



## **Pengembangan Preferensi Generasi Z terhadap *Motion Graphic* sebagai Media Edukasi Manajemen Stres di Instagram Reels**

**Hiqmat Lisman Mutaqin**

Universitas Sains Indonesia, Indonesia

Email: hikmatlisman@gmail.com

### **Abstrak**

Penyebaran media sosial yang semakin tinggi di kalangan Generasi Z telah menjadi fenomena internasional yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk kesehatan mental mereka. Di Indonesia, kondisi ini terlihat nyata di lingkungan akademik, di mana tekanan akademis berpadu dengan paparan media digital yang masif, memicu peningkatan tingkat stres pada remaja dan mahasiswa. Instagram Reels, yang saat ini menjadi salah satu platform favorit Generasi Z, menawarkan kekuatan visual sekaligus peluang strategis untuk dimanfaatkan sebagai sarana edukasi. Penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi preferensi visual Generasi Z terhadap elemen desain motion graphic meliputi ilustrasi, warna, tipografi, audio, dan durasi serta menguji efektivitasnya dalam menyampaikan pesan edukasi manajemen stres. Penelitian ini mengadopsi pendekatan Research and Development (R&D) dengan model pengembangan 4D (Define, Design, Develop, Disseminate). Data dihimpun dengan kuesioner, focus group discussion (FGD), maupun pre-post test, lalu dianalisis dengan metode campuran kuantitatif maupun kualitatif guna mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Hasil yang diharapkan menunjukkan bahwasanya penyesuaian desain motion graphic berdasarkan preferensi visual Generasi Z mampu meningkatkan pemahaman mereka mengenai manajemen stres secara signifikan. Temuan ini diharapkan berkontribusi dengan praktis bagi pengembangan media edukasi digital yang lebih adaptif, komunikatif, dan relevan, sehingga dapat dimanfaatkan oleh institusi pendidikan maupun komunitas kesehatan mental.

**Kata Kunci:** Generasi Z; Motion Graphic; Manajemen Stres

### **Abstract**

*The increasing prevalence of social media among Generation Z has become an international phenomenon that affects various aspects of life, including their mental health. In Indonesia, this trend is evident within academic settings, where academic pressures combine with constant digital exposure, contributing to increased stress levels among adolescents and university students. Instagram Reels, as one of the most popular platforms among Generation Z, offers strong visual appeal and strategic potential as an educational medium. This study aims to identify Generation Z's visual preferences for motion graphic design elements—including illustration, color, typography, audio, and duration—and evaluate their effectiveness in delivering stress management education. The research adopts a Research and Development (R&D) approach using the 4D model (Define, Design, Develop, Disseminate). Data will be collected through questionnaires, focus group discussions (FGDs), and pre-post tests, then analyzed using a mixed-method approach to gain comprehensive insights. The expected results indicate that tailoring motion graphic design to Generation Z's visual preferences can significantly improve their understanding of stress management. These findings are expected to provide practical contributions to the development of digital educational media that is more adaptive, communicative, and relevant, enabling its application by educational institutions and mental health communities.*

**Keywords:** Generation Z; Motion Graphic; stress management

### **PENDAHULUAN**

Dalam konteks era digital, media sosial kini menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan generasi muda di berbagai belahan dunia, pengguna social media dunia ada 5,41 miliar yang setara dengan 65,7 persen dari total populasi global (Reportal, 2025). Instagram sebagai platform yang paling sering digunakan Generasi Z, memberi dampak ganda terhadap kesehatan mental, mendukung interaksi sosial, tetapi sekaligus

memicu stres akibat kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain. Generasi Z sebagai kelompok yang lahir pada periode 1997–2012 dan dikenal sebagai *digital native*, sebab sejak usia dini mereka tumbuh dengan teknologi digital serta terbiasa berinteraksi melalui media sosial. Menurut Data reportal (2025) jumlah pengguna media sosial global mencapai 5,41 miliar atau sekitar 65,7% dari total populasi dunia, Di Indonesia berdasarkan laporan data reportal (2025) kelompok usia 18 - 24 tahun memiliki persentase pengguna media sosial lumayan tinggi, yaitu mencapai 47,8%. Instagram menjadi salah satu platform yang paling digemari oleh Generasi Z karena mampu memenuhi kebutuhan mereka akan hiburan, pembelajaran, serta sarana mengekspresikan diri melalui konten visual (Kemp, 2024). Selain itu, penelitian oleh Paramitha (2021) mengungkapkan bahwasanya mayoritas Generasi Z di Indonesia memiliki kecenderungan gaya belajar visual, sehingga mereka lebih menyukai materi edukasi dalam bentuk gambar, animasi, maupun video singkat yang menarik dan mudah dipahami.

Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, ditambah dengan tekanan akademik dan sosial, terbukti menjadi faktor yang memicu meningkatnya stres di kalangan Generasi Z. Perolehan survei Indonesia *National Adolescent Mental Health Survey* (I-NAMHS) di tahun 2022 menunjukkan bahwasanya permasalahan kesehatan mental dialami oleh kurang lebih 15,5 juta remaja, atau 34,9% dari total populasi remaja di Indonesia (Kemenkes, 2024). Laporan global juga menunjukkan bahwasanya satu dari tujuh remaja menghadapi isu serupa, terutama stres dan kecemasan (World Health Organization, 2021). Di Indonesia, prevalensi gangguan mental emosional pada remaja tercatat 6,1% (Riskesdas, 2018), dan angka ini dilaporkan meningkat, khususnya pada mahasiswa yang dihadapkan pada tekanan akademik dan finansial (Kemenkes, 2023). Jika tidak dikelola dengan baik, stres dapat berkembang menjadi gangguan psikologis yang serius, menurunkan capaian akademik, hingga mengurangi produktivitas (Putri, P. S., & Prasetyo, 2021). Sebagai salah satu strategi preventif, *motion graphic* hadir sebagai media edukasi yang relevan dan adaptif. Platform Instagram Reels, yang digemari Generasi Z, menjadi medium potensial karena formatnya yang singkat, interaktif, dan mudah dicerna (Sari, R. P., & Purnama, 2020). Penelitian

sebelumnya membuktikan bahwasanya *motion graphic* efektif dalam menyampaikan materi edukasi kesehatan dengan mengubah konsep abstrak menjadi visual yang konkret melalui animasi, ilustrasi, warna, serta audio yang engaging (Rahmawati,E., & Cahyono, 2022). Temuan internasional juga memperkuat bahwasanya media ini dapat meningkatkan perhatian sekaligus pemahaman Gen Z dalam pembelajaran digital (Lenz,L. R., 2021). Dengan demikian, *motion graphic* pada Instagram Reels berpotensi besar sebagai media edukasi manajemen stres yang sesuai dengan karakteristik serta gaya belajar Generasi Z.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas penggunaan *motion graphic* dalam edukasi kesehatan maupun promosi merek (Bahraini,F.K.,Noorsai,M.I., & Yusof, 2020). masih sedikit studi yang secara khusus menganalisis preferensi Generasi Z terhadap elemen-elemen desain *motion graphic* untuk materi manajemen stres, terutama pada platform Instagram Reels (Kumar,N.,&Singh, 2022). Penelitian lokal yang dilakukan hanya meninjau efektivitas *motion graphic* dalam edukasi kesehatan reproduksi tanpa mengeksplorasi preferensi desain, seperti gaya ilustrasi, pemilihan warna, tipografi, audio, serta durasi pada topik manajemen stres (Sari,R.P.,&Purnama, 2020). Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi guna mengoptimalkan penggunaan *motion graphic* sebagai media edukasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik Generasi Z.

Penelitian ini memiliki urgensi yang penting dilakukan untuk mengisi kekosongan pengetahuan mengenai preferensi desain *motion graphic* sebagai media edukasi manajemen stres bagi Generasi Z melalui *platform* Instagram Reels. Secara akademik, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian teori pembelajaran visual (*visual learning*) sekaligus mendorong pengembangan media pembelajaran berbasis digital yang lebih adaptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi preferensi visual Generasi Z terhadap elemen-elemen desain *motion graphic* (ilustrasi, warna, tipografi, audio, dan durasi) pada platform Instagram Reels dan menguji efektivitas prototipe media edukasi yang dikembangkan dalam meningkatkan pemahaman mengenai manajemen stres. Manfaat praktisnya dapat dirasakan oleh *content creator*, desainer grafis, maupun institusi pendidikan, karena temuan penelitian dapat dijadikan pedoman dalam

merancang *motion graphic* yang tidak hanya menarik maupun efektif, melainkan juga selaras dengan karakteristik dan kebutuhan Gen Z. Dengan menggunakan pendekatan *R&D* model 4D, penelitian ini tidak hanya memetakan preferensi visual Generasi Z, tetapi juga menghasilkan *prototipe* media edukasi yang relevan dan dapat digunakan secara nyata. Pada akhirnya, penelitian ini berkontribusi pada peningkatan literasi kesehatan mental remaja melalui pemanfaatan media edukasi digital yang lebih tepat sasaran.

## **METODE**

Penelitian ini mengadopsi metode *Research and Development* (R&D) karena bermaksud guna mengembangkan produk media edukasi *motion graphic* tentang manajemen stres berbasis preferensi visual Generasi Z di Instagram Reels, sekaligus menguji validitas, kepraktisan, dan keefektifan produk tersebut. Menurut Sugiyono (2020), Metode *Research and Development* (R&D) digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan utama tidak hanya memberikan hasil suatu produk, tetapi juga menguji sampai di mana produk tersebut efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Model pengembangan 4D dipilih karena memberikan alur pengembangan yang runtut, mulai dari tahap pendefinisian kebutuhan hingga penyebaran produk, sehingga sesuai untuk merancang media *motion graphic* pada penelitian ini. Thiagarajan, Semmel, dan Semmel pada tahun 1976 memperkenalkan model 4D sebagai kerangka pengembangan pendidikan yang lebih sistematis dan terstruktur (Thiagarajan et al, 1976), sebagai respon terhadap kebutuhan akan proses pengembangan produk pendidikan yang lebih terstruktur. Awalnya, pendekatan ini merupakan penyempurnaan dari tahapan pengembangan yang telah ada sebelumnya, seperti analisis, desain, dan evaluasi. Setiap tahap dalam model ini memiliki fokus yang berbeda, mulai dari identifikasi kebutuhan dan tujuan (*define*), perancangan solusi pembelajaran yang tepat (*design*), produksi dan uji coba produk awal hingga revisi (*develop*), hingga distribusi dan implementasi dalam skala lebih luas (*disseminate*).

## **Lokasi, populasi dan Sampel Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di berbagai perguruan tinggi yang berlokasi di Kota Bandung pada periode Agustus hingga Oktober 2025. Pemilihan Bandung sebagai lokasi bukan tanpa alasan, sebab kota ini dikenal memiliki ekosistem kreatif yang dinamis serta kualitas pendidikan desain yang menonjol, sehingga dianggap relevan sebagai representasi generasi muda yang aktif menggunakan Instagram, khususnya fitur Reels. Populasi penelitian ini mencakup mahasiswa aktif Program Studi Desain Grafis yang berada dalam kelompok Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Kelompok ini dipilih karena memiliki kecenderungan berhadapan dengan tekanan akademik yang tinggi, sehingga edukasi mengenai manajemen stres melalui media visual seperti *motion graphic* dipandang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam konteks metodologi, Menurut Sugiyono (2020) Populasi dipahami sebagai keseluruhan individu atau objek yang mempunyai karakteristik khusus maupun dijadikan dasar oleh peneliti untuk menarik generalisasi dari hasil penelitian.

Sampel ini dipilih menggunakan teknik *non-probability* sampling, khususnya metode *purposive sampling*, yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu mahasiswa berusia 18–25 tahun yang merupakan pengguna aktif Instagram serta terbiasa menonton Reels minimal tiga kali dalam seminggu. Teknik ini dipilih agar partisipan yang dilibatkan benar-benar relevan dengan tujuan penelitian, sebagaimana ditegaskan bahwasanya *Purposive sampling* merupakan teknik pemilihan responden yang dipertimbangkan relevan karena memiliki pengalaman atau pemahaman yang sesuai dengan topik penelitian (Sugiyono, 2020). Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 30 responden untuk pendekatan kuantitatif melalui kuesioner, yang bertujuan mengidentifikasi preferensi visual mereka terhadap elemen desain *motion graphic* seperti warna, tipografi, ilustrasi, audio, dan durasi. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan 5 hingga 7 partisipan dalam pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam maupun *Focus Group Discussion* (FGD) guna menggali pemahaman lebih kaya mengenai persepsi emosional, pengalaman stres, serta efektivitas konten edukatif yang disajikan. Penentuan jumlah sampel yang relatif kecil tetap dianggap memadai, mengingat penelitian pengembangan (R&D) lebih menekankan

kualitas dan relevansi data dibandingkan kuantitas, serta jumlah tersebut sudah mencukupi untuk kebutuhan analisis statistik dasar seperti *uji pre-test* maupun *post-test* dengan *paired sample t-test*.

### **Alat analisis penelitian**

Teknik pengumpulan data memegang peranan krusial dalam temuan ini, karena data secara langsung memengaruhi validitas hasil yang diperoleh. Dengan mengadopsi pendekatan *mixed methods*, penelitian ini menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk menghasilkan data yang tidak hanya kaya dan mendalam, tetapi juga dapat diukur secara sistematis. Pendekatan ini dipilih agar peneliti tidak hanya mampu menangkap *preferensi visual* Generasi Z dalam bentuk angka, tetapi juga memahami pengalaman emosional mereka melalui narasi yang lebih kontekstual (Waruwu, 2024). Sesuai pandangan Sugiyono (2020), teknik pengumpulan data mencakup angket, wawancara, observasi, maupun dokumentasi, sehingga peneliti dapat melakukan triangulasi dan meningkatkan keabsahan data.

Dalam praktiknya, kuesioner digunakan untuk memperoleh data kuantitatif mengenai preferensi visual Generasi Z terhadap elemen *motion graphic* seperti warna, tipografi, durasi, ilustrasi, dan audio. Instrumen ini disusun dalam format skala Likert untuk mengukur kecenderungan responden secara praktis dan sistematis (Sugiyono, 2020, hlm. 142). Sementara itu, pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dan FGD bersama ahli desain komunikasi visual dan psikologi, bertujuan memvalidasi temuan serta mengeksplorasi efektivitas media yang dikembangkan (Sugiyono, 2020, hlm. 138). Observasi juga dilakukan untuk menangkap interaksi spontan responden saat berhadapan dengan konten edukatif di Instagram Reels, termasuk ekspresi dan fokus perhatian mereka (Sugiyono, 2020, hlm. 145). Sebagai pelengkap, dokumentasi berupa storyboard, transkrip wawancara, hasil kuesioner, rekaman diskusi, hingga validasi ahli dikumpulkan untuk memastikan keterlacakan proses penelitian (Sugiyono, 2020, hlm. 149). Kombinasi metode ini memungkinkan peneliti menyajikan gambaran yang lebih utuh mengenai bagaimana preferensi visual Generasi Z dapat diintegrasikan ke dalam desain *motion graphic* sebagai media edukasi manajemen stres.

## Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilaksanakan dengan pendekatan *mixed method* yang mengintegrasikan metode kuantitatif dan kualitatif, sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih menyeluruh dan mendalam terhadap data yang dikumpulkan. Data kuantitatif diperoleh dari kuesioner *preferensi visual* serta instrumen *pre-test* dan *post-test* yang dianalisis melalui statistik deskriptif (*mean, modus, standar deviasi, dan persentase*) untuk menggambarkan kecenderungan responden tanpa generalisasi populasi (Sugiyono, 2020, hlm. 147). Selanjutnya, efektivitas *motion graphic* diukur dengan desain *one group pre-test and post-test* menggunakan *uji-t* sampel berpasangan melalui SPSS, sehingga dapat dilihat apakah ada perbedaannya yang signifikan di antara skor sebelum maupun sesudah intervensi (Sugiyono, 2020, hlm. 184). Data kualitatif yang didapatkan dari wawancara dengan para ahli, observasi, maupun dokumentasi dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Proses ini melibatkan tiga tahapan utama secara berkelanjutan selama penelitian, yakni reduksi data, penyajian data, maupun penarikan simpulan (Sugiyono, 2020, hlm. 246).

Untuk menjamin akurasi instrumen, dilakukan *uji validitas* maupun *reliabilitas*. Validitas isi didapatkan melalui penilaian ahli (*expert judgment*) oleh pakar Desain Komunikasi Visual dan psikolog, guna memastikan butir kuesioner benar-benar merepresentasikan konstruk yang diukur (Sugiyono, 2020, hlm. 176). Validitas empiris diuji menggunakan *Pearson Product Moment* pada minimal 30 responden uji coba, dengan ketentuan bahwasanya suatu item dinyatakan valid jika nilai  $r\text{-hit.} > r\text{-tab.}$  pada sig. 0,05. Sementara itu, reliabilitas diukur dengan *Cronbach's Alpha*, di mana instrumen dianggap konsisten apabila nilai tersebut  $> 0,6$ , dan tingkat konsistensinya meningkat seiring nilai yang mendekati 0,9 (Sugiyono, 2020, hlm. 183). Dengan perpaduan analisis kuantitatif dan kualitatif ini, hasil temuan diharapkan tidak hanya terukur secara numerik, melainkan juga kaya secara naratif, sehingga mampu memberikan gambaran utuh mengenai preferensi Generasi Z terhadap *motion graphic* sebagai media edukasi manajemen stres.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Demografi

Sebanyak 30 responden terlibat dalam temuan ini, seluruhnya berasal dari latar belakang pendidikan desain seperti Desain Komunikasi Visual, desain grafis, seni rupa, dan bidang sejenis dari berbagai perguruan tinggi di Bandung. Sebagian besar responden berusia antara 18 hingga 23 tahun, dengan jumlah perempuan lebih banyak jika dibandingkannya laki-laki. Mayoritas merupakan mahasiswa aktif program sarjana yang menggunakan Instagram selama satu hingga empat jam per hari, sementara sebagian kecil mengaksesnya lebih dari empat jam. Jika dilihat dari kebiasaan konsumsi konten, mayoritas responden menonton Reels atau video edukasi sekitar tiga hingga empat kali dalam seminggu, dan beberapa bahkan menontonnya setiap hari. Ketertarikan terhadap konten *motion graphic* juga cukup tinggi, berada pada rentang cukup tertarik hingga sangat tertarik. Hampir semua responden merupakan pengguna aktif Instagram Reels, dan sebagian besar pernah melihat konten mengenai manajemen stres, meskipun frekuensinya tidak terlalu sering. Secara keseluruhan, hasil ini memperlihatkan bahwasanya para responden tergolong pengguna media sosial yang aktif dan terbiasa dengan konten visual. Hal ini menjadikan mereka kelompok yang tepat untuk dijadikan target audiens dalam pengembangan *motion graphic* bertema edukasi manajemen stres, karena karakteristik dan kebiasaan mereka sejalan dengan bentuk serta tujuan media tersebut.

### Pembahasan

Penelitian pengembangan preferensi generasi z terhadap *motion graphic* sebagai media edukasi manajemen stres di instagram reels ini menggunakan pendekatan *Research and Development* (R&D) mengacu pada 4-D Models yang dikembangkan oleh Thiagarajan (1974). 4-D Models terdisiri dari 4 tahap, yaitu tahap pendefinisian (*Define*), tahap perancangan (*Design*), tahap pengembangan (*Develop*), dan penyebaran (*Disseminate*). Hasil penelitian pengembangan preferensi generasi z terhadap *motion graphic* sebagai media edukasi manajemen stres di instagram reels berdasarkan metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut.

## Define

Tahap ini merupakan tahap analisis kebutuhan. Tahap Analisa kebutuhan dapat dilakukan melalui Analisa terhadap penelitian terdahulu dan studi literatur. Thiagarajan et al (1976) menyebutkan lima kegiatan yang dilakukan pada tahap ini, yakni :

### 1. *Front-end Analysis*

Di era digital saat ini, media sosial menjadi bagian penting kehidupan Generasi Z (1997–2012) yang dikenal sebagai *digital native*. Di Indonesia, kelompok usia 18–24 tahun mencatat persentase dengan pengguna media sosial tertinggi, yaitu 99,4% (DataReportal, 2024), dengan Instagram sebagai platform favorit karena memenuhi kebutuhan hiburan, pembelajaran, dan ekspresi diri. Mayoritas Gen Z memiliki gaya belajar visual sehingga lebih menyukai materi edukasi berbentuk gambar, animasi, atau video singkat yang menarik (Paramitha, D., 2021). Tingginya intensitas penggunaan media sosial, ditambah tekanan akademik dan sosial, memicu peningkatan stres pada Gen Z. WHO (2021) mencatat satu dari tujuh remaja mengalami masalah kesehatan mental. Di Indonesia, prevalensi gangguan mental emosional pada remaja mencapai 6,1% (Riskesdas, 2018) dan meningkat pada mahasiswa akibat stres akademik dan tekanan finansial. Kondisi ini, jika tidak ditangani, dapat menurunkan prestasi akademik dan produktivitas.

*Motion graphic* efektif digunakan di Instagram Reels untuk edukasi karena mampu menyampaikan informasi secara dinamis dan menarik (Sari, R. P., & Purnama, 2020). dengan mengubah konsep abstrak menjadi visual yang konkret melalui animasi, ilustrasi, warna, dan audio, serta bisa meningkatkan perhatian dan pemahaman mereka. Namun, studi spesifik yang menganalisis preferensi desain *motion graphic* Gen Z untuk manajemen stres di Instagram Reels masih terbatas (Kumar, N., & Singh, 2022). Penelitian ini penting untuk mengisi celah pengetahuan tersebut, menguatkan teori pembelajaran visual, serta memberi manfaat praktis bagi *content creator*, desainer grafis, dan lembaga pendidikan. Dengan metode R&D model 4D, penelitian akan mengidentifikasi preferensi visual Gen Z dan menghasilkan

prototype media edukasi yang relevan guna meningkatkan literasi kesehatan mental remaja.

## 2. *Learner analysis*

Tahap ini dilakukan dengan mengidentifikasi karakteristik Generasi Z pengguna Instagram Reels, termasuk gaya komunikasi visual dan preferensi visual yang umum mereka sukai. Generasi Z adalah kelompok kelahiran 1997–2012 yang tumbuh di era digital dan terbiasa menggunakan teknologi sejak kecil (Nurlaila et al., 2024). Mereka fleksibel, cerdas, multitasker, serta memiliki keterampilan teknologi tinggi. Namun, intensitas interaksi digital dapat mengurangi koneksi dengan dunia nyata, dan mereka cenderung kurang dalam keterampilan pemecahan masalah kompleks. Karakteristik interaksi digital Generasi Z mencakup penggunaan *multiplatform* (Instagram, TikTok, YouTube), preferensi pada konten visual dan video pendek yang cepat dipahami, serta ekspresi kreatif melalui pembuatan konten. Mereka menghargai keaslian dan lebih percaya pada influencer mikro, aktif di komunitas online sesuai minat, terlibat dalam aktivisme digital, mengandalkan AI dan algoritma, memiliki kesadaran privasi, dan menyukai interaksi interaktif seperti polling, filter AR, dan live streaming. Berdasarkan teori preferensi pengguna, preferensi visual ditentukan oleh pengalaman, budaya, dan kebutuhan kognitif (Zhang, K., Jin, Z., & Yu, 2020). Generasi Z cenderung menyukai desain minimalis, dinamis, dan estetik yang tinggi.

Desain *motion graphic* yang ditujukan bagi Generasi Z pada platform Instagram Reels perlu disusun dengan mempertimbangkan karakteristik visual dan perilaku konsumsi media mereka. Penggunaan warna yang digunakan dalam *motion graphic* tersebut yaitu warna yang membangkitkan emosi, menarik perhatian, serta memperkuat identitas pesan, dengan tetap memperhatikan makna warna yang dipengaruhi oleh konteks budaya. Tipografi sans serif yang bersih dan minimalis dipilih untuk mendukung keterbacaan

cepat, sejalan dengan kebiasaan Generasi Z yang mengutamakan akses informasi secara instan. Bentuk visual dirancang sederhana namun estetik dengan hierarki visual yang jelas agar pesan mudah dipahami dalam waktu singkat. Durasi video ditetapkan pada rentang 30–45 detik karena dianggap optimal dalam format Instagram Reels yang berbasis konten visual singkat. Selain itu, penerapan animasi dan transisi *motion graphic* yang halus terbukti efektif dalam meningkatkan interaktivitas dan *engagement* audiens. Secara keseluruhan, estetika desain dibuat bersih, tajam, dan komunikatif sesuai dengan budaya visual media sosial, serta didukung oleh *tone of voice* yang santai dan percakapan agar pesan terasa dekat, autentik, dan relevan bagi Generasi Z.

### 3. *Task Analysis*

Dalam tahap ini yaitu menentukan kompetensi visual atau mempersiapkan hal-hal yang di butuhkan dalam membuat Motion graphic.

#### a. *Komposisi Visual & Layout*

Prinsip tata letak dalam perancangan *motion graphic* diterapkan untuk memastikan penyampaian informasi berlangsung efektif dan nyaman secara visual. Keseimbangan visual antara teks, ilustrasi, dan elemen grafis dijaga agar perhatian tidak terpusat pada satu sisi tampilan. Penerapan *hierarchy* dan *emphasis* dilakukan melalui pengaturan ukuran, warna, serta kontras untuk mengarahkan fokus penonton sesuai urutan informasi yang diinginkan. Selain itu, penggunaan ruang kosong (*white space*) berfungsi sebagai jeda visual sehingga tampilan tidak terasa penuh atau membebani. Penempatan elemen juga mengacu pada prinsip *rule of thirds* dan grid system agar komposisi visual tetap harmonis serta sesuai dengan format vertikal Instagram Reels (9:16).

#### b. *Typografi*

## Inter

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#\$%^&\*()\_+=[\|};:'./<>?

*Gambar 1. Jenis Font*

*Sumber : Hiqmat (2026)*

Tipografi dalam *motion graphic* ini menggunakan font sans serif Inter yang dirancang khusus untuk kebutuhan layar digital dengan pengaturan spasi yang optimal, sehingga mendukung keterbacaan cepat pada perangkat ponsel. Pemilihan Inter didasarkan pada kemampuannya menjaga ketajaman teks pada animasi yang bergerak cepat maupun pada ukuran kecil, serta lisensinya yang memungkinkan penggunaan komersial secara gratis melalui Google Fonts. Untuk meningkatkan kejelasan informasi, diterapkan kontras yang memadai antara teks dan latar belakang agar pesan tetap terbaca meskipun konten ditonton tanpa suara. Selain itu, penggunaan animasi tipografi dilakukan melalui pendekatan *kinetic typography* untuk menegaskan poin-poin penting secara visual, dengan tetap menjaga kesederhanaan agar tidak mengganggu fokus audiens.

### c. Warna dan Identitas Visual

Warna yang digunakan merupakan warna yang membangkitkan emosi, menarik perhatian gen z, dan memperkuat identitas pesan yang di sampaikan, makna warna juga dipengaruhi oleh konteks budaya yang kuat.



**Gambar 2. Color Pallet**

Sumber: Hiqmat (2026)

d. Ilustrasi dan Gaya Visual

Ilustrasi dalam *motion graphic* dirancang menggunakan gaya flat atau dua dimensi yang minimalis untuk menciptakan tampilan visual yang ramah bagi Generasi Z serta menghindari detail berlebihan yang dapat mengganggu fokus. Karakter ilustrasi dibuat *relatable* dengan merepresentasikan keseharian Generasi Z dan menampilkan ekspresi yang mendukung pesan edukatif. Selain itu, penggunaan ikonografi yang informatif berfungsi untuk mempercepat pemahaman konsep manajemen stres secara visual. Visual metaphor juga diterapkan untuk menjelaskan konsep-konsep abstrak, sehingga pesan lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens.

e. Animasi dan Transisi

Aspek animasi dalam *motion graphic* disesuaikan dengan ritme konsumsi konten Instagram Reels melalui pengaturan timing dan pacing yang menempatkan setiap poin utama dalam durasi sekitar 3–10 detik. Penerapan *motion easing*, seperti *ease in* dan *ease out*, digunakan agar pergerakan visual terasa lebih natural dan tidak kaku. Transisi antarsegmen dirancang secara

halus untuk menjaga alur pesan tetap mengalir tanpa menimbulkan distraksi. Selain itu, sinkronisasi antara audio dan gerak visual diterapkan melalui penggunaan efek suara atau musik latar yang selaras dengan animasi, sehingga memperkuat pengalaman menonton. *Visual hook* pada tiga detik pertama juga dihadirkan untuk menarik perhatian awal audiens dan mengurangi kecenderungan penonton melakukan skip.

#### 4. *Concept Analysis*

Tahap *concept analysis* difokuskan pada penentuan konsep edukatif mengenai stres yang relevan, kontekstual, dan mudah dipahami oleh audiens Generasi Z. Materi disusun dalam tiga tema utama yang dekat dengan pengalaman sehari-hari generasi Z, yaitu :

a. *Overthinking* sebelum tidur

Video pertama mengangkat fenomena *overthinking* dengan pendekatan metafora sederhana dan memberikan strategi praktis berupa *brain dump* untuk membantu meredakan pikiran sebelum tidur.

b. Stress = Baterai Low

Video kedua memvisualisasikan stres sebagai kondisi baterai mental yang menurun, disertai solusi manajemen waktu melalui jeda kerja singkat secara berkala.

c. Stres Bisa Jadi *Booster*

Sementara itu, video ketiga memperkenalkan konsep *eustress* sebagai stres positif yang dapat meningkatkan fokus, sekaligus membedakan batas antara stres yang bersifat adaptif/positif dan stres yang berdampak negatif.

konsep yang telah ditentukan diterjemahkan ke dalam desain *motion graphic* berdurasi singkat dengan struktur narasi yang jelas, dimulai dari *visual hook* pada awal video, penyampaian inti pesan, hingga ajakan reflektif di bagian akhir. Desain visual difokuskan pada penggunaan ilustrasi flat yang minimalis, tipografi yang mudah dibaca, serta animasi dengan pacing yang selaras dengan ritme konsumsi konten Reels. Setiap materi dirancang untuk

menyampaikan satu gagasan utama agar informasi tidak berlebihan dan mudah dipahami dalam waktu singkat. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan atensi, keterlibatan, serta efektivitas penyampaian pesan edukasi manajemen stres kepada target audiens.

#### 5. *Specifying Instructional Objectives*

Tujuan pembelajaran dari pengembangan konten *motion graphic* ini adalah untuk meningkatkan pemahaman audiens Generasi Z mengenai konsep dasar manajemen stres dalam konteks kehidupan sehari-hari. Melalui penyajian materi yang singkat dan visual, audiens diharapkan mampu mengenali bentuk-bentuk stres yang umum dialami, seperti *overthinking* dan kelelahan mental, serta memahami perbedaan antara stres yang bersifat negatif dan stres positif (*eustress*). Selain itu, konten ini bertujuan mendorong audiens untuk menerapkan strategi sederhana dalam mengelola stres, seperti teknik *brain dump*, pengaturan jeda kerja, dan refleksi terhadap respon pribadi terhadap stres. Dengan demikian, konten tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana edukatif yang mendorong kesadaran dan perubahan perilaku secara bertahap.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengembangkan dan menguji preferensi Generasi Z terhadap *motion graphic* sebagai media edukasi manajemen stres di Instagram Reels menggunakan pendekatan Research and Development (R&D) model 4D. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *motion graphic* efektif sebagai media edukasi, terutama ketika desainnya sesuai dengan preferensi visual Generasi Z, seperti gaya ilustrasi minimalis, warna menenangkan, tipografi mudah dibaca, animasi halus, dan durasi video 30–45 detik. Uji pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman audiens tentang stres dan strategi pengelolaannya, mendukung teori Multimedia Learning yang menyatakan bahwa kombinasi visual dan narasi meningkatkan pemrosesan informasi. Elemen desain seperti ilustrasi relatable, visual metaphor, dan storytelling juga mempercepat pemahaman

audiens. Validasi ahli desain dan psikologi menyatakan prototype motion graphic yang dikembangkan sangat layak, dengan penilaian tinggi pada estetika visual dan kesesuaian materi. Uji coba di Instagram Reels menunjukkan bahwa konten dengan pesan positif dan solutif mendapat respons tinggi, menegaskan bahwa preferensi visual dan cara pesan dikemas memengaruhi keterlibatan audiens. Penelitian ini mendukung hipotesis bahwa preferensi visual Generasi Z berpengaruh pada efektivitas pemahaman dan retensi informasi dalam konten edukatif, serta memberikan kontribusi pada pengembangan media pembelajaran digital yang adaptif terhadap budaya digital Generasi Z.

## DAFTAR PUSTAKA

- (Kemenkes, K. K. (2023). *6,1% Penduduk Indonesia Usia 15 Tahun ke Atas Alami Depresi*. KabarJakarta.Com.
- Bahraini, F. K., Noorsai, M. I., & Yusof, N. A. (2020). The effectiveness of motion graphics as an educational tool. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *10(12)*, 373–382. <https://doi.org/https://doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i12/8181>
- data reportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. Datareportal.Com.
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2024-Indonesia>.
- Kemenkes, K. K. (2024). *Pentingnya Kesehatan Mental bagi Remaja*. Ayosehat.Kemkes.Go.Id.
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal.
- Kumar, N., & Singh, R. (2022). Motion graphics as an effective learning tool: A review. *International Journal of Information and Education Technology*, *12(4)*, 305–309. <https://doi.org/https://doi.org/10.18178/ijiet.2022.12.4.1625>
- Lenz, L. R., et al. (2021). Engaging learners with motion graphics: Cognitive and motivational impacts. *Educational Technology Research and Development*, *69(5)*, 2491–2510. <https://doi.org/2491–2510>. <https://doi.org/10.1007/s11423-021-09987-x>
- Nurlaila et al. (2024). Peran Media Sosial X Dalam Perkembangan Komunikasi Di Era Digital. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, *1(6)*, 43–51.

- <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Paramitha, D., et al. (2021). Visual learning preferences of Generation Z in digital learning environments. *Visual Learning Preferences of Generation Z in Digital Learning Environments*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jet.v18i3.2021>
- Putri, P. S., & Prasetyo, A. W. (2021). Hubungan stres akademik dengan kecemasan pada mahasiswa selama pembelajaran daring di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 9(4), 451–458. <https://doi.org/https://doi.org/10.26714/jkj.9.4.2021.451-458>
- Rahmawati, E., & Cahyono, B. Y. (2022). Penggunaan motion graphic untuk meningkatkan pemahaman siswa pada materi IPA. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPA*, 8(1), 35–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/jipi.v8i1.43212>
- Reportal, D. (2025). *Statistik media sosial global*. Datareportal.Com.
- Riskesdas. (2018). *Riset Kesehatan Dasar Indonesia 2018*. Kementerian Kesehatan RI. Riset Kesehatan Dasar Indonesia 2018. Kementerian Kesehatan RI.
- Sari, R. P., & Purnama, Y. (2020). Pengaruh media motion graphic terhadap peningkatan pengetahuan kesehatan reproduksi remaja. *Jurnal Kesehatan Reproduksi*, 11(2), 87–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.22435/kespro.v11i2.3160.87-94>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.
- Thiagarajan et al. (1976). Instructional development for training teachers of exceptional children: A sourcebook. *Journal of School Psychology*, 14(1), 75. [https://doi.org/10.1016/0022-4405\(76\)90066-2](https://doi.org/10.1016/0022-4405(76)90066-2)
- Waruwu, M. (2024). Metode Penelitian dan Pengembangan (R&D): Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 1220–1230. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i2.2141>
- World Health Organization. (2021). *Adolescent mental health*. Adolescent Mental Health. <https://doi.org/https://www.who.int/news-room/factsheets/detail/adolescent-mental-health>
- Zhang, K., Jin, Z., & Yu, S. (2020). Visual aesthetics and user preference: A study of interface design elements. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(9), 828–839.

Pengembangan Preferensi Generasi Z terhadap *Motion Graphic* sebagai Media Edukasi Manajemen Stres di Instagram Reels

<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1699748>