



Desain *stillomatic* sebagai strategi *branding* pendidikan nonformal menghadapi tantangan AI

Rambo Anzhar Moersid¹, Vicky Septian Rachman^{*2}, Gatran Lenggana¹, Jocelyn Christanto¹

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Rekayasa, Universitas Paramadina,
Jl. Raya Mabes Hankam No.Kav 9, Setu, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta¹,
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer & Desain, Universitas Kalbis,
Jl. Pulomas Selatan kav.22, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta²

***Correspondence author:** vicky.rachman@kalbis.ac.id

Received:

17/12/2025

Final Revision:

20/02/2026

Accepted:

21/02/2026



This work is
licensed under a
[CC-BY-NC](#)

Abstrak.

Perkembangan pesat kecerdasan buatan (AI) dalam industri kreatif menghadirkan tantangan homogenisasi karya yang dapat mengaburkan keunikan karakter pendidikan seni. Institusi pendidikan nonformal memerlukan strategi identitas visual yang kuat untuk mempertahankan relevansi, orisinalitas, dan nilai estetika di tengah dominasi otomatisasi tersebut. Penelitian ini bertujuan mengembangkan model desain *stillomatic*—sebuah teknik penyajian *storyboard* bergerak—sebagai alat *branding* strategis guna memperkuat pendalaman makna dan karakter pendidikan kreatif. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif berbasis desain (*research-based design*) yang mencakup tahapan analisis kebutuhan mitra, eksplorasi konsep visual, pengembangan prototipe animasi sederhana, serta uji coba validasi persepsi audiens dan internal mitra. Hasil penelitian berupa prototipe konten *stillomatic* yang diformulasikan untuk merepresentasikan filosofi institusi serta menonjolkan proses kreatif yang autentik dibandingkan sekadar hasil akhir instan. Pembahasan menyoroti bahwa penggunaan narasi visual melalui *stillomatic* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi yang efektif, tetapi juga menstimulasi pemahaman kognitif dan apresiasi audiens terhadap esensi berkarya. Disimpulkan bahwa integrasi visual *storytelling* melalui *stillomatic* mampu membangun *positioning* lembaga yang berkarakter dan kompetitif. Implikasi penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi institusi pendidikan nonformal untuk memanfaatkan pendekatan multimedia yang humanis dan naratif dalam menghadapi disrupsi teknologi.

Kata kunci: *stillomatic_design*; multimedia; *branding*; creative education.

Abstract.

The rapid development of artificial intelligence (AI) in the creative industry poses the challenge of homogenising work, potentially obscuring the unique character of arts education. Non-formal educational institutions require a strong visual identity strategy to maintain relevance, originality, and aesthetic value amid the dominance of automation. This study aims to develop the *stillomatic* design model—a technique for presenting moving storyboards—as a strategic branding tool to deepen meaning and character in creative education. This study applies a design-based qualitative method (*research-based design*) that includes stages of partner needs analysis, visual concept exploration, simple animation prototype development, and audience and internal partner perception validation testing. The results of the study are visual identity guidelines and *stillomatic* content prototypes formulated to represent the institution's philosophy and highlight the authentic creative process rather than just instant results. The discussion highlights that the use of visual narratives through *stillomatic* not only functions as an effective promotional medium but also stimulates the audience's cognitive understanding and appreciation of the essence of work. It is concluded that integrating visual storytelling through *stillomatic* can help the institution build a distinctive and competitive positioning. The implications of this research provide practical recommendations for non-formal educational institutions to utilise a humanistic, narrative multimedia approach to address technological disruption.

Keywords: *stillomatic_design*; multimedia; *branding*; *creative_education*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan dalam industri kreatif telah mengalami akselerasi yang signifikan, memungkinkan otomatisasi dalam penciptaan karya visual seperti ilustrasi, animasi, dan desain grafis. Meskipun teknologi ini menawarkan efisiensi produksi yang tinggi, AI masih memiliki keterbatasan mendasar dalam hal ekspresi emosional, pemaknaan mendalam, dan identitas artistik yang otentik. Fenomena ini menghadirkan tantangan serius bagi institusi pendidikan seni, khususnya pada sektor pendidikan nonformal yang tumpuan utamanya adalah pembentukan karakter, orisinalitas, dan nilai estetika. Di tengah dominasi teknologi digital yang cenderung menghomogenisasi atau penyeragaman karya visual, institusi pendidikan nonformal dituntut untuk memperkuat strategi *branding* agar tetap relevan dan kompetitif, tanpa kehilangan esensi pendidikan karakter yang menjadi nilai jual utamanya.

Pendidikan nonformal memegang peran vital dalam ekosistem pembelajaran nasional sebagai pengganti, penambah, atau pelengkap pendidikan formal untuk mendukung prinsip pendidikan sepanjang hayat, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 Pasal 26 ayat 1. Namun, urgensi peran ini semakin meningkat seiring dengan kebutuhan untuk mempertahankan "*human touch*" dalam kreativitas anak yang tidak sepenuhnya dapat disubstitusi oleh algoritma. Penelitian terdahulu mencatat bahwa era baru AI dalam pendidikan menuntut revolusi yang berkelanjutan, tetapi juga memunculkan kekhawatiran mengenai etika, transparansi, dan keamanan data. Sayangnya, mayoritas diskursus akademik sebelumnya lebih banyak menyoroti bagaimana AI mengotomatisasi proses desain dan pengajaran, tetapi belum banyak yang mengeksplorasi strategi responsif untuk mempertahankan identitas karakter institusi melalui media visual yang menekankan pada proses kreatif manual, tetapi tetap adaptif secara digital.

Sebagai respons terhadap kesenjangan tersebut, penelitian ini mengajukan pemanfaatan desain *stillomatic*—sebuah metode penyajian *storyboard* bergerak—sebagai instrumen *branding* strategis. *Stillomatic* memungkinkan animator atau desainer untuk menentukan perkiraan waktu adegan, transisi, dan *pacing* secara keseluruhan melalui teknik penyajian sederhana, tetapi naratif. Secara teoritis, pendekatan ini sejalan dengan teori kognitif pembelajaran multimedia dari Mayer (Mishra, 2025), yang menyatakan bahwa pemrosesan kognitif menjadi lebih mendalam ketika informasi disajikan melalui integrasi elemen visual dan verbal. Dalam konteks perkembangan anak, narasi visual *stillomatic* sangat relevan dengan teori perkembangan kognitif Piaget, khususnya pada tahap operasional konkret (usia 7—11 tahun), saat anak mulai berpikir logis tentang objek nyata (Nainggolan & Daeli, 2021). Media ini membantu menstimulasi kemampuan analisis dan interpretasi siswa terhadap konsep kreatif yang kompleks.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pergeseran paradigma penggunaan *stillomatic* yang tidak hanya diposisikan sebagai teknik efisiensi produksi, tetapi sebagai instrumen strategis *branding* resistensi terhadap homogenisasi visual AI. Penelitian terdahulu cenderung terpolarisasi pada dua kutub berbeda. Di satu sisi, studi seperti Fan. (2025) dan Ok, G. (2025) berfokus pada bagaimana AI dapat memberdayakan kreativitas anak melalui alat bantu generatif, tetapi kurang menyoroti risiko hilangnya orisinalitas proses di mata publik. Di sisi lain, studi *branding* visual seperti Mohamed (2025) menekankan pentingnya koneksi budaya dan emosional dalam iklan media sosial, tetapi belum secara spesifik menawarkan solusi teknis untuk melawan estetika generik algoritma. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengintegrasikan kedua ranah: mengadopsi struktur *pipeline* animasi yang disiplin sebagaimana dipaparkan Droste (2025), tetapi membelokkan tujuannya untuk memvisualisasikan 'ketidaksempurnaan manusiawi' (*human imperfection*) sebagai nilai jual premium. Jika penelitian Moersid, R (2022) memisahkan antara komodifikasi seni dengan metode pengajaran, penelitian ini justru menyatukannya; menjadikan transparansi proses kreatif (melalui *stillomatic*) sebagai materi promosi utama untuk membangun kepercayaan (*brand trust*) orang tua akan urgensi pendidikan karakter yang tidak tergantikan oleh mesin.

Berdasarkan paparan latar belakang dan tinjauan literatur tersebut, secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk: merekonstruksi alur produksi *stillomatic* yang menonjolkan estetika ketidaksempurnaan (*imperfect aesthetics*) sebagai penanda otentisitas karya peserta didik. Memvalidasi pendekatan narasi visual ini sebagai strategi *branding* diferensiatif bagi IWEAC Academy - sebuah akademi literasi dan seni kreatif yang berfokus pada penulisan kreatif (*creative writing*) dan pembuatan komik (*graphic storytelling*). Menghasilkan model komunikasi visual yang mampu mengedukasi target audiens (orang tua) bahwa proses kreatif yang tidak beraturan adalah esensi utama pembelajaran, bukan hasil akhir semata. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah bagaimana desain *stillomatic* dapat digunakan sebagai media *branding* untuk memperkuat identitas karakter institusi pendidikan nonformal dalam menghadapi tantangan homogenisasi akibat AI. Melalui pendekatan *Research-based Design*, penelitian ini diharapkan tidak hanya menghasilkan prototipe media *branding*, tetapi juga model strategi komunikasi yang mampu mendalami makna dan menguatkan karakter pendidikan kreatif di Indonesia.

Metode

Mitra dalam penelitian ini adalah Indonesia Writing Edu Center (IWEAC). Mengacu pada profil resminya (IWEAC Indonesia, 2024), jenis pendidikan nonformal pada institusi ini adalah akademi literasi dan seni kreatif (*literacy and creative arts academy*). Berdiri sejak 2014, pendidikan nonformal ini berfokus pada pengembangan kemampuan berpikir kritis, imajinasi, dan artikulasi ide secara lintas disiplin bagi anak, remaja, hingga dewasa. Kurikulum progresif yang diterapkan berbasis pada penyelesaian proyek (*project-based learning*), saat siswa difasilitasi melalui program *mentorship* yang menggabungkan penulisan kreatif dan pembuatan komik (*About IWEAC: Purveyor & leader of Indonesia's literary education*, t.t.). Berbeda dengan bimbingan belajar konvensional, luaran dari jenis pendidikan nonformal ini mengarahkan siswa untuk memproduksi pengetahuan dalam bentuk publikasi buku solo ber-ISBN sebagai portofolio internasional. Karakteristik institusi yang sangat mengandalkan "suara autentik" dan "proses kreatif manusia" inilah yang menjadikan IWEAC sangat relevan sebagai subjek penelitian terkait tantangan homogenisasi AI.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian berbasis desain. Pendekatan ini dipilih secara strategis karena mengintegrasikan penyelidikan teoretis dengan praktik penciptaan artefak visual—khususnya dengan mengkaji komik yang sudah disusun secara cetak oleh peserta didik IWEAC sebagai data awal—ketika proses perancangan itu sendiri bertindak sebagai metode utama untuk menjawab pertanyaan penelitian. Melalui kerangka penelitian berbasis desain, model desain *stillomatic* tidak hanya dikembangkan sebagai produk akhir, tetapi sebagai instrumen untuk menguji hipotesis mengenai efektivitas *branding* adaptif bagi institusi pendidikan nonformal.

Pemilihan partisipan dilakukan memilih sampel yang "kaya informasi" guna memastikan narasumber memiliki relevansi langsung dengan masalah penelitian. Partisipan dibagi menjadi tiga klaster utama. Pertama, Klaster Internal Mitra, terdiri dari pendiri (*founder*), manajer konten visual, dan pengajar senior di IWEAC Academy. Mereka dipilih untuk menggali *brand value*, filosofi pendidikan, dan tantangan teknis di lapangan. Proses penggalan data mendalam dengan pemangku kepentingan kunci dari klaster ini terekam dalam Gambar 2, yang memperlihatkan interaksi langsung peneliti bersama Maylia E. Sutarto (CEO & Founder) dan Michelle Hadipraja (Visual & Content Creator) guna memahami visi strategis institusi.

Kedua, Klaster Ahli, melibatkan akademisi desain komunikasi visual dan praktisi industri animasi untuk memvalidasi kelayakan estetika dan teknis *stillomatic*. Keterlibatan klaster ini krusial dalam tahap pengembangan, seperti terlihat pada Gambar 3, di mana peneliti melakukan diskusi teknis intensif dengan desainer dan animator untuk memastikan purwarupa desain memenuhi standar industri. Ketiga, Klaster Audiens Target, yaitu kelompok orang tua siswa (usia 30—45 tahun) yang memiliki ketertarikan pada pendidikan seni, digunakan dalam tahap validasi persepsi untuk mengukur dampak emosional konten.

Pemilihan partisipan dilakukan memilih sampel yang "kaya informasi" untuk menjawab tujuan penelitian secara efektif, untuk memastikan narasumber memiliki relevansi langsung dengan masalah penelitian. Partisipan dibagi menjadi tiga klaster: (1) Klaster Internal Mitra, terdiri dari pendiri (*founder*), manajer konten visual, dan pengajar senior di IWEAC Academy. Mereka dipilih untuk menggali *brand value*, filosofi pendidikan, dan tantangan teknis di lapangan. Klaster (2) adalah Klaster Ahli, melibatkan satu akademisi desain komunikasi visual dan satu praktisi industri animasi untuk memvalidasi kelayakan estetika dan teknis *stillomatic*. Klaster (3) adalah Klaster Audiens Target, kelompok orang tua siswa (usia 30--45 tahun) yang memiliki ketertarikan pada pendidikan seni, digunakan dalam tahap validasi persepsi untuk mengukur dampak emosional konten.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilaksanakan secara partisipatoris untuk membedah ekosistem visual dan metode pedagogi yang diterapkan mitra saat ini. Temuan visual yang signifikan dari observasi lapangan ini disajikan pada Gambar 1, yang merekam momen autentik ketika peserta didik IWEAC tengah bergulat dengan ide saat membuat sketsa kasar dalam *storyboard*. Dokumentasi aktivitas ini krusial bagi penelitian karena secara empiris memperlihatkan 'jejak tangan' dan proses berpikir manusiawi yang tidak linier—sebuah aspek pedagogis inti yang menjadi pembeda utama dari *output* instan generatif AI. Wawancara mendalam dilakukan dengan praktisi pendidikan dan pelaku industri kreatif untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik *branding*, memahami *brand personality*. Selain itu, data diperkuat melalui studi pustaka dan analisis komparatif terhadap kajian *branding* pendidikan untuk memperkuat landasan teoretis mengenai identitas kreatif.



Gambar 1. Suasana pembelajaran di studio IWEAC Academy yang memperlihatkan peserta didik sedang dalam tahap ideasional membuat sketsa kasar (*rough sketch*) pada *storyboard*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar 2 (Kiri). Sesi wawancara mendalam dan diskusi strategis antara peneliti dengan pimpinan kunci mitra, Maylia E. Sutarto (CEO & Founder IWEAC, tengah) dan Michelle Hadiprja (Visual & Content Creator IWEAC, kanan)

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar 3 (Kanan). Proses *collaborative iteration* di tahap produksi, peneliti tengah berdiskusi dengan praktisi desainer dan animator untuk memvalidasi kelayakan teknis dan estetika dari rancangan *stillomatic*.

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Prosedur pelaksanaan penelitian ini mengadopsi kerangka kerja *Pipeline Production* film animasi yang sistematis, sebagaimana dijelaskan oleh Droste dalam disertasinya mengenai evolusi alur kerja animasi di era kecerdasan buatan. Droste (2025b) menekankan bahwa *pipeline* yang terstruktur sangat krusial untuk menjamin koherensi antara visi artistik dengan hasil akhir, terutama untuk mempertahankan integritas karya dari dominasi automasi. Mengacu pada model tersebut, alur penelitian dibagi ke dalam tiga tahapan linear utama, seperti yang ditampilkan pada gambar 4, yaitu sebagai berikut.

Tahap Pra-Produksi

Tahapan ini berfungsi sebagai fondasi konseptual (*development*), dimulai dengan studi analisis kebutuhan mitra dan penentuan konsep visual yang spesifik. Sesuai dengan prinsip *pipeline* untuk meminimalisasi revisi pada tahap lanjut, fase ini mengunci narasi pendidikan kreatif yang menjunjung nilai orisinalitas dan empati manusia—aspek "sentuhan rasa" yang menjadi pembeda utama dari konten generatif AI. Tahap studi analisis kebutuhan mitra dan riset masalah bertujuan untuk memahami mitra (IWEAC Academy) dan memetakan tantangan eksternal (AI) untuk memastikan solusi desain tepat sasaran. Langkah-langkah yang dilakukan melalui wawancara mendalam, melakukan diskusi intensif dengan pendiri dan pengajar IWEAC Academy untuk menggali filosofi "pendidikan karakter" yang menjadi visi utama. Setelah itu, audit visual dengan menganalisis materi promosi eksisting mitra dan membandingkannya dengan konten kompetitor yang menggunakan visual generatif AI. Tujuannya mencari celah diferensiasi. Langkah berikut dengan identifikasi target audiens, membedah psikografis orang tua dan anak-anak untuk menentukan gaya bahasa visual yang relevan (apakah harus playful, serius, atau menyentuh). Hasil luaran berbentuk *Creative Brief*—dokumen panduan yang berisi tujuan komunikasi, target audiens, pesan kunci (*key message*), dan batasan desain (*mandatories*). Hasil luaran lain berbentuk *problem statement*—rumusan masalah yang jelas mengenai perlunya visualisasi "proses manusiawi" untuk melawan "hasil instan AI".

Tahap Produksi

Tahap produksi fokus utama beralih pada eksekusi teknis dan manajemen aset (*asset creation*). Proses ini meliputi penyusunan *storyboard*—pada konteks ini, komik peserta didik IWEAC yang sudah dikurasi pihak manajemen secara ketat berdasarkan nilai jenama (*brand value*), serta pengembangan aset visual bergaya komik bergerak dengan warna dasar (hitam putih). Penerapan teknik *layering* untuk gerakan sederhana ala *stillomatic* dilakukan secara manual untuk menjaga estetika organik. Pada tahap ini, komposisi audio visual yang mengintegrasikan narasi suara dan latar musik juga diselaraskan untuk membangun kedalaman emosi.

Tahap Pasca-Produksi

Tahapan ini masih merujuk pada kutipan di atas, fase akhir *pipeline* tidak hanya soal penyuntingan, tetapi juga integrasi dan validasi *output*. Tahap ini mencakup integrasi prototipe video ke dalam ekosistem media digital (media sosial dan situs web institusi) agar siap diuji coba. Analisis dan validasi data dilakukan melalui mekanisme evaluasi uji internal (*internal screening*) yang melibatkan tinjauan langsung pihak mitra pendidikan nonformal. Tujuannya adalah untuk memverifikasi apakah luaran visual yang dihasilkan melalui *pipeline* ini tetap konsisten dan koheren dengan identitas *brand* akademi yang telah ditetapkan di awal.



Gambar 4. Fishbone Diagram - *pipeline production*.
Sumber: Olahan pribadi.

Tahap pra-produksi merupakan fase fundamental yang bertujuan untuk memetakan landasan masalah secara komprehensif sebelum memasuki proses eksekusi visual. Pada tahap ini, dilakukan tiga langkah strategis meliputi studi analisis situasi, audit *branding* mitra, dan identifikasi kebutuhan spesifik audiens sasaran. Studi dan analisis situasi pada penelitian dimulai dengan melakukan Pemindaian lingkungan terhadap ekosistem pendidikan nonformal saat ini. Berdasarkan observasi awal, ditemukan adanya pergeseran paradigma persepsi orang tua terhadap pendidikan seni dan literasi akibat penetrasi Artificial Intelligence (AI). Penulis menganalisis kompetitor, bahwa mayoritas kompetitor lembaga kursus sejenis menggunakan strategi visual statis (poster digital/flyer) atau video generik yang sering kali menggunakan stok aset (*stock footage*). Hal ini kurangnya daya otentik lembaga, cenderung lebih seragam visualnya, menyebabkan audiens sulit membedakan identitas antar-lembaga. Analisis masalah utama yang ditemukan adalah adanya skeptisisme orang tua mengenai urgensi kursus menulis/kreatif pada era ChatGPT. "Mengapa anak harus belajar menulis susah payah jika AI bisa melakukannya dalam hitungan detik?" menjadi pertanyaan resistensi yang harus dijawab. Oleh karena itu, strategi analisis diarahkan untuk mencari celah komunikasi yang menonjolkan nilai proses manusiawi yang tidak dimiliki mesin.

Berdasarkan data primer yang diperoleh dari wawancara manajemen dan *founder* serta data sekunder melalui laman resmi <https://www.iwecindonesia.com/about>, dilakukan pembedahan terhadap brand IWEAC Academy untuk memastikan perancangan visual selaras dengan filosofi institusi. IWEAC Academy tidak memosisikan diri sekadar sebagai tempat belajar menulis, melainkan sebagai wadah 'Restrukturisasi Pikiran'. Mengutip visi lembaga, menulis dipandang sebagai keterampilan hidup (*life skill*) yang melatih anak untuk berpikir runtut, logis, dan kritis. Nilai ini menjadi landasan utama naskah visual, bahwa yang dijual tidak sekadar 'bisa mengarang', tetapi 'bisa berpikir'. Melihat dari kepribadian jenama (*brand personality*) IWEAC Academy di antaranya; *empowering* (Memberdayakan) bagaimana mendorong peserta didik menemukan 'suara' mereka sendiri. *Authentic* (autentik) bagaimana menghargai orisinalitas ide sekecil apa pun, berlawanan dengan sifat repetitif AI. *Nurturing* (mengayomi) bagaimana pendekatan yang sabar dan bertahap sesuai perkembangan anak. Kekuatan utama IWEAC terletak pada metode pendampingan personal yang membangun kepercayaan diri. Identifikasi kebutuhan mitra dalam promosi ke orang tua sebagai target audiens primer dalam perancangan ini adalah orang tua (usia 30--45 tahun), yang berperan sebagai pengambil keputusan. Berdasarkan analisis *consumer insight*, kebutuhan mitra yang harus dipenuhi dalam materi promosi ini di antaranya ada pembuktian proses; orang tua membutuhkan bukti nyata bahwa biaya pendidikan yang dikeluarkan sebanding dengan soft skill yang didapat anak. Desain *stillomatic* dengan materi visual komik peserta didik perlu ditonjolkan. Sebagai bentuk pembuktian autentisitas tersebut, Gambar

5 memperlihatkan secara komprehensif rangkaian proses peserta didik dalam memproduksi karya komik. Proses visual ini tidak serta-merta terjadi secara instan, tetapi merupakan tahap integrasi lanjutan setelah peserta didik melewati fase penulisan kreatif serta penyusunan narasi non-fiksi akademik yang ketat. Dokumentasi tahapan intelektual dan manual inilah yang menjadi *blueprint* bagi aset visual *stillomatic* guna menjawab keraguan audiens terhadap klaim karya instan AI.

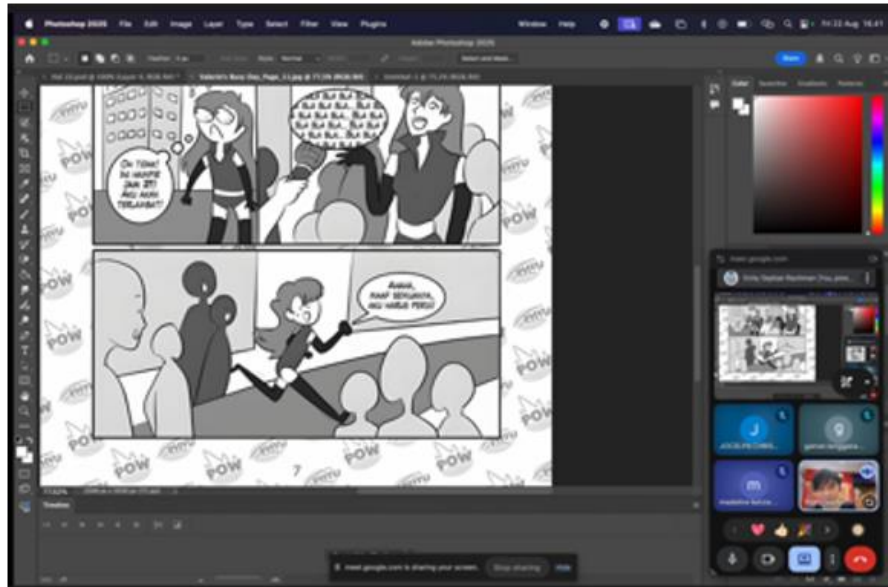


Gambar 5. Rangkaian proses peserta didik IWEAC Academy dalam memproduksi komik. Tahapan ini mengintegrasikan ideasi dari fase penulisan kreatif dan penyusunan literatur nonfiksi akademik sebelum dieksekusi menjadi narasi visual, merepresentasikan proses kognitif yang otentik.

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Edukasi Nilai mempunyai tantangannya sendiri dalam melawan hasil instan. IWEAC Academy membutuhkan alat bantu komunikasi untuk melawan narasi "serba-instan" yang ditawarkan teknologi. Materi promosi harus mampu mengedukasi orang tua bahwa "perjuangan dalam proses" seperti merevisi tulisan, mencari ide adalah momen emas pembentukan karakter ketangguhan (*resilience*) yang tidak bisa diajarkan oleh AI. Koneksi Emosional pada promosi yang dibutuhkan bukan yang bersifat transaksional (harga/diskon), melainkan emosional. Visual harus menyentuh sisi afektif orang tua—perasaan bangga melihat anak tumbuh menjadi individu yang kritis dan berani bersuara. Hasil dari ketiga analisis pra-produksi ini kemudian disintesis menjadi *creative brief* yang menjadi panduan utama dalam tahap produksi naskah *storyboard* dan aset visual selanjutnya.

Pada tahap produksi, fokus utama adalah melakukan alih wahana (*transmedia*) dari ilustrasi komik statis menjadi format video tanpa menghilangkan keotentikan dari goresan tangan asli peserta didik. Proses teknis dilakukan dengan meminimalisasi penggunaan filter digital yang berlebihan dan memaksimalkan tekstur organik. Langkah-langkah teknis produksi di antaranya, digitalisasi beresolusi tinggi (*High-fidelity digitization*), seperti yang ditampilkan pada Gambar 6 dalam prosesnya komik manual peserta didik dipindai (*scan*) dengan resolusi tinggi. Teknik berikutnya menggunakan perangkat lunak pengolah gambar (seperti Adobe Photoshop), panel komik didekonstruksi. Karakter dan objek latar dipisahkan melalui teknik *masking* manual. *Compositing* dengan pendekatan *parallax* proses, aset yang telah dipisah disusun kembali dalam ruang 3D di perangkat lunak *kompositing* (seperti Adobe After Effects). *Layer* belakang sebagai latar/*background*. *Layer* tengah sebagai properti/objek pendukung. *Layer* depan untuk karakter utama.



Gambar 6. Pada gambar, dosen peneliti tengah menyampaikan teknis pekerjaan ke anggota peneliti, agar pekerjaan *cropping* lebih efisien.

Sumber: Dokumen Peneliti

Untuk merealisasikan efek sinematik dari gambar statis, tahapan teknis awal yang sangat krusial adalah mendekonstruksi komik menjadi beberapa lapisan visual (*layer*). Gambar 7 memperlihatkan proses koordinasi internal ketika dosen peneliti tengah menyampaikan arahan teknis kepada anggota peneliti mengenai strategi *cropping* (pemotongan aset gambar) yang efisien, guna memastikan setiap elemen karakter dan latar belakang terpisah dengan rapi. Setelah aset terpisah, teknik gerak digerakkan secara perlahan (*subtle camera movement*). Teknik *Parallax* diterapkan di mana *layer* depan bergerak lebih cepat daripada *layer* belakang untuk menciptakan ilusi kedalaman ruang (*depth*). Agar tetap terlihat sentuhan manusia, pergerakan tidak dibuat linier atau robotik. Penambahan ekspresi *wiggle* (getaran halus) pada posisi kamera digunakan untuk mensimulasikan efek *hand-held camera* (kamera yang dipegang tangan) sehingga audiens merasakan kehadiran "narator" manusia di balik layar.

Selanjutnya, dilakukan manipulasi *frame rate* (*posterize time*). Secara teknis, video tidak dirender dalam 60 fps (*frames per second*) yang terlalu mulus. Sebaliknya, digunakan efek *posterize time* untuk menurunkan *frame rate* animasi menjadi 12 fps atau 15 fps guna mempertahankan estetika animasi tradisional/*stop-motion*. Hal ini didukung dengan penggunaan *sound effect* (SFX) yang realistis (seperti suara pintu terbuka, gesekan benda, atau suasana ruang yang mencemaskan) dan *voice over* yang natural. Tujuannya agar audio berfungsi sebagai "perekat" emosi yang menegaskan bahwa visual yang dilihat adalah representasi dari dunia nyata anak-anak. Melalui rangkaian produksi ini, teknologi digital dalam *stillomatic* diposisikan hanya sebagai panggung, sementara aktor utamanya tetaplah goresan tangan peserta didik atau komik itu sendiri. Hasil akhirnya adalah video yang canggih secara penyajian, tetapi tetap terasa personal, hangat, dan humanis.



Gambar 7. Antarmuka proses pasca-produksi (*compositing*) menggunakan perangkat lunak Adobe After Effects. Gambar memperlihatkan penyatuan berbagai aset visual yang terpisah—seperti objek karakter komik, latar belakang, dan gelembung dialog—ke dalam satu linimasa (*timeline*) untuk dianimasikan menggunakan teknik *stillomatic*.

Sumber: Dokumen Peneliti

Tahap pasca-produksi merupakan fase krusial ketika seluruh aset visual yang telah didekonstruksi dan aset audio disatukan (*assembled*) menjadi satu kesatuan karya audio-visual yang utuh. Dalam perancangan *stillomatic* ini, fokus utama pasca-produksi adalah menciptakan ilusi gerak yang sinematik dari gambar diam serta memastikan format akhir video terintegrasi dengan spesifikasi teknis platform digital IWEAC Academy (Instagram, TikTok, dan Website). Tahap akhir adalah mengonversi proyek menjadi format video digital yang siap distribusi (*ready-to-publish*). Integrasi media digital menuntut fleksibilitas format aspek rasio agar konten relevan di berbagai kanal media sosial IWEAC Academy. Format Vertikal (9:16): Di-render dengan resolusi 1080x1920 piksel untuk kebutuhan Instagram Reels, TikTok, dan YouTube Shorts. Pada format ini, komposisi visual (*rule of thirds*) disesuaikan kembali agar elemen utama karakter tidak terpotong di layar ponsel. Format Horizontal (16:9): Di-render dengan resolusi 1920x1080 piksel untuk kebutuhan YouTube Video berdurasi 3 menit. Kompresi codec menggunakan standar codec H.264 atau H.265 (MP4) dengan bitrate yang dioptimalkan (8-15 Mbps) untuk menyeimbangkan kualitas visual tinggi dengan ukuran file yang ringan, sehingga video dapat diputar lancar (*streaming*) tanpa *buffering* pada koneksi internet seluler.

Hasil dan Pembahasan

Hasil perancangan ini menjawab tujuan penelitian melalui pembuktian empiris bahwa *stillomatic* bukan sekadar teknik efisiensi animasi, melainkan sebuah pernyataan sikap. Korelasi kuat terlihat pada bagaimana tujuan pertama (visualisasi proses) tercapai melalui penerapan tekstur sketsa kasar pada *output* visual, yang secara langsung mendukung tujuan kedua (strategi *branding*). Jika tujuan awal penelitian adalah mencari cara agar institusi pendidikan tidak tergilas oleh gelombang AI, hasil penelitian ini menawarkan jawabannya yakni, tidak bersaing pada kesempurnaan hasil, tetapi bersainglah pada narasi proses—saat AI tidak memiliki rasa/emosi. Model *stillomatic* yang dihasilkan terbukti mampu menangkap 'nyawa' proses tersebut.

Selain itu, bagian ini memaparkan hasil konkret dari penerapan metode *Research-based Design* yang telah dilakukan. Temuan data dari lapangan ditransformasikan menjadi keputusan desain strategis yang diwujudkan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Sebelum masuk ke tahap perancangan visual, penelitian ini melakukan pengumpulan data mendalam untuk

memetakan masalah *branding* di IWEAC Academy. Hasil observasi kelas yang dilakukan di kelas komik IWEAC Academy mengungkap sebuah fenomena visual yang krusial. Berbeda dengan hasil karya AI yang cenderung "bersih" dan "instan", suasana kelas memperlihatkan realitas proses kreatif yang "berantakan", tetapi bermakna. Ditemukan bahwa momen paling emosional bagi peserta didik bukanlah saat karya selesai, melainkan saat mereka menghapus sketsa atau mengerjakan ulang sketsa yang salah, berdiskusi dengan mentor, dan menemukan ide baru dari kesalahan tersebut. Implikasi desain diputuskan untuk tidak menampilkan gambar cerita yang sempurna. Sebaliknya, *storyboard* menampilkan gambaran yang autentik untuk merepresentasikan nilai "perjuangan proses" peserta didik.

Hasil wawancara mendalam dengan pendiri IWEAC Academy dalam hal ini mitra peneliti--menghasilkan rumusan *Unique Selling Proposition* (USP) yang tajam. Masalah mitra merasa kesulitan mengomunikasikan nilai "pendidikan karakter" kepada orang tua yang mulai tergiur dengan kursus-kursus instan--mengesampingkan literasi. Kebutuhan *branding*, mitra membutuhkan media yang mampu "berbicara" kepada orang tua bahwa IWEAC mengasah pemikiran kritis dan kreatif. Dari wawancara ini, ditetapkan keyword visual utama: Humanis, Naratif, dan Organik.

Hasil Implementasi Pipeline Produksi

Berdasarkan analisis data di atas, proses perancangan dieksekusi mengikuti *pipeline* animasi standar yang dimodifikasi untuk kebutuhan *stillomatic*.

Hasil tahap pra-produksi sebuah konseptualisasi narasi

Tahap ini menghasilkan *storyline* yang terdiri dari:

1. Naskah Cerita (*Suara dari Bilik Dua*) – Pembukaan dengan durasi 30 detik. Naskah tidak bersifat *hard-selling*. Memperkenalkan buku komik *Suara dari Bilik Dua* sebagai hasil karya siswa IWEAC Academy. Menunjukkan bagaimana proses kreatif di IWEAC tidak hanya menghasilkan karya, tetapi juga membangun karakter dan nilai-nilai kehidupan. Mengajak penonton (orang tua dan anak) untuk bergabung dengan program IWEAC.
2. Introduksi Karya dan Penulis (0:30 - 1:30).
 - a. Visual: menampilkan sampul buku fisik, ilustrasi dalam komik, dan foto Carissa Firya (penulis).
 - b. Narasi (*bubble comic*): "Ini adalah *Suara dari Bilik Dua*, karya perdana Carissa Firya, siswi IWEAC Academy yang baru berusia 13 tahun. Melalui komik ini, Firya tidak hanya bercerita, tetapi juga belajar berani, percaya diri, dan bekerja sama".
3. Desain *stillomatic* *Suara dari Bilik Dua* (1:30 - 3:30).
 - a. Visual: Isi komik dengan *stillomatic*.
 - b. Narasi dengan *bubble comic*.
4. Penutup dan Ajakan Bergabung (3:30—3:45)
 - a. Visual: Tampilkan logo IWEAC, program yang tersedia (Komik Indonesia, Creative Writing, dll), dan kontak.
 - b. Narasi: "IWEAC Academy bukan sekadar tempat belajar menulis atau menggambar. Ini adalah wadah untuk mendalami makna kehidupan dan menguatkan karakter melalui pendidikan kreatif. Yuk, wujudkan karyamu bersama IWEAC!".
5. Ending Screen (3:45 - 4:00).
 - a. Teks: Website: www.iwecindonesia.com. Instagram: @iwecacademy. Kontak: 0819- 0819-4444 dan sampul buku *Suara dari Bilik Dua*.

Hasil tahap produksi—eksekusi visual dan teknik *stillomatic*.

Pada tahap ini, *storyboard* statis diubah menjadi aset visual yang digerakkan. Sebagai titik tolak perancangan, Gambar 8 memperlihatkan materi sumber utama yang digunakan, yaitu draf visual sampul dan halaman isi komik berjudul *Suara dari Bilik Dua*. Pada fase ini, seluruh elemen gambar masih berwujud statis dan menyatu (*flattened*) di dalam satu file digital utuh. Agar gambar statis tersebut dapat dianimasikan, dilakukan proses dekonstruksi aset (*layering*). Ilustrasi utuh yang tadinya

menyatu 'dibongkar' menjadi 5--7 lapisan (*layer*) terpisah, yang terdiri dari: layer belakang dengan latar ruangan kelas yang dibuat agak kabur (*blur*), layer tengah yang memuat properti meja dan kursi, serta layer depan yang menampilkan karakter utama. Pemisahan ini sangat vital untuk menciptakan efek Parallax, saat latar belakang bergerak lebih lambat daripada objek depan saat kamera digeser sehingga menciptakan ilusi kedalaman ruang (3D depth) pada gambar 2D.

Selanjutnya, dilakukan penerapan gerak semu (*motion tweening*). Teknik *stillomatic* diterapkan dengan meminimalisasi animasi *frame-by-frame*. Gerakan diciptakan melalui manipulasi kamera digital, antara lain melalui *slow zoom-in* (digunakan pada adegan saat karakter sedang berpikir keras untuk membangun intensitas emosi) dan *camera shake* (getaran halus yang ditambahkan untuk memberikan kesan *hand-held* yang natural, guna menghindari kesan kaku robotik).



Gambar 8. Aset visual mentah yang terdiri dari sampul dan halaman isi komik *Suara dari Bilik Dua*. Seluruh elemen visual pada tahap ini masih berstatus statis dan menyatu (*flattened*) dalam satu file digital, sebelum memasuki tahap dekonstruksi *layer* untuk kebutuhan animasi *stillomatic*.

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

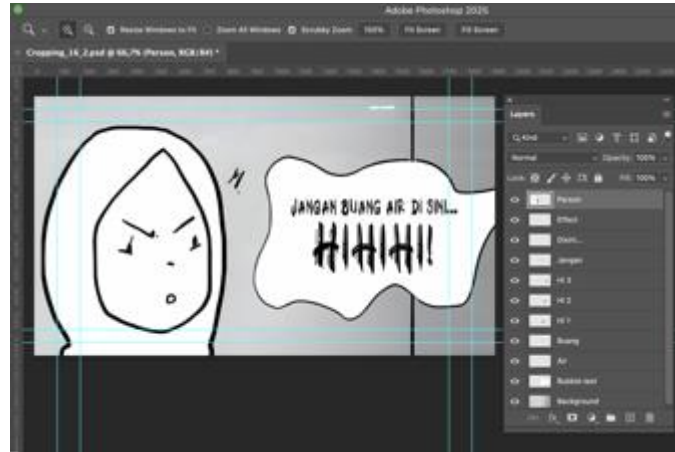
Hasil tahap pasca-produksi: Integrasi multimedia.

Hasil akhir dari tahap produksi visual kemudian disempurnakan melalui integrasi elemen audio dan format distribusi.

1. Desain Suara (*soundscape*): Hasil observasi kelas (suara gesekan pensil di kertas, bunyi penghapus, helaan napas) direkam ulang (*foley*) dan dimasukkan ke dalam video. Suara-suara analog ini terbukti ampuh membangkitkan memori sensorik audiens terhadap pengalaman belajar konvensional.
2. *Rendering Multi-Platform*: Video di-render dalam dua format aspek rasio untuk memenuhi kebutuhan ekosistem digital mitra: Format Vertikal (9:16) untuk Instagram Reels/TikTok: Komposisi diatur agar teks dan karakter utama berada di area aman (*safe zone*) layar ponsel. Format Horizontal (16:9) untuk Website/YouTube: Menampilkan detail latar belakang yang lebih luas.

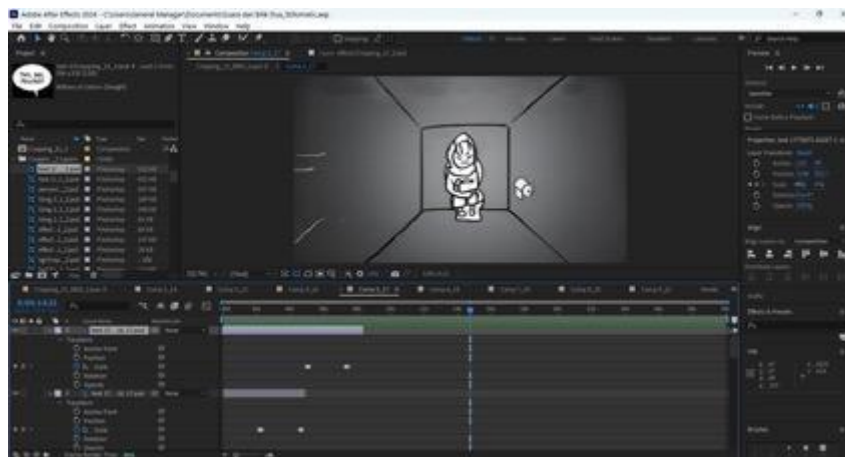
Mengacu pada buku *Contemporary Post-Production: Create, Cut, Collaborate, Color, Deliver* (La Rosa, 2025), penulis menggunakan landasan metodologis teknis pada tahap produksi dan pascaproduksi. *Stillomatic*, sebagai teknik menggerakkan gambar diam, pada dasarnya merupakan bentuk manipulasi visual statis agar tampak hidup melalui ilusi gerak. Dalam implementasinya, penulis menerapkan teknik *compositing* dan *motion* dasar untuk mentransformasikan sketsa atau ilustrasi menjadi sajian video yang naratif dan menarik.

Desain *stillomatic* membutuhkan pengelolaan banyak *layer* gambar (latar objek, karakter dan teks). Seperti yang ditampilkan pada Gambar 9, penulis mengatur *layer* dari *software* desain (Adobe Photoshop) agar bisa dianimasikan secara efisien di *software* video. Proses kerja penyatuan objek di komik *Suara dari Bilik Dua* menggunakan Adobe After Effects seperti pada Gambar 10. Kualitas *output* untuk *branding* mempunyai standarisasi kualitas visual (warna, ketajaman) dan audio. Bagian *post-production* seperti *color correction* dan *audio mixing* menjadi standar untuk menghasilkan video yang terlihat profesional.



Gambar 9. Proses kerja pemisahan elemen visual di komik *Suara dari Bilik Dua*. Pemisahan objek karakter komik, latar, dan *bubble* komik menjadi *layer* terpisah.

Sumber: Dokumen Peneliti



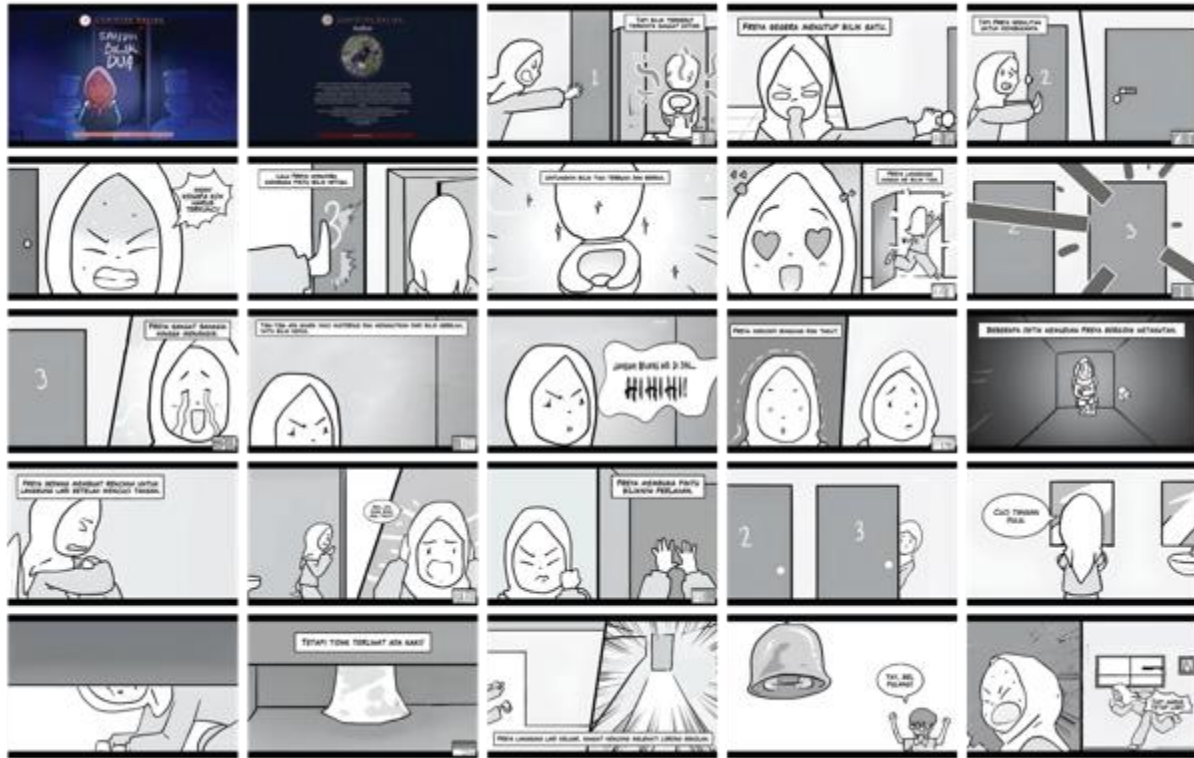
Gambar 10. Proses kerja penyatuan objek di komik *Suara dari Bilik Dua*.

Sumber: Dokumen Peneliti

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *stillomatic* bukan sekadar teknik animasi sederhana, melainkan instrumen strategis untuk memvisualisasikan "jiwa" institusi pendidikan. Sejalan dengan Aghasafari, dkk (2025) pembelajaran seni multimedia tidak hanya sebagai alat promosi (*branding*), tetapi juga sebagai media edukasi untuk menanamkan nilai karakter dan kreativitas. Pada konteks ini, penulis menyandingkan *stillomatic* menjadi bagian di dalam "Media Pembelajaran". Hal ini memvalidasi argumen bahwa video *branding stillomatic* memiliki fungsi pedagogis (mendidik), bukan sekadar iklan komersial. *Stillomatic* menggabungkan gambar diam dan suara--animasi sederhana ini menyediakan dasar teori mengapa gabungan kedua elemen tersebut (multimedia) efektif dalam menyampaikan pesan yang kompleks (seperti "nilai karakter" atau "proses kreatif") kepada audiens sasaran anak-anak pada tahap operasional konkret, saat mereka mulai berpikir logis, mampu mengelompokkan dan mengurutkan benda, cerita dan sesuatu objek.

Stillomatic mengembalikan kemurnian melalui transparansi proses. Dengan menampilkan animasi sederhana sebagai bagian proses berkarya, IWEAC Academy tidak hanya menjanjikan hasil belajar, tetapi juga memperlihatkan cara berpikir kreatif secara langsung. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa motion graphic dan manajemen alur kerja visual yang baik dapat meningkatkan efisiensi penyampaian pesan tanpa mengorbankan kualitas artistik (Anugerah & Falma, 2025). Dalam konteks ini, hasil visualisasi *stillomatic* berhasil menerjemahkan nilai abstrak "kreativitas" menjadi bahasa visual yang konkret dan mudah dipahami oleh target audiens, khususnya orang tua dan calon peserta didik. Bentuk konkret dari visualisasi tersebut dapat dilihat pada Gambar 11, yang

menampilkan luaran video *stillomatic* dari karya komik berjudul *Suara dari Bilik Dua*. Gambar ini mendemonstrasikan keberhasilan proses alih wahana (*transmedia storytelling*) yang mengubah susunan panel komik statis menjadi sebuah *storyboard* bergerak yang utuh dan naratif. Melalui alih wahana ini, karya manual peserta didik dihidupkan secara dinamis tanpa menghilangkan jejak otentisitas goresan aslinya. Alrandy (2025) menguatkan bahwa efektivitas penggunaan video dengan pengayaan tokoh dan animasi berdampak pada pemahaman konseptual peserta didik.



Gambar 11. Cuplikan hasil akhir video *Stillomatic* dari komik *Suara dari Bilik Dua*. Gambar ini merepresentasikan bentuk alih wahana dari panel komik yang semula statis menjadi *storyboard* bergerak yang naratif, memvisualisasikan proses kreatif peserta didik secara konkret dan dinamis.

Sumber: Dokumen Peneliti

Pembahasan Relevansi Teoritis terhadap Kognisi dan Edukasi

Efektivitas *stillomatic* dalam menyampaikan pesan *branding* dapat dijelaskan melalui Teori Kognitif Pembelajaran Multimedia. Mayer (2025) menegaskan bahwa manusia memproses informasi melalui saluran visual dan verbal yang terpisah, dan pembelajaran menjadi lebih bermakna ketika kedua saluran ini terintegrasi. Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa format *stillomatic*, yang menggabungkan sketsa visual dengan narasi audio (verbal), mampu mengurangi beban kognitif audiens dalam memahami filosofi pendidikan institusi. Hal ini mendukung penelitian Saputra dan Chaedoni (2022) yang menyatakan bahwa teknik animasi berbasis multimedia secara signifikan membantu penyajian materi kompleks menjadi lebih sederhana.

Lebih jauh, penggunaan narasi visual dalam *Stillomatic* terbukti relevan dengan pengembangan kemampuan berpikir tingkat tinggi (*High Order Thinking Skills*). Salsabila dkk (2024) menemukan korelasi positif antara kecerdasan visual dan kreativitas siswa sekolah dasar. Dalam penelitian ini, *branding* melalui *stillomatic* tidak hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi juga sebagai media edukasi awal yang menstimulasi audiens untuk berpikir analitis mengenai proses penciptaan karya, melampaui sekadar apresiasi estetika permukaan.

Pembahasan Implikasi Menghadapi Dominasi Artificial Intelligence

Tantangan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah homogenisasi karya akibat penetrasi AI. Supriadi dkk. (2025) memperingatkan revolusi AI yang dapat menggerus peran manusia jika tidak diimbangi dengan pendekatan yang berkelanjutan. Hasil pengembangan *stillomatic* menawarkan antitesis terhadap fenomena tersebut. Jika AI menawarkan kecepatan dan hasil instan, *stillomatic* menawarkan "jeda" dan "makna" melalui visualisasi proses.

Interpretasi terhadap data validasi menunjukkan bahwa audiens merindukan sentuhan manusia (*human touch*) di tengah gempuran konten sintetik. Ifenthaler dkk. (2025) menekankan pentingnya implikasi etis bagi pembuat kebijakan dan praktisi dalam penggunaan AI. Penelitian ini merumuskan bahwa teknologi, termasuk AI, sebaiknya diposisikan sebagai alat pendukung dalam proses produksi *stillomatic*—misalnya untuk efisiensi *tweening* atau *rendering*—tetapi ideasi dan goresan karakter harus tetap berasal dari tangan peserta didik. Pendekatan ini memperkuat argumen Arn, L., & Huang,

E. M. (2024) yang menyatakan bahwa *storytelling* adalah kunci untuk memupuk pemahaman anak tentang teknologi secara bijak.

Pembahasan Integrasi dalam Ekosistem Pendidikan Nonformal Berbasis Kreativitas

Sebagai implikasi praktis, model *Stillomatic* berkontribusi pada diversifikasi metode *branding* pendidikan nonformal. Huang (2016) menyoroti pengaruh visual *storytelling* terhadap motivasi diri peserta didik. Dengan mengadopsi model ini, institusi tidak hanya mendapatkan materi promosi, tetapi juga materi ajar yang memperlihatkan tahapan berpikir desain (*design thinking*). Ini menciptakan koherensi antara apa yang dipromosikan (nilai pendidikan karakter) dengan apa yang dipraktikkan di kelas, menjawab kebutuhan akan pendidikan seni yang berkarakter (Kusnoto, 2017).

Analisis Data Evaluasi dan Validasi

Pada aspek media, ahli animasi menyoroti bahwa transisi *morphing* sederhana antar-adegan dalam *stillomatic* efektif menjaga kontinuitas visual tanpa membingungkan mata audiens anak. Pada aspek materi psikolog pendidikan memberikan catatan positif pada *pacing* (tempo) video. Tempo yang tidak terlalu cepat (berbeda dengan konten TikTok/Reels pada umumnya) memberikan "ruang kognitif" bagi anak untuk mencerna informasi visual, mendukung teori Piaget tentang tahap operasional konkret yang membutuhkan visualisasi jelas. Validasi eksternal menunjukkan disparitas signifikan antara media lama dengan media baru (*stillomatic*). Dalam sesi wawancara pasca-tayang, 90% responden orang tua menyatakan bahwa mereka dapat merasakan karakter gambar peserta didik melalui video tersebut. Salah satu responden menyatakan, "*Videonya terasa karakter 'anak-anak banged', tidak seperti robot AI. Saya jadi tahu kalau di sini anak saya diajarkan proses, bukan Cuma hasil.*" Data kualitatif ini mengonfirmasi hipotesis bahwa transparansi proses yang ditampilkan melalui *Stillomatic* efektif membangun kepercayaan (brand trust).

Di dunia digital yang dipenuhi algoritma AI seperti GANs (Generative Adversarial Networks) (Gonog & Zhou, 2019), gambar-gambar sering terlihat mirip dan kurang beragam. *Stillomatic* hadir sebagai "perlawanan visual" untuk mengubah itu. *Stillomatic* tidak menolak AI, tetapi justru membuatnya lebih manusiawi. Kalau AI biasanya menyembunyikan cara kerjanya, *stillomatic* malah menunjukkan prosesnya secara terbuka. Setiap gerakan goresan di *stillomatic* jadi bukti cara berpikir manusia yang asli dan unik. Temuan penelitian ini memperluas diskursus mengenai media pembelajaran multimedia. Berbeda dengan penelitian Fauziyah dkk. (2020) yang berfokus pada pengayaan tokoh, penelitian ini menemukan bahwa narasi pergerakan (*movement narrative*) itu sendiri adalah elemen edukasi. Ketika peserta didik melihat sketsa diam yang perlahan diberi narasi dan kemudian bergerak, mereka secara tidak sadar mempelajari urutan logika penciptaan. Ini menstimulasi *Higher Order Thinking Skills* (HOTS) pada level analisis dan sintesis. Anak diajak memahami bahwa sebuah karya besar dimulai dari garis sederhana, sebuah konsep pola pikir pertumbuhan yang krusial.

Meskipun efektif, penelitian ini menyadari keterbatasan pada aspek skalabilitas produksi. Teknik *stillomatic* manual masih membutuhkan keahlian ilustrasi spesifik yang mungkin tidak dimiliki semua

institusi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi pengembangan template atau modul aset hibrida (kolaborasi manusia-AI) yang tetap etis, untuk mempercepat produksi tanpa menghilangkan esensi karakter.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa desain *stillomatic* merupakan solusi adaptif dan strategis bagi institusi pendidikan nonformal dalam menghadapi tantangan homogenisasi atau penyeragaman visual di era *Artificial Intelligence*. Temuan kunci menunjukkan bahwa *stillomatic* mampu menjembatani kebutuhan promosi lembaga dengan nilai edukasi karakter melalui penyajian narasi visual yang menekankan pada proses, bukan sekadar hasil akhir. Hal ini penting karena menawarkan alternatif *branding* yang mempertahankan orisinalitas dan kedalaman makna. Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa teknologi harus ditempatkan sebagai pendukung kreativitas manusia, bukan pengganti, guna memastikan keberlanjutan pendidikan seni yang humanis.

Penelitian ini menegaskan bahwa di tengah disrupsi *Artificial Intelligence* (AI) tidak banyak lembaga seni nonformal menggunakan karya-karya peserta didiknya dalam *branding*. Lembaga, institusi atau akademi pendidikan nonformal memerlukan strategi pertahanan identitas yang kuat. Desain *Stillomatic* hadir bukan sekadar sebagai alternatif media promosi, melainkan sebagai solusi strategis yang menjembatani kesenjangan antara kebutuhan *branding* modern dengan pelestarian nilai karakter pendidikan kreatif. Sintesis dari penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi narasi visual *storyboard* bergerak mampu memvisualisasikan "dapur kreativitas"—sebuah aspek proses manusiawi yang tidak dimiliki oleh konten generatif AI—sehingga menjadi nilai tawar unik (*Unique Selling Point*) bagi institusi atau akademi pendidikan.

Pentingnya penelitian ini terletak pada pembuktian bahwa teknologi dan orisinalitas manual tidak harus saling menegasikan. Melalui model *stillomatic*, institusi pendidikan dapat memanfaatkan teknologi untuk memperkuat penyampaian pesan tanpa kehilangan esensi "sentuhan manusia" yang menjadi fondasi pendidikan karakter. Secara *brand*, desain *stillomatic* ini dapat digunakan langsung sebagai alat promosi atau penyampaian nilai lembaga pendidikan nonformal. Konten ini akan menunjukkan identitas, karakter, dan kekuatan program pendidikan kreatif yang dimiliki institusi. Melalui pendekatan *branding* berbasis *stillomatic* yang kuat dan bermakna, diharapkan lembaga pendidikan non formal dapat membangun *positioning* yang lebih mampu dalam menghadapi homogenisasi konten akibat AI.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah mendanai penelitian ini melalui skema Penelitian Dosen Pemula (PDP) Tahun Anggaran 2025. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Indonesia Writing Edu Center (IWECC) telah memberikan ruang bagi penelitian, kesempatan dan dukungan penuh yang diberikan kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian ini di lingkungan IWECC Academy. Peneliti apresiasi setinggi-tingginya kepada para *reviewers* atas masukan, kritik, dan saran konstruktif yang telah diberikan guna penyempurnaan naskah artikel ini.

Referensi

- About IWEK: Purveyor & leader of Indonesia's literary education. (n.d.). IWEK Indonesia. <https://www.iwekindonesia.com/about>
- Aghasafari, S., Needles, T., & Malloy, M. (2025). 'Multimedia arts learning: Connecting STEAM among special education students'. *Discover Education*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.1007/s44217-025-00440-7>
- Alrandy, V. Z. (2025). 'Pengaruh penggunaan video animasi dalam pembelajaran terhadap pemahaman materi siswa kelas 8 Mts Al-Islahiyah'. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 9933–9940. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/3541>
- Anugerah, R., & Falma, F. O. (2025). 'Perancangan media promosi program studi animasi sekolah vokasi Universitas Negeri Padang dalam bentuk *motion graphic*'. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 4965–4979. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/19157>
- Arn, L., & Huang, E. M. (2024). "Robots Can Do Disgusting Things, but Also Good Things": Fostering Children's Understanding of AI through Storytelling. *ACM Transactions on Computing Education*, 24(3), 1–55. <https://doi.org/10.1145/3677613>
- Droste, J. (2025). *Animated film production pipelines and artificial intelligence* (Unpublished bachelor's thesis). Institute of Art, Design & Technology. https://figshare.com/articles/thesis/Animated_film_production_pipelines_and_Artificial_Intelligence/30598658
- Fan, M., Cui, X., Ma, W., Li, H., Tong, X., Yang, L., & Wang, Y. (2025). *From words to wonder: Designing and evaluating an AI-empowered creative storytelling system for elementary children*. In N. Yamashita, V. Evers, K. Yatani, X. Ding, B. Lee, M. Chetty, & P. Toups-Dugas (Eds.), *Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–15). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3706598.3713478>
- Fauziyah, E. I., Praherdhiono, H., & Ulfa, S. (2020). 'Efektivitas Penggunaan Video dengan Pengayaan Tokoh dan Animasi terhadap Pemahaman Konseptual Siswa'. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 3(4), 448–455. <https://doi.org/10.17977/um038v3i42020p448>
- Gonog, L., & Zhou, Y. (2019). 'A review: generative adversarial networks'. Dalam *Proceedings of the 2019 14th IEEE Conference on Industrial Electronics and Applications (ICIEA)* (hlm. 505–510). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICIEA.2019.8833686>
- Huang, T.-H., Ferraro, F., Mostafazadeh, N., Misra, I., Agrawal, A., Devlin, J., Girshick, R., He, X., Kohli, P., & Batra, D. (2016). *Visual storytelling*. In *Proceedings of the 2016 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies* (pp. 1233–1239). Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.18653/v1/N16-1147>
- Ifenthaler, D. (2025). 'Information Processing Re-visited: Reciprocal Perspectives on Artificial Intelligence and Human-Centered Systems'. *AI Enhanced Learning*, 1(1), 229–243. <https://doi.org/10.70725/465418kgasdx>
- Kusnoto, Y. (2017). 'Internalisasi nilai-nilai pendidikan karakter pada satuan pendidikan'. *Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial*, 4(2), 247–256.
- La Rosa, M. (2025). *Contemporary Post-Production: Create, Cut, Collaborate, Color, Deliver*. Taylor & Francis.
- Mishra, D. (2025). 'Mayer's cognitive theory of multimedia learning: An overview'. Dalam D. Mishra (Ed.), *Technology Driven Language Learning: Innovations and Applications* (hlm. 7–16). Springer Nature Switzerland AG. https://doi.org/10.1007/978-3-031-77232-0_2
- Moersid, R., & Urban, P. S. (2022). *Komodifikasi Permainan Kreativitas Anak pada Lembaga Kursus Seni Anak (Studi Kasus dalam Ganara Art Studio)*.

- Nainggolan, A. M., & Daeli, A. (2021). 'Analisis teori perkembangan kognitif Jean Piaget dan implikasinya bagi pembelajaran'. *Journal of Psychology Humanlight*, 2(1), 31–47. <https://doi.org/10.51667/jph.v2i1.554>
- Ok, G., Kaya, D., & Kutluca, T. (2025). 'Artificial Intelligence for a Sustainable Future in the 21st Century: Impacts and Reflections on Education'. *Discourse and Communication for Sustainable Education*, 16(1), 109–136. <https://doi.org/10.2478/dcse-2025-0009>
- Salsabila, M., Sesrita, A., & Rajagukguk, Z. F. (2024). 'Kecerdasan Visual-Spasial pada Siswa Sekolah Dasar: Analisis Jurnal Tahun 2020--2023'. *Karimah Tauhid*, 3(6), 6692–6706. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i6.13682>
- Saputra, D., & Chaedoni, M. (2022). 'Teori Kognitif Pembelajaran Berbasis Multimedia Menggunakan Teknik Animasi'. *Journal of Multimedia Trend and Technology*, 1(1), 36–42. <https://doi.org/10.35671/jmtt.v1i1.13>
- Supriadi, S., Zulfaidah, A., Nasir, M., & Dhayinta, S. T. (2025). Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Kecerdasan Buatan Terhadap Keterampilan Berpikir Kritis dan Hasil Belajar PPKn Siswa di SMA. *PEMA*, 5(2), 684–690.