

Media Informasi dan Promosi Berbasis *Motion Graphic* Pada PT. NL Indonesia

M. Puad Abdul Baqi^{*1}, Mukti Budiarto², Dinda Sumiati³

^{1,2,3} Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja

E-mail: *¹puad@raharja.info, ²mukti@raharja.info, ³dinda.sumiati@raharja.info

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin maju mampu membantu perusahaan dan instansi dalam mengeksekusi strategi pemasaran pada media sosial. PT. NL Indonesia (NoLimit) merupakan perusahaan bergerak dibidang teknologi yang berfokus pada monitor dan analisa media sosial dengan menggunakan Big Data untuk membantu klien untuk mendapatkan hubungan baik antara perusahaan dan konsumen yang lebih baik. Permasalahan yang ditemukan adalah PT. NL Indonesia saat ini menginformasikan dan mempromosikan dalam website dan tender yang dilanjutkan dalam meeting personal. Tujuan penelitian ini yaitu untuk membuat media audio visual berbentuk Motion Graphic untuk menambah media promosi dan informasi yang dibutuhkan, serta menjadi daya tarik masyarakat terutama perusahaan dan instansi yang melakukan promosinya dalam media sosial. Hasil penelitian ini berupa media berbentuk Motion Graphic dan dirancang menggunakan Adobe Illustrator CS6, Adobe After Effect CS6, dan Adobe Premier Pro CS6. Metode penelitian yang digunakan adalah pengumpulan data, analisa SWOT, perancangan media dan konsep produksi media (KPM). Dengan dirancang media berbentuk Motion Graphic, diharapkan mampu menarik simpati masyarakat lebih luas sehingga dapat bergabung menjadi klien PT. NL Indonesia.

Kata Kunci — Media, Motion Graphic, Promosi, Informasi.

Abstract

The development of advanced technology is able to help companies and agencies in executing marketing strategies on social media. PT. NL Indonesia (NoLimit) is a company engaged in technology that focuses on monitors and analysis of social media by using Big Data to help clients to get good relations between company and better consumers. The problem is that PT. NL Indonesia currently informs and promotes the website and tender that is continued in the personal meeting. The aim of this research is to create Motion Graphic visual media to add promotional media and needed information, as well as the appeal of the community, especially the companies and agencies that promoted them in social media. The results of the research are Motion Graphic-shaped media and are designed using Adobe Illustrator CS6, Adobe After Effect CS6, and Adobe Premier Pro CS6. The research methods used are data collection, SWOT analysis, media planning analysis and Media production concept (KPM). With the designed Motion Graphic shaped media, it is expected to attract sympathy of the wider society so that it can join the client of PT. NL Indonesia.

Keywords— Media, Motion Graphic, Promotion, Information

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat. Hampir semua aspek kehidupan sehari-hari selalu berhadapan dengan teknologi. Salah satu teknologi yang banyak mempengaruhi kehidupan itu adalah internet.

Informasi adalah data yang diproses agar lebih bermanfaat dan bermakna bagi penerima, serta untuk mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan^[1]. Media adalah semua bentuk yang digunakan untuk mengirimkan informasi^[2].

Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, pengaruh atau membujuk, dan mengingatkan target pasar perusahaan dan produk-produknya untuk bersedia menerima dan setia kepada produk yang ditawarkan oleh perusahaan^[3].

Informasi yang berkembang dengan bantuan internet mengakibatkan pertukaran informasi yang semakin cepat dalam jejaring sosial. Hal tersebut dimanfaatkan sangat baik dengan menggunakan media sosial sebagai pengembang brand secara online oleh perusahaan atau instansi yang didukung dengan adanya layanan iklan yang dikelola langsung oleh media sosial seperti *Facebook Ads*, *Youtube Ads*, *Instagram Ads* dan lain sebagainya.

Fungsi brand disini sebagai identitas dan gambaran seseorang akan suatu perusahaan, instansi atau produk dari perusahaan dan instansi. Namun dalam membuat suatu brand dalam media sosial itu dikenal dan dipercayai oleh banyak orang itu tidak mudah. Oleh karena itu, diperlukannya strategi yang tepat dalam memperkenalkan brand tersebut. Salah satunya dengan membuat konten.

Karena dengan pembuatan konten media sosial yang berkualitas mampu menarik *audience* untuk memberikan *feedback* (tanggapan) positif dan berefek *viral*. Maka diperlukannya monitoring dan analisis media sosial dengan menggunakan *tools*.

Motion Graphic adalah salah satu cabang ilmu desain grafis, di mana dalam *Motion Graphic* ada elemen desain seperti bentuk, ekspresi, ukuran, arah, tekstur didalamnya, dengan sengaja didorong atau gerakan yang diberikan. Perbedaan dalam *Motion Graphic* dengan desain grafis adalah pada media aplikasi, jika desain grafis adalah elemennya *statis* (diam) dan hadir dalam bentuk cetak, sementara elemen *Motion Graphic* memiliki gerakan sehingga terlihat dinamis dan ditampilkan melalui media *audio visual*^[4].

Dalam pembuatan *Motion Graphic* diperlukan beberapa pertimbangan untuk menghasilkan gerak yang efektif, yaitu: (a) *Spatial*, merupakan pertimbangan yang terdiri dari arah, ukuran, arah gerakan, perubahan ketika sebuah gerakan dipengaruhi oleh gerakan lain, hubungan pergerakan terhadap batas-batas *frame*. Faktor-faktor tersebut penting untuk dipertimbangkan ketika proses koreografi animasi temporal. (b) *Temporal*, merupakan sebuah pertimbangan yang berhubungan dengan *time* (waktu) dan *velocity* (kecepatan), serta memiliki peranan dalam sebuah pergerakan. Di dalam video atau pun *Motion Graphic*, waktu digambarkan secara *frame per second*. (c) *Live Action*, merupakan sebuah faktor yang mempengaruhi sebuah perubahan gerak, warna, posisi, dan sebagainya secara *live* (langsung), seperti: *camera focus*, *camera angle*, *shot size*, dan *mobile framing*. (d) *Typographic*, merupakan salah satu prinsip untuk membangun sebuah pesan dalam desain grafis yang berupa teks. Penggunaan tipografi dapat bermanfaat sesuai dengan kebutuhan, seperti: perbedaan tipe huruf, ukuran, kapital atau huruf kecil.

PT. NL Indonesia atau lebih dikenal dengan NoLimit merupakan perusahaan yang bergerak dibidang teknologi dengan fokus pada memonitori dan analisis pada media online dengan menggunakan *Big Data*, untuk digunakan oleh klien dengan tujuan mampu mendapatkan hubungan antar perusahaan dengan konsumen yang lebih baik. Informasi mengenai NoLimit bisa diakses pada website resmi mereka.

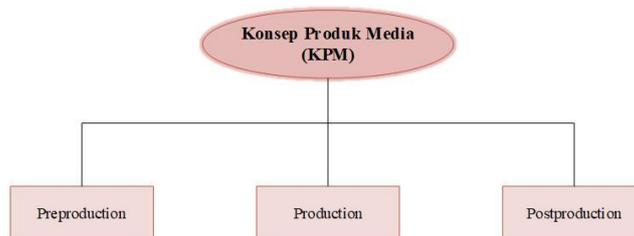
Saat ini, media yang digunakan dalam promosi dan informasi PT. NL Indonesia (NoLimit) adalah media cetak berupa persentasi *slide* dan untuk media online seperti *website*. Namun dalam perkembangan dunia digital saat ini, perkembangan media video sebagai pendukung promosi dan informasi suatu perusahaan yang dianggap lebih mampu dalam menarik simpati publik, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian perancangan *Motion Graphic*.

Dalam pembuatan *Motion Graphic* PT. NL Indonesia menggunakan beberapa *software* pendukung yaitu: (1) *Adobe Illustrator CS6* adalah perangkat lunak dan ilustrasi pemrosesan gambar vektor dan yang dapat digunakan untuk membuat gambar imajinasi atau figur karakter

[5]. (2) *Adobe After Effect CS6* adalah perangkat lunak yang terutama digunakan untuk membuat grafik gerak dan efek visual. Hal ini memungkinkan pengguna untuk menghidupkan, mengedit, dan menulis media 2D atau ruang 3D dengan banyak alat *built-in* yang berbeda dan *plug-in* pihak ketiga yang dapat didownload dari Internet tergantung pada jenis plug in dicari [6]. (3) *Adobe Premiere Pro* digunakan untuk mengedit video berdurasi penuh. Jika Anda menyelesaikan proses *shooting* dan memiliki banyak klip video yang harus segera dikompilasi ke dalam seluruh video, maka Anda dapat mengatur dan mengatur klip-klip urutan sampai menjadi kronologis dan baik-menonton film/video menggunakan *Adobe Premiere*. Dengan *Adobe Premiere*, dapat memoles seluruh video dengan menambahkan judul, subjudul, efek transisi, dan efek khusus lainnya [7].

2. METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh dan melengkapi data-data yang diperlukan dalam penulisan terkait dengan perancangan *Motion Graphic* berbasis media elektronik menggunakan beberapa metode penelitian. Metode tersebut adalah: (1) Metode pengumpulan data melalui (a) Observasi penelitian secara langsung pada PT. NL Indonesia, (b) Wawancara dengan melakukan tanya jawab pada pihak *stakeholder* yang merupakan staff administrasi dan *finance* pada PT. NL Indonesia, (c) Studi Pustaka, untuk mencari *literature review* pada jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan menjadikan sebagai landasan teori yang valid, (d) Analisa SWOT (*Strengths*-kekuatan, *Weaknesses*-kelemahan, *Opportunities*-peluang, dan *Threats*-ancaman), (e) Analisa Perancangan Media, berupa *software* penunjang yaitu *Adobe Illustrator CS6*, *Adobe After Effect CS6*, dan *Adobe Premier Pro CS6*, (f) Konsep Produksi Media, berupa *pre-production*, *production*, dan *post-production*.



Gambar 1. Tahapan Konsep Produksi Media

LITERATURE REVIEW

Berikut adalah *literature review* yang terkait dengan topik penelitian:

Penelitian yang diselesaikan oleh Iffah Sa'adah, Suwito Eko Pramono, dan R. Suharso (2017)^[8], "*Pengembangan Media Video Motion Graphic Sejarah Pemerintahan Herman Willem Daendels (1808-1811) dalam Pembelajaran Sejarah Indonesia Untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa Untuk SMA*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Research and Development* (R&D), metode penelitian ini digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut sehingga menghasilkan produk yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan minat belajar sejarah pemerintahan Herman Willem Daendels (1808-1811) bagi siswa SMA dengan menggunakan *Motion Graphic*.

Penelitian yang diselesaikan oleh Yesty Desca Refita Putri (2017)^[9], "*Pembuatan Motion Graphics sebagai Media Sosialisasi dan Promosi untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data (observasi, wawancara, dan studi pustaka), dan metode konsep produksi media (*pre-production*, *production*, dan *post-production*). Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah media sosialisasi yang menarik dan informatif untuk inovasi produk berbasis aplikasi sebuah layanan transaksi pasar modal Mandiri Sekuritas yaitu Mandiri Sekuritas Online Trading

(MOST), media *mobile* yang dikemas dalam bentuk *Motion Graphics* menggunakan aplikasi *Adobe After Effects* dan *Adobe Illustrator*.

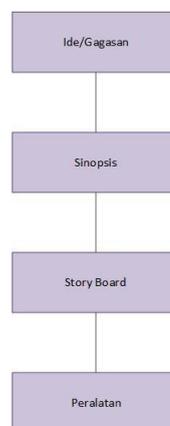
Penelitian yang telah diselesaikan oleh Dewi Immaniar Desrianti, Sudaryono, dan Rahmah Diana (2019)^[10], “*Animasi Interaktif Pada Mata Pelajaran Agama Islam*”. Metode dalam penelitian tersebut ialah metode perumusan masalah berdasarkan pengumpulan data (wawancara, observasi, studi literatur, dan studi pustaka), analisa kebutuhan, analisa perancangan, uji coba dan implementasi evaluasi. Penelitian tersebut menjelaskan perancangan media belajar interaktif yaitu animasi untuk mata pelajaran Agama Islam.

Penelitian yang telah diselesaikan oleh Dewi Immaniar Desrianti, Ahmad Nur Firdaus, dan Desy Pangestu Gunawan (2017)^[2], “*Animasi dengan Gambar Bergerak Meningkatkan Daya Tarik Program Promosi*”. Metode yang digunakan adalah metode pengumpulan data (observasi, wawancara, dan studi pustaka), dan metode konsep produksi media (*pre-production*, *production*, dan *post-production*). Penelitian tersebut membahas mengenai animasi merupakan salah satu yang mampu meningkatkan daya tarik program promosi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Pre-Production*

Pra-produksi adalah tahapan perencanaan proses suatu produksi merupakan tahapan awal dari seluruh kegiatan yang akan datang^[6]. (a) Penemuan ide yang dibuat dikembangkan lagi dengan mengumpulkan data atau dengan penelitian, kemudian dengan data yang telah diperoleh dituangkan ke dalam sinopsis yang dibuat oleh penulis naskah dan diikuti oleh pertemuan untuk mendiskusikan ide atau ide secara keseluruhan kemudian membuat *rundown*. (b) Rencana ini didasarkan pada penentuan periode kerja (jadwal waktu), penyelesaian Sinopsis, pemilihan seniman, lokasi, dan kru. Selain persiapan biaya dan rencana lokasi adalah bagian dari perencanaan yang cermat dan menyeluruh. (c) Persiapan ini melibatkan keberangkatan dari semua kontrak, perjanjian, dan korespondensi. Seniman pelatihan dan menyiapkan, meneliti dan memperlengkapi peralatan yang diperlukan, semua persiapan ini terbaik dipecahkan sesuai dengan jangka waktu yang ditentukan^[11]. *Pre-production* adalah tahap awal dalam pembuatan *Motion Graphic*. Pada tahap ini sejumlah persiapan dibuat, diantaranya adalah pembuatan gagasan/ide, pembuatan sinopsis cerita, narasi cerita, membuat *story board*, *script writing*, *story line*, *time schedule*, anggaran/*budget*, dan peralatan yang digunakan. Berikut merupakan gambar bagan tahapan *pre- production*.



Gambar 2. Tahapan *Pre-Production*

1. Ide/Gagasan

Pada tahap awal proses pra-production, gagasan atau ide dirancang kedalam sebuah proses produksi *Motion Graphic*. Dalam pembuatan *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit) memerlukan gagasan/ide yang dapat menarik calon klien untuk menggunakan produk PT. NL Indonesia (NoLimit). Oleh karena itu, dibuatlah *Motion Graphic* dengan animasi sehingga mampu mengemas informasi lebih informatif dan menarik.

2. Sinopsis

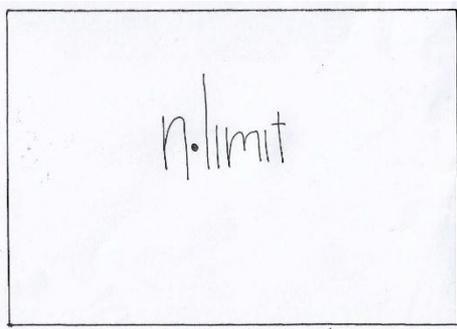
Sinopsis adalah sebuah ringkasan cerita yang terdapat pada sebuah proses produksi video atau film. Dalam pembuatan sinopsis terdapat judul, tokoh, latar, konflik, dan alur cerita yang menentukan kerangka cerita yang akan dibuat. Sehingga terangkailah suatu peristiwa pada sebuah paragraf. Berikut sinopsis dari *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit).

NoLimit merupakan perusahaan dibentuk pada tahun 2010 dan mendapatkan legalitasnya pada tahun 2013 menjadi PT. NL Indonesia. Perusahaan yang berfokus pada monitoring dan analisis sosial media dengan menggunakan Big Data. Visi PT. NL Indonesia adalah "Never ending learning and improvement", sedangkan misinya adalah "Be your online media partnership". Saat ini PT. NL Indonesia memiliki tiga produk yaitu, NoLimit Dashboard, NoLimit Care, dan NoLimit Loyalty.

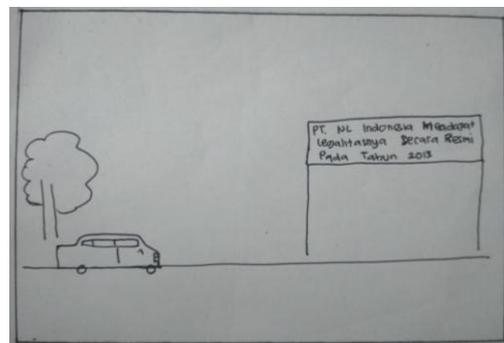
3. Story board

Menurut Tonni Limbong dan Janner Simarmata (2020:105)^[12], *Story board* yaitu proses pembuatan naskah menjadi lebih detil dalam bentuk gambar serta membaginya menjadi sub bagian (cut) serta memberikan perwaktuan per cut. *Story board* adalah papan cerita berupa sketsa kasar mengenai suatu peristiwa yang tersusun dalam gambar-gambar untuk merencanakan pengambilan gambar berdasarkan naskah yang telah dibuat. Dalam pembuatan *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit) diperlukan perancangan maka dibuatlah *story board* berikut.

- *Scene 1*, Menampilkan Logo PT. NL Indonesia
- *Scene 2*, Menampilkan Sejarah PT. NL Indonesia

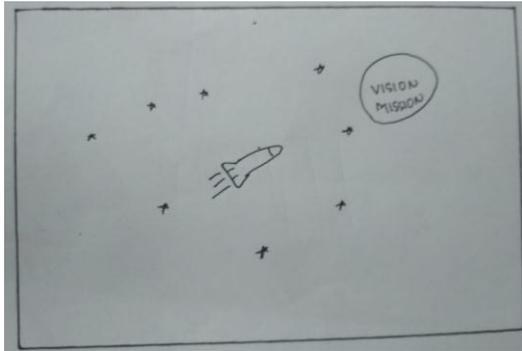


Gambar 3. *Story Board*, *Scene 1*-Menampilkan Logo PT. NL Indonesia



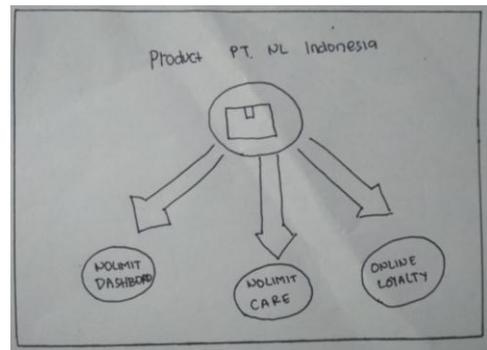
Gambar 4. *Story Board*, *Scene 2*-Menampilkan Sejarah PT. NL Indonesia

- Scene 3, Menampilkan Visi dan Misi PT. NL Indonesia



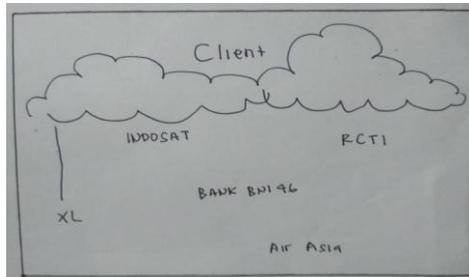
Gambar 5. Story Board, Scene 3-Menampilkan Visi dan Misi PT. NL Indonesia

- Scene 4, Menampilkan Produk PT. NL Indonesia



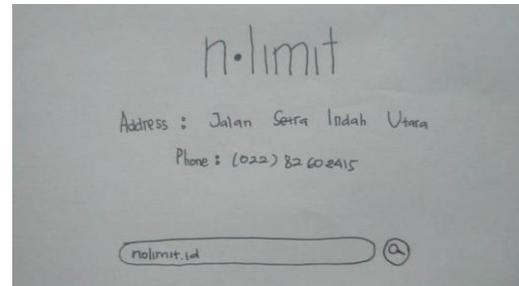
Gambar 6. Story Board, Scene 4-Menampilkan Produk PT. NL Indonesia

- Scene 5, Menampilkan Klien PT. NL Indonesia



Gambar 7. Story Board, Scene 2-Menampilkan Klien PT. NL Indonesia

- Scene 6, Menampilkan Bumper Closing



Gambar 8. Story Board, Scene 6-Menampilkan Bumper Closing

4. Setting Alat

Dalam produksi Motion Graphic PT. NL Indonesia (NoLimit) dibutuhkan peralatan yaitu, *personal computer* (PC) dan *pen tablet*.



Gambar 9. Personal Computer



Gambar 10. Pen Tablet HUION H430P

3.2. Production

Production atau produksi adalah proses pengambilan gambar untuk keperluan pembuatan video atau film yang dibutuhkan berdasarkan pada perencanaan yang telah dibuat. Dalam pembuatan *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit), *production* adalah

proses pembuatan gambar (membuat ilustrasi) sehingga terbentuk animasi dalam bentuk berdasarkan naskah, *story board*, dan *story line* yang telah direncanakan sebelumnya.

Proses production yang akan dilakukan mengacu pada konsep perancangan *Multimedia Audio Visual and Broadcasting* (MAVIB).

1. Perancangan Multimedia

Perancangan multimedia memadukan tiga unsur, yaitu gambar, suara, dan teks sehingga tercipta persentasi yang dinamis, interaktif, dan informatif pada *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit) yang dibuat mampu menarik simpati calon klien lebih efektif dan efisien berdasarkan konsep multimedia dalam bentuk media informasi audio visual yang berisi gambar ilustrasi animasi, teks, dan audio. Tiga tahap sistematis dalam perancangan multimedia tersebut adalah:

a. Tujuan Multimedia

Tujuan multimedia dari pembuatan *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit) adalah sebagai media promosi dan informasi yang dimasukkan kedalam *display* persentasi sehingga mampu menarik simpati calon klien.

b. Strategi Multimedia

- Geografi: Seluruh Indonesia
- Demografi:
Bentuk Usaha : Jasa dan Penjualan
Pendapatan: Menengah
- Sasaran: Perusahaan dan instansi yang melakukan promosi pada media sosial.
Psikografi: Calon klien (perusahaan dan instansi) yang membutuhkan *tool monitor* dan analisis pada media sosial.

c. Program Multimedia

Program multimedia yang digunakan dalam pembuatan *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit) terdapat tiga tahap, yaitu:

- *Teks*. Teks yang digunakan adalah arial.
- *Picture*. Gambar yang digunakan adalah ilustrasi dengan format PNG, AI yang diedit menjadi JPG.
- *Sound*. Suara yang digunakan dalam video adalah *backsound* musik yang energik

2. Perancangan Audio

Dalam perancangan *audio Motion Graphic* PT. NL Indonesia menggunakan *back sound* musik yang energik, dipadukan dengan *pop-up* efek pada setiap informasi yang muncul, dan terdapat *voice over* yang membantu dalam menjelaskan informasi mengenai PT. NL Indonesia. Terdapat tiga konsep dalam perancangan audio, yaitu:

a. Tujuan Audio

Tujuan adanya audio dalam *Motion Graphic* PT. NL Indonesia adalah membantu dalam menjelaskan visual yang ada sehingga mudah dipahami. *Back sound* dan *sound effect* yang digunakan bertujuan untuk mengemas *Motion Graphic* menjadi lebih menarik.

b. Strategi Audio

Dalam *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit), audio yang digunakan pada setiap *pop up* materi dan sebagai musik latar mampu membuat visualisasi menjadi lebih baik. Musik latar yang digunakan lebih berkesan berenergi dan inspiratif. Dipadukan dengan *voice over* yang menjelaskan detail tentang PT. NL Indonesia.

c. Program Audio

Audio yang diterapkan untuk mengisi suara dalam *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit) disesuaikan dengan kebutuhan. Musik latar dengan format MP3 yang di proses dengan *cutting* dan *editing*. Untuk *sound effects* pada setiap materi muncul.

3. Perancangan Visual

Bentuk visualisasi yang dihasilkan akan berbentuk yang telah tersusun rapih dan diedit sedemikian rupa sehingga terbentuk video yang interaktif dan informatif. Dalam perencanaan visual terdapat tiga konsep, yaitu:

a. Tujuan Visual

Tujuan visual yang dirancang dalam *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit) ialah mampu memberikan visual yang menarik sehingga informasi yang disajikan dapat dipahami dengan baik oleh calon klien. Untuk mencapai tujuan tersebut, *Motion Graphic* disajikan dengan visual effect animasi dan permainan slide.

b. Strategi Visual

Dalam membuat visual yang sesuai dengan kebutuhan, maka digunakan berbagai *plugin effect* pada ilustrasi yang dibuat agar hidup dan bergerak. *Plugin effect* tersebut memberikan visual melompat, merenggang, dan lain sebagainya.

c. Program Visual

Visual effect yang ditambahkan dalam *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit) dirancang dengan bantuan software *Adobe After Effect CS6*.

4. Perancangan *Broadcasting*

Perancangan *broadcasting* yang diajukan berfungsi untuk menjangkau masyarakat luas. Untuk mencapai fungsi tersebut, *broadcasting* dirancang dalam tujuan *broadcasting*, strategi *broadcasting*, dan program *broadcasting*.

a. Tujuan *Broadcasting*

Tujuan *broadcasting* adalah mampu menyampaikan informasi secara luas di masyarakat.

b. Strategi *Broadcasting*

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan maka perlunya strategi yang mendukung. Salah satunya adalah memilih metode yang tepat untuk menyebarkan *Motion Graphic* yang telah dibuat. Informasi dapat diakses dengan bantuan internet. Dalam hal ini PT. NL Indonesia akan mendistribusikan sendiri media *motion graphic* tersebut. Baik dalam bentuk pesan, penayangan saat persentasi, dan lain sebagainya.

c. Program *Broadcasting*

Program *broadcasting* yang akan digunakan dalam perancangan *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit) adalah melalui aplikasi bertukar pesan seperti *whatsapp* dan *e-mail*.

3.3. *Post-Production*

Pada tahap *post-production* adalah tahap terakhir dimana semua gambar dan video terdapat pada proses *production* diedit oleh *editor* sehingga mampu memberikan cerita atau pesan sesuai dengan harapan pada *audience*. Tahapan dalam *post-production*, yaitu:

1. *Capturing*

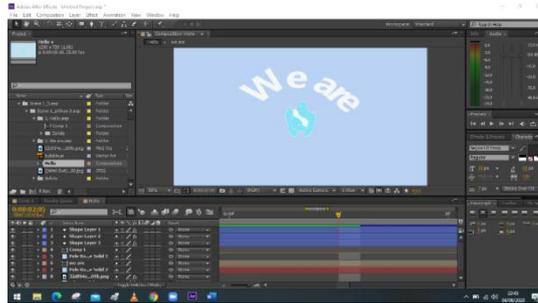
Dalam pembuatan *Motion Graphic* PT. NL Indonesia (NoLimit), *capturing* merupakan tahap pembuatan ilustrasi yang sesuai dengan *story board*.



Gambar 11. Proses *Capturing* Menggunakan *Adobe Illustrator CS6*

2. *Editing*

Pada tahapan *editing*, ilustrasi berupa gambar yang telah dibuat diberi efek sehingga lebih hidup. Dan pada proses ini, penyuntingan gambar atau ilustrasi dilakukan pada *software Adobe After Effect CS6*.



Gambar 12. Proses Editing Menggunakan Adobe After Effect CS6

3. *Mixing*

Proses ini adalah tahap dimana pencampuran suara, gambar, dan teks yang telah di proses pada tahap *editing* untuk menjadi file video yang harmonis atau serasi.

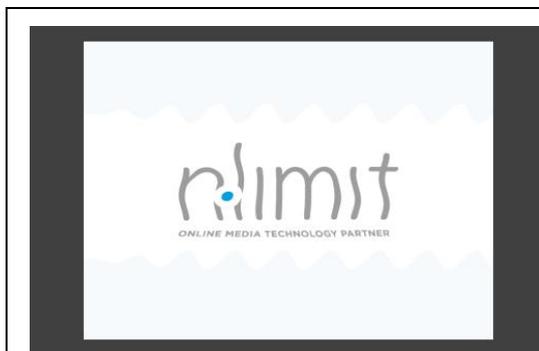
4. *Finishing*

Finishing merupakan tahap terakhir, dimana video telah sempurna menjadi format video.

3.4. Tampilan Isi

Yang ditampilkan dalam *Motion Graphic* ini adalah penjelasan mengenai perusahaan meliputi sejarah, visi perusahaan, misi perusahaan, produk, pelayanan, dan klien yang telah bergabung dengan PT. NL Indonesia. *Motion Graphic* yang dibuat tersebut bertujuan untuk menambahkan media pendukung yang mampu menarik minat masyarakat luas agar bergabung menjadi partner PT. NL Indonesia.

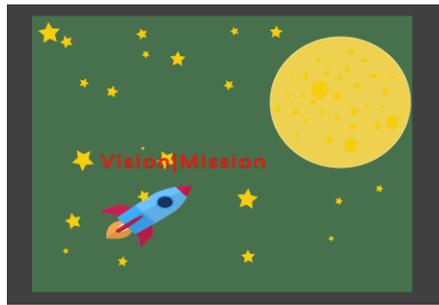
Motion Graphic ini berdurasi dua menit dan berikut hasil visual dari *Motion Graphic* PT. NL Indonesia:



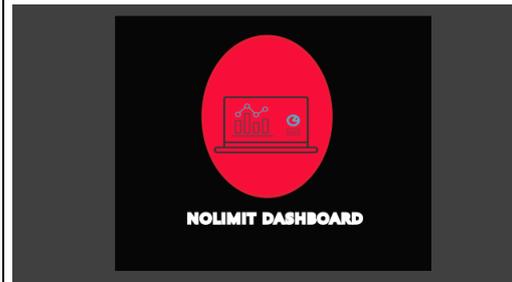
Gambar 13. *Visual, Scene 1*-Menampilkan Logo PT. NL Indonesia



Gambar 14. *Visual, Scene 2*-Menampilkan Sejarah PT. NL Indonesia



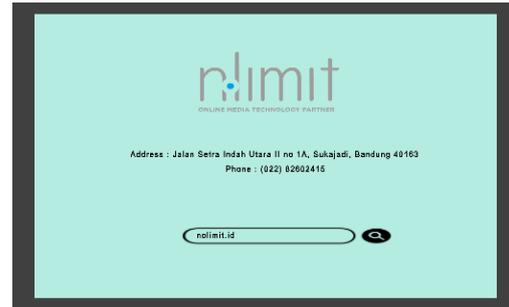
Gambar 15. *Visual, Scene 3*-Menampilkan Visi dan Misi PT. NL Indonesia



Gambar 16. *Visual, Scene 4*-Menampilkan Produk PT. NL Indonesia



Gambar 17. *Visual, Scene 5*-Menampilkan Klien PT. NL Indonesia



Gambar 18. *Visual, Scene 6*-Menampilkan *Bumper Closing*

4. KESIMPULAN

Terkait dengan penelitian yang dilakukan pada PT. NL Indonesia (NoLimit) mengenai perancangan media promosi dan informasi, maka kesimpulan penulis dalam kendala yang dimiliki oleh PT. NL Indonesia (NoLimit) ialah kurangnya media yang mendukung promosi dan informasi secara *online*. Walau saat ini PT. NL Indonesia sendiri memiliki *website* pribadi yang berisikan informasi seputar perusahaan dan produk-produk yang dimiliki tidak cukup untuk membuat pangsa pasar lebih luas. Karena dalam strategi pemasaran yang dilakukanpun masih manual, yaitu dengan melakukan tender yang dilanjutkan oleh personal meeting oleh tim marketing.

Untuk mendukung hal menangani hal tersebut, maka diperlukan media yang tepat untuk melakukan promosi dan informasi pada PT. NL Indonesia (NoLimit) adalah *audio visual* berupa *Motion Graphic*. *Motion Graphic* yang memperhatikan gambar atau ilustrasi, teks, dan audio yang mampu memberikan informasi dan diberi efek sehingga lebih menarik dan memberi kesan positif pada calon klien. Dengan dibuatnya *audio visual* berupa *Motion Graphic* ini membentuk strategi pemasaran *online*, dimana *Motion Graphic* yang telah dibuat diunggah pada *platform* Youtube, sehingga mampu menarik pangsa pasar lebih luas.

5. SARAN

Dengan dilakukan penelitian mengenai perancangan media promosi dan informasi pada PT. NL Indonesia (NoLimit), penulis melakukan analisis kasus berdasarkan hasil observasi secara langsung melalui wawancara, studi pustaka, dan lain-lain penulis memberi saran untuk memanfaatkan media sosial lebih baik sebagai promosi dan informasi, sehingga pangsa pasar yang didapat akan lebih luas. Dengan menggunakan media visual yang antraktif yang mampu menarik simpati masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraeni, Elisabet Yunaeti., Irviani, Rita. 2017. *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [2] Desrianti, Dewi Immaniar., Firdaus, Ahmad Nur., Gunawan, Deny Pangestu. 2017. *Animasi Dengan Gambar Bergerak Meningkatkan Daya Tarik Program Promosi*. Universitas Raharja Tangerang. *Journal CCIT*. ISSN: 1978-8282, Vol. 10, No. 1.
- [3] Sunarya, Lusyani., Apryllia, Putri., Isnaini, Siti. 2016. *Design Video Profile Based Multimedia Audio Visual And Broadcasting As A Media Promotion*. Universitas Raharja Tangerang. *CCIT Journal*. ISSN: 1978-8282, Vol. 9, No. 3.
- [4] Saputra, Agesta Budy. 2018. *Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Untuk Proyek Purna Jual Datsun Sigap*. Politeknik negeri Jakarta. KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer. ISSN: 2549-9351, Vol. 2, No.
- [5] Aris., Syahnaz, Chris., Ulfah, Siti Mariah. 2017. *Desain Merchandise Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi SD Islam Miftahul Huda*. *Journal Sensi: Strategic of Education in Information System*. ISSN: 2461-1409, Vol. 3, No. 2.
- [6] Dilasetiara, Erria. 2019. *Media Interaktif Pengenalan Karakter Wayang Pandawa Dengan Metode Talking Stick Pada Siswa Kelas III Sekolah Dasar Negeri Jatisari Semarang*. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*. P-ISSN: 1979-0414, e-ISSN: 2621-6256, Vol. 12, No. 1.
- [7] Agung, Gregorius. 2018. *Adobe After Effects Komplet*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [8] Sa'adah, Iffah., Prmono, Suwito Eko., Suharso, R. 2017. *Pengembangan Media Video Motion Graphic Sejarah Pemerintahan Herman Willem Daendels (1808-1811) Dalam Pembelajaran Sejarah Indonesia Untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa Untuk SMA*. *Indonesian Journal of History Education (IJHE)*. ISSN: 2252-6641, Vol. 5. No. 1.
- [9] Putri, Yesty Desca Refita. 2017. *Pembuatan Motion Graphics sebagai Media Sosialisasi dan Promosi untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer*. ISSN: 2549-9351, Vol. 1, No. 2.
- [10] Desrianti, Dewi Immaniar., Sudaryono., Diana, Rahmah. 2019. *Animasi Interaktif Pada Mata Pelajaran Agama Islam*. *Journal CCIT*. ISSN: 1978-8282, Online ISSN: 2655-4275, Vol. 12, No. 1.
- [11] Rifai, Danang., Astriyani, Erna., Indria, Upi. 2018. *Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia*. *Technomedia Journal (TMJ)*. E-ISSN: 2528-6544, P-ISSN: 2620-3383, Vol. 3, No. 1.
- [12] Limbong, Tonni., Simarmata, Janner. 2020. *Media dan Multimedia Pembelajaran Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.