbing penulisan karya ilmiah penulis.
8. Bapak Muhammad Ridwan Ario Bimo, M.Sn selaku Dosen pembimbing karya penulis.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis.
11. Teman-teman yang berjuang bersama dan ikut serta membantu berbagai hal.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dari penyusunan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini agar lebih baik.

Jakarta, 25 Juni 2025

Penulis,



Ahmad Ali Nuha

2290442012

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital yang berkembang pesat, penyampaian informasi menjadi semakin dinamis dan interaktif. Salah satu media yang semakin populer dalam menyampaikan pesan secara efektif adalah *Motion Graphic*. *Motion Graphic* menggabungkan elemen grafis, animasi, teks, dan audio untuk menciptakan visual yang menarik dan mudah dipahami. Sebagai media informasi, *Motion Graphic* memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan dengan cara yang lebih ringkas dan menarik dibandingkan teks atau gambar statis. Dengan perpaduan warna, gerakan, dan suara, *Motion Graphic* mampu meningkatkan daya tarik serta pemahaman audiens terhadap suatu informasi. Oleh karena itu, banyak sektor seperti pendidikan, bisnis, media, hingga pemerintahan memanfaatkan *Motion Graphic* untuk keperluan komunikasi, informasi, dan edukasi.

Asuransi jiwa memberikan perlindungan finansial bagi keluarga jika terjadi hal yang tidak diinginkan, seperti kecelakaan atau kematian. Di tengah ketidakpastian hidup, asuransi jiwa adalah langkah bijaksana untuk menjaga kestabilan keuangan dan rasa aman. Namun, masih banyak masyarakat yang belum memahami manfaatnya.

Dalam era modern ini, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang, termasuk asuransi jiwa, semakin menjadi kebutuhan mendesak. Asuransi jiwa merupakan bentuk perlindungan finansial yang

tidak hanya memberikan rasa aman kepada individu, tetapi juga kepada keluarga mereka dalam menghadapi risiko kehidupan seperti kematian, kecelakaan, atau penyakit kritis. Namun, tingkat literasi dan penetrasi asuransi di Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022, tingkat penetrasi asuransi di Indonesia hanya sekitar 3,2% dari Produk Domestik Bruto (PDB), menunjukkan masih banyak masyarakat yang belum memanfaatkan produk asuransi sebagai bagian dari perencanaan keuangan mereka.

Salah satu alasan utama rendahnya penetrasi asuransi adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang manfaat asuransi jiwa sejak dini. Banyak individu, terutama generasi muda, menganggap asuransi sebagai kebutuhan sekunder atau bahkan tidak relevan dengan kehidupan mereka saat ini. Padahal, memulai asuransi jiwa sejak dini dapat memberikan manfaat besar, seperti premi yang lebih terjangkau dan perlindungan yang lebih optimal di masa depan.

Allianz Life Indonesia, sebagai salah satu perusahaan asuransi terkemuka, memiliki tanggung jawab sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya asuransi jiwa. Kampanye edukasi melalui media kreatif seperti motion graphics menjadi salah satu cara efektif untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan konten visual dan digital. Motion graphics memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.

Melalui perancangan motion graphics campaign ini, diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran dan literasi masyarakat tentang pentingnya memiliki asuransi jiwa sejak dini. Selain itu, kampanye ini juga mendukung upaya

Allianz Life Indonesia dalam memperluas jangkauan dan pemahaman masyarakat terhadap produk asuransi mereka.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian untuk “Motion Graphics Campaign: Pentingnya Berasuransi Jiwa Sejak Dini by Allianz Life Indonesia” yaitu sebagai berikut:

1. Rendahnya tingkat literasi dan kesadaran masyarakat Indonesia mengenai pentingnya asuransi jiwa sebagai salah satu instrumen proteksi dan perencanaan keuangan jangka panjang.
2. Kurangnya pemahaman generasi muda yakni kaum Gen Z (fokus pada usia 23-28 tahun) dan Gen Millennial yang cenderung menganggap asuransi jiwa sebagai kebutuhan sekunder, sehingga menunda untuk memiliki proteksi finansial sejak dini.
3. Belum optimalnya pemanfaatan media kreatif seperti *motion graphic* oleh perusahaan asuransi untuk menyampaikan informasi yang kompleks mengenai manfaat asuransi jiwa secara menarik dan mudah dipahami oleh audiens digital.

C. Batasan Masalah

Perancangan ini secara mendalam berfokus pada pengembangan konsep dan desain *motion graphic* yang akan menjadi ujung tombak dalam sebuah kampanye edukasi. Tujuan utamanya adalah untuk menanamkan kesadaran yang lebih kuat di benak masyarakat mengenai betapa krusialnya memiliki proteksi asuransi jiwa sejak usia dini. Untuk memastikan pesan tersampaikan secara efektif dan tidak membingungkan, materi informasi yang disajikan akan dibatasi secara cermat, mencakup tiga pilar utama: pengenalan dasar mengenai apa itu asuransi jiwa, penjabaran manfaat-manfaat konkret yang ditawarkannya, serta penekanan pada urgensi untuk memulainya di usia muda saat premi masih terjangkau. Guna memberikan gambaran yang nyata dan mudah dipahami, konteks Allianz Life Indonesia akan digunakan sebagai studi kasus.

Kampanye ini sendiri dirancang untuk menyasar masyarakat umum, namun dengan penekanan khusus yang tajam pada generasi muda, yakni Gen Z (fokus pada usia 23-28 tahun) dan Gen Millennial. Generasi ini merupakan *digital natives* yang kesehariannya tidak terlepas dari interaksi di media sosial dan berbagai platform digital. Oleh karena itu, pemilihan media *motion graphic* bukan hanya dianggap relevan, melainkan sebuah langkah strategis yang tepat sasaran. Format ini memiliki kemampuan untuk menerjemahkan informasi kompleks menjadi sajian visual yang dinamis, menarik, dan mudah dicerna dalam waktu singkat, sangat sesuai dengan pola konsumsi konten audiens target yang serba cepat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan dalam permasalahan ini adalah:

1. Bagaimana merancang sebuah motion graphic yang efektif dan menarik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya Gen Z (fokus pada usia 23-28 tahun) dan Gen Millennial, tentang pentingnya asuransi jiwa sejak dini?
2. Elemen visual, audio, dan narasi seperti apa yang paling tepat untuk digunakan dalam motion graphic agar pesan mengenai manfaat asuransi jiwa dari Allianz Life Indonesia dapat tersampaikan secara jelas dan mudah dipahami?
3. Bagaimana strategi penyampaian motion graphic ini melalui platform media digital agar dapat menjangkau target audiens secara maksimal dan mendukung tujuan komunikasi Allianz Life Indonesia?

E. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan proyek motion graphics campaign ini adalah untuk menciptakan sebuah karya desain grafis yang efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya asuransi jiwa sejak dini. Secara spesifik, tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Menghasilkan sebuah rancangan konsep motion graphic yang kreatif, informatif, dan persuasif sebagai media edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat yang sudah memiliki penghasilan, terutama Gen Z

(fokus pada usia 23-28 tahun) dan Gen Millennial tentang pentingnya memiliki asuransi jiwa sejak dini.

2. Menentukan elemen-elemen desain (gaya visual, palet warna, tipografi, dan musik) yang paling sesuai untuk membangun motion graphic yang mampu menarik perhatian target audiens muda dan menyampaikan pesan secara efektif.
3. Merumuskan rekomendasi strategi implementasi kampanye motion graphic di media digital yang relevan untuk memastikan pesan dapat menjangkau audiens yang tepat dan mencapai tujuan yang diharapkan.

F. Manfaat penulisan

1. Bagi Penulis: Terlaksanakannya Tugas Akhir pada Politeknik Negeri Media Kreatif serta menambahnya *PortFolio* untuk membranding diri.
2. Bagi Instansi: Terciptanya “Motion Graphics Campaign: Pentingnya Berasuransi Jiwa Sejak Dini” untuk meningkatkan daya tarik kepada pelanggan (terutama generasi muda).
3. Bagi Industri Masyarakat: Agar mengetahui bahwa sangat penting Berasuransi Jiwa Sejak Dini.

DAFTAR PUSTAKA

- Allianz Group. (2010). *Annual Report 2010*. Munich: Allianz SE. Sumber: https://www.allianz.com/en/investor_relations/reports_publications/annual-reports.html
- Allianz Indonesia. *Profil Perusahaan*. Sumber: <https://www.allianz.co.id/tentang-kami.html>
- Altman, R. (1992). *Sound Theory, Sound Practice*. Sumber: https://books.google.co.id/books/about/Sound_Theory_Sound_Practice.html?id=c1ihQgAACAAJ&redir_esc=y
- Arnheim, R. (1957). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. Sumber: https://books.google.co.id/books/about/Art_and_Visual_Perception.html?id=x7l-Qfm6o4EC&redir_esc=y
- Arrow, K. J. (1963). Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care. *The American Economic Review*. Sumber: <https://www.jstor.org/stable/1812088>
- Atlantis Press. *Study of the Motion Graphic Design at the Digital Age*. Sumber: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icadce-17/25882329>
- Chion, M. (1994). *Audio-Vision: Sound on Screen*. Sumber: https://books.google.co.id/books/about/Audio_vision.html?id=p_1aQgAACAAJ&redir_esc=y
- Grant, L. (2015). *The Fundamentals of Motion Graphics*. Sumber: https://books.google.co.id/books/about/The_Fundamentals_of_Motion_Graphics.html?id=oFBaCgAAQBAJ&redir_esc=y
- Itten, J. (1961). *The Art of Color: The Subjective Experience and Objective Rationale of Color*. Sumber: https://www.google.co.id/books/edition/The_Art_of_Color/5wBbvQEACAAJ?hl=en
- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions (Edisi Keempat)*. Sumber: https://www.google.co.id/books/edition/Graphic_Design_Solutions/LpYJAAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

- Lupton, E. & Phillips, A. (2008). *Graphic Design: The New Basics*. Sumber: https://www.google.co.id/books/edition/Graphic_Design/1F0hAQAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Lupton, E. (<https://www.google.com/search?q=2004>). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. Sumber: <http://thinkingwithtype.com/>
- Maia, E. & Pereira, G. (2018). *Motion Graphics as a narrative tool for digital information*. Dalam *Digital Experiences for an Analog World*.
Sumber: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/25881>
- Mayer, R. E. (2014). *Multimedia Learning (Edisi Kedua)*. Sumber: https://www.google.co.id/books/edition/Multimedia_Learning/8_1gAwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- MezzoLab. (2024). What is Motion Graphics? Explained Sumber: <https://www.mezzolab.com/blog/what-is-motion-graphics>
- Moriarty, S. E., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising & IMC: Principles and Practice (Edisi Kesembilan)*. Sumber: https://www.google.co.id/books/edition/Advertising_IMC/jZpmrQEACA AJ?hl=en
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Laporan Statistik Asuransi Indonesia*. Sumber: <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/statistik/asuransi/default.aspx>
- Paivio, A. (1986). *Mental Representations: A Dual Coding Approach*. Sumber: https://books.google.co.id/books/about/Mental_Representations.html?id=PLV-QgAACAAJ&redir_esc=y
- Rejda, G. E., & McNamara, M. J. (<https://www.google.com/search?q=2017>). *Principles of Risk Management and Insurance (Edisi Ketiga Belas)*. Sumber: https://www.google.co.id/books/edition/Principles_of_Risk_Management_and_Insur/yE02DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Ryan, M.-L. *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Sumber: https://books.google.co.id/books/about/Narrative_as_Virtual_Reality.html?id=SBL2PAAACAAJ&redir_esc=y

- Schnotz, W. & Bannert, M. (2003). *Construction and integration of mental models during learning from text and diagrams*. Learning and Instruction. Sumber: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S095947520200027X>
- Sonnenschein, D. (2001). *Sound Design: The Expressive Power of Music, Voice, and Sound Effects in Cinema*. Sumber: https://books.google.co.id/books/about/Sound_Design.html?id=wzN-QgAACAAJ&redir_esc=y
- StudioBinder. *What is Motion Graphics Definition, Examples & Types*. Sumber: <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-motion-graphics-definition/>
- Thomas, F., & Johnston, O. (1981). *Disney Animation: The Illusion of Life*. Sumber: https://www.google.co.id/books/edition/The_Illusion_of_Life/13u4AAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Vaughan, E. J., & Vaughan, T. (2014). *Fundamentals of Risk and Insurance (Edisi Kesebelas)*. Sumber: https://www.google.co.id/books/edition/Fundamentals_of_Risk_and_Insurance/y7TCAgAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team (Edisi Kelima)*. Sumber: https://www.google.co.id/books/edition/Designing_Brand_Identity/A5g4DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0