

Media Informasi Dan Promosi Berbasis Animasi *Motion Graphic* Pada PT. Elekrika Persada Solusindo

Dewi Immaniar Desrianti^{*1}, Arkan Nur Robby², Rina Eva M. Simamora³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja
Jl. Jend. Sudirman No. 40, Modern Cikokol, Tangerang

E-Mail : ^{*1}dewi.immaniar@raharja.info, ²arkan@raharja.info, ³rina.eva@raharja.info

Abstrak

Pesaing dalam dunia bisnis di era saat ini terus berkembang dengan mengikuti tren di era digital yang membuat setiap perusahaan berlomba-lomba memasarkan produknya. Apalagi dalam situasi saat ini, penyebaran virus pandemi yang disebut COVID-19 belum berakhir, sehingga setiap perusahaan harus meningkatkan penyebaran informasi dan promosi pada khalayak dikarenakan penyebaran virus ini mengakibatkan banyak perusahaan yang kesulitan dalam menjangkau klien. PT. Elekrika Persada Solusindo merupakan salah satu dari banyaknya perusahaan yang terkena dampak akibat dari pandemi ini, terletak di Rukan Graha Mas - Kebon Jeruk Blok B No. 25 Jalan Raya Perjuangan, Jakarta Barat. Permasalahannya terdapat pada media dalam menginformasikan dan mempromosikan tentang PT. Elekrika Persada Solusindo, sebelumnya media yang digunakan hanya via webinar dan media cetak yang dirasa kurang signifikan di tengah pandemi saat ini. Tujuan penelitian ini adalah melakukan perancangan berupa profil video berbasis animasi motion graphic yang dapat dimanfaatkan dalam menginformasikan dan mempromosikan tentang PT. Elekrika Persada Solusindo. Hasil dari penelitian ini berupa profil video berbasis animasi motion graphic. Metode penelitiannya berupa pengumpulan data dan konsep produksi media (KPM). Diharapkan dengan terwujudnya audio visual berbasis motion graphic ini, khalayak dan khususnya target audiens dapat lebih mengenal secara utuh dan komprehensif mengenai PT. Elekrika Persada Solusindo.

Kata kunci – Audio Visual, Informasi, Promosi, Motion Graphic

Abstract

Competitors in the business world in the current era continue to develop by following the trends in the digital era that make every company compete to market their products. Especially in the current situation, the spread of the pandemic virus called COVID-19 has not ended, so every company must increase the dissemination of information and promotion to the public because the spread of this virus has resulted in many companies having difficulty reaching clients. PT. Elekrika Persada Solusindo is one of the many companies affected by this pandemic, located at Rukan Graha Mas – Kebon Jeruk Blok B No. 25 Jalan Raya Perjuangan, West Jakarta. The problem lies with the media in information and promoting PT. Elekrika Persada Solusindo, previously the media used was only via webinar and print media which were deemed insignificant in the midst of the current pandemic. The purpose of this research is to design a video profile based on motion graphic animation that can be used to inform and promote about PT. Elekrika Persada Solusindo. The result of this research is a video profile based on motion graphic animation. The research method is in the form of data collection and the concept of media production (KPM). It is hoped that with the realization of this motion graphics-based audiovisual, the audience and especially the target audience can get to know more fully and comprehensively about PT. Elekrika Persada Solusindo.

Keywords – Audio-Visual, Information, Promotion, Motion Graphic

1. PENDAHULUAN

Informasi adalah suatu penambahan dalam ilmu pengetahuan yang menyumbangkan kepada konsep kerangka kerja yang umum dan fakta - fakta yang diketahui, Informasi bertumpu pada konteks dan pengetahuan umum si penerima untuk kepentingannya.^[1]

Promosi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk berupa barang dan jasa kepada masyarakat luas, sehingga menarik minat untuk membeli atau menggunakan barang yang dipromosikan. Penyebarannya dengan memanfaatkan media, yaitu media televisi, media cetak, dan media lainnya.

Informasi memperlihatkan hasil pemrosesan data yang berguna bagi penerimanya. Informasi itu harus lengkap untuk memastikan bahwa aspek penting yang mengukur aktivitas tidak hilang.

Untuk menginformasikan dan mempromosikan, media dapat berupa media audio, media visual, dan media audio visual. Media audio, dimana media ini hanya menyampaikan informasi dengan cara memperdengarkan isi dari informasi tertentu. Media visual yaitu media yang menyampaikan informasi dengan cara memperlihatkan informasi tersebut dalam media cetak. Sedangkan media *audio visual*, memvisualisasikan sekaligus memperdengarkan isi pesan atau informasi tersebut.

Animasi adalah rangkaian gambar yang membentuk sebuah gerakan. Salah satu keunggulan animasi dibanding media lain seperti gambar statis atau teks adalah kemampuannya untuk menjelaskan perubahan keadaan tiap waktu. Hal ini terutama sangat membantu dalam menjelaskan prosedur dari urutan kejadian^[2]

Motion Graphic merupakan salah satu cabang ilmu desain grafis, dimana dalam *motion graphic* terdapat elemen-elemen desain seperti bentuk, raut, ukuran, arah, tekstur di dalamnya, dengan secara sengaja digerakkan atau diberi pergerakan. Perbedaan *motion graphic* dengan desain grafis adalah pada media aplikasinya, apabila pada desain grafis elemen-elemennya statis (diam) dan terdapat pada media cetak, sementara elemen pada *motion graphic* memiliki gerakan sehingga terlihat dinamis dan ditampilkan melalui audio visual.^[3]

PT. Elekrika Persada Solusindo adalah Perusahaan Distributor Produk terkemuka yang mana saat ini merupakan salah satu perusahaan yang terkena dampak akibat pandemi yang melanda seluruh dunia, sehingga mengalami kesulitan dalam menginformasikan dan mempromosikan. Sebelumnya perusahaan ini dalam menginformasikan dan mempromosikan hanya *via webinar* dan media cetak berupa brosur. Namun melihat begitu kondisi sekarang dan banyak pesaing di era perkembangan digital yang tidak ada habisnya, media yang digunakan pada PT. Elekrika Persada Solusindo dianggap kurang signifikan, maka penulis melakukan penelitian perancangan animasi *motion graphic*.

Dalam pembuatan *Motion Graphic* PT. Elekrika Persada Solusindo menggunakan beberapa *software* pendukung, yaitu : (1) *Adobe Illustrator* merupakan perangkat lunak desain grafis yang digunakan dalam pembuatan gambar dan ilustrasi vektor. *Adobe Illustrator* adalah produk pendamping dari *Adobe Photoshop*^[4]. (2) *Adobe After Effects* adalah perangkat lunak untuk mengedit dan membuat efek khusus. Perangkat lunak ini hanya cocok untuk bagian tertentu, bukan untuk fungsi pengeditan video yang panjang. (3) *Adobe Audition* adalah *multitrack digital audio recording, editor* dan *mixer* yang udah digunakan dan memiliki berbagai fasilitas pengolahan suara. Dengan *Adobe Audition* dapat merekam suara, memperbaiki kualitas suara, menambahkan berbagai efek suara, dan menggabungkan dengan berbagai *track* suara menjadi satu *track*, dan menyimpan dalam berbagai format, *Adobe Audition* banyak digunakan oleh *musician recording master, demo cd, produser* dan *programing stasiun radio*.^[5]

Penelitian yang diteliti oleh Maria, dkk (2019)^[6] berjudul “*Visualizing The Terror Threat. The Impact Of Communicating Security Information To The General Public Using Infographics And Motion Graphics.*” Pada penelitian ini, penulis memvisualisasikan informasi yang kompleks dengan *infographic* dan *motion graphics*. Hasil penelitian ini memberikan

pedoman penting tentang bagaimana mengkomunikasikan informasi keamanan tentang teror secara efektif ke publik, dengan implikasi praktis bagi keamanan.

Penelitian yang diteliti oleh Kukoh Mey, dkk (2020)^[7] berjudul “Media Promosi Animasi *Motion Graphic* Pada PT. Tirta Karya Buana.” Penulis menjelaskan dalam mendapatkan layanan berkualitas dan berdampak terhadap kepuasan pelanggan, perlunya pengembangan media audiovisual yang dapat memperkenalkan dan mempromosikan jasa kepada masyarakat dan hal tersebut berupa video animasi *motion graphic*.

Penelitian yang diteliti oleh Puad Abdul, dkk (2020)^[8] berjudul “Media Informasi dan Promosi berbasis Motion Graphic pada PT. NL Indonesia”. Penelitian ini menerangkan bahwa dengan perkembangan digital saat ini, media promosi dan informasi berupa *slide* presentasi dan media online berupa *website* dianggap kurang menarik, sehingga dibutuhkan media yang lebih mampu dan menarik simpati publik yaitu berupa video animasi berbasis *motion graphic*.

Penelitian yang diteliti oleh Mohd Hafiz, dkk (2020)^[9] berjudul “*Design Process: 2D Interactive Video Animation Development For Cosmetic Awareness Among Women*” Penelitian ini menerangkan bahwa sebelum wanita mengaplikasikan kosmetik, ada baiknya untuk mengetahui tentang kulit sensitif mereka dan produk yang dipakai. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran wanita di Malaysia terhadap pengaruh penggunaan kosmetik dan kebersihan alat kosmetika, seperti sikat dan spons.

2. METODE PENELITIAN

Menggunakan beberapa metode penelitian untuk melengkapi dan memperoleh data terkait dengan perancangan animasi *motion graphic*, yaitu : (1) Pengumpulan data melalui (a) Observasi, memperoleh data yang diperlukan dengan pengamatan secara langsung dan melakukan catatan sistematis dari unsur yang diteliti. (b) Wawancara, mengintegrasikan data dengan mendatangi pihak *stakeholder* secara langsung dan melakukan tanya jawab, pihak *stakeholder* disini yaitu staff *sales engineer*. (c) Analisa Perancangan Media dengan menggunakan software penunjang video dan grafis, yaitu Adobe *After Effects* dan Adobe *Illustrator*. (4) Tahapan Konsep Produksi Media (KPM) merupakan tahapan berurut yang dilakukan guna untuk mengatur proses produksi media agar memiliki konsep yang jelas sesuai dengan keinginan *stakeholder*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pre-Production

Preproduction berhubungan dengan pencarian ide hingga menjadi konsep dalam bentuk naskah, rundown, pembentukan tim kerja, penentuan lokasi, penyusunan biaya, penentuan pengisi acara, menentukan/membangun set.^[10]

1. Ide/ Gagasan

Media *audiovisual* yang sering dilihat adalah perwujudan suatu pandangan atau keinginan yang telah diinjeksikan kedalam sarana tersebut dan dalam hal ini berupa video berbasis animasi *motion graphic*. Konsep yang diinginkan mengambil informasi dengan menyesuaikan latar belakang perusahaan, yaitu PT. Elekrika Persada Solusindo. Desain ini nantinya akan ditampilkan dengan menggunakan teknik grafis gerak.

2. Sinopsis

Sinopsis merupakan gambaran atau ringkasan dari alur atau jalannya cerita. Sinopsis disusun untuk memudahkan dalam memahami alur yang akan dibuat dalam proses produksi nantinya. Berikut sinopsis dari *motion graphic* PT. Elekrika Persada Solusindo :

“PT. Elekrika Persada Solusindo didirikan pada tahun 2012 dengan Manajemen dan Tim Teknisi yang berpengalaman dan berkompentensi tinggi di bidang Elektrikal dan Mekanikal. Perusahaan yang sampai saat ini bekerja sama dengan produk-produk terkemuka seperti,

Work Italia, TEMA - Italia, KuDos - Taiwan, Metrycom, dan NL Acoustics. PT. ElektriKa Persada Solusindo memiliki relasi klien yang sangat luas mencakup Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun perusahaan-perusahaan swasta dan telah menyelesaikan banyak proyek besar.”

3. Narasi

Naskah merupakan Istilah umum yang merujuk pada naskah tertulis suatu pertunjukan, skenario, atau siaran, yang digunakan dalam produksi atau pertunjukan, lengkap berisi cerita, *setting*, dan dialog. Sebuah skrip bisa saja berupa *screenplay*, *shooting script*, *lined script*, *continuity script*, atau *spec script*.^[11] Berikut teks dubbing pada *video profile* berbasis animasi *motion graphic* ini :

“Perusahaan ini bergerak di bidang usaha Penyediaan Jasa Pelayanan Teknik // Pengadaan Barang di Bidang Elektrikal, Mekanikal, dan Peralatan Kontrol dengan area layanan di seluruh Indonesia // Alamat kantor PT. ElektriKa Persada Solusindo berada di Rukan Graha Mas - Kebon Jeruk Blok B No. 25 Jalan Raya Perjuangan, Jakarta Barat // PT. ElektriKa Persada Solusindo merupakan Agen Tunggal dan Distributor dengan produk-produk terkemuka // Kudos Tools, Produk alat tools yang digunakan untuk pemotongan kabel dan alat press menghubungkan kabel // Work Italia, produk yang digunakan sebagai peralatan Ground Transmisi // T.e.m.a, produk yang digunakan untuk menarik kabel jaringan transmisi // Metrycom, produk yang digunakan untuk mendeteksi adanya kotoran di Isolator // PT. ElektriKa Persada Solusindo memiliki relasi klien yang sangat luas mencakup Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Perusahaan Industri, dan kontraktor // Dan juga telah menyelesaikan beberapa Proyek di berbagai tempat./”

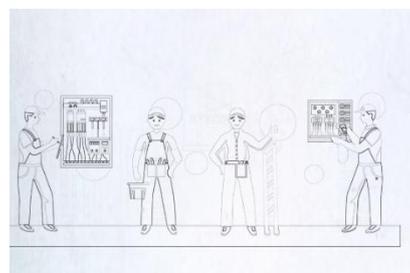
4. *Storyboard*

Storyboard merupakan cetak biru, sketsa, atau gambar yang dilengkapi dengan petunjuk atau catatan pengambilan gambar untuk kebutuhan syuting, untuk menjelaskan adegan, dialog, dan eksyen, disertai catatan tentang proses pengambilan gambar, komponen audio, dan skrip. Penggambaran singkat jalan cerita secara visual ini juga disertai penjelasan alur cerita dan rencana-rencana pengambilan sudut gambar, pengisian suara, serta efek-efek khusus yang diperlukan. *Storyboard* cukup membantu dan mempermudah pembacaan isi cerita, karena menggambarkan isi cerita secara visual. Pembuat *storyboard* dikenal dengan istilah *storyboard artist*, yang membuat *storyboard* berdasarkan skenario sebagai panduan visual cerita.^[13]

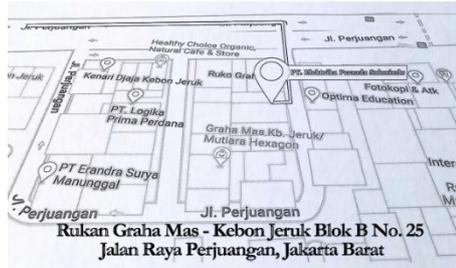
Dalam proses produksi, perencanaan terkait dengan visualisasi dibuat dengan bantuan *storyboard* sebagai media penunjang.



Gambar 1. *Storyboard/ Scene 1/*
Menampilkan Logo PT. ElektriKa Persada
Solusindo



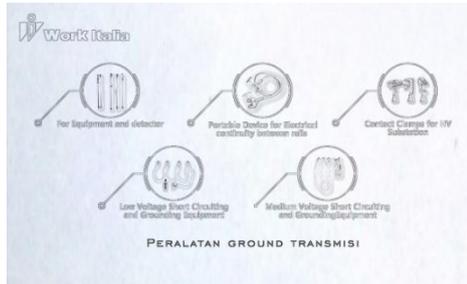
Gambar 2. *Storyboard/ Scene 2/*
Menampilkan Tim Teknik PT. ElektriKa
Persada Solusindo



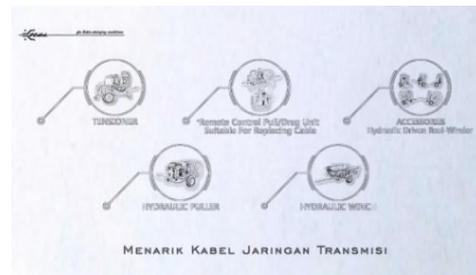
Gambar 3. Storyboard/ Scene 3/
 Menampilkan Lokasi Perusahaan



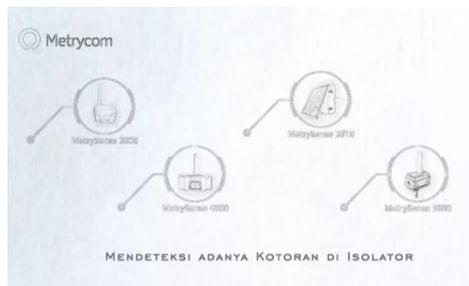
Gambar 4. Storyboard/ Scene 4/
 Menampilkan Produk “Kudos Tools”



Gambar 5. Storyboard/ Scene 5/
 Menampilkan Produk “Work Italia”



Gambar 6. Storyboard/ Scene 6/
 Menampilkan Produk “Te.m.a”



Gambar 7. Storyboard/ Scene 7/
 Menampilkan Produk “Metrycom”



Gambar 8. Storyboard/ Scene 8/
 Menampilkan Relasi Klien

5. Script Writing

Script Writing adalah sebuah taksiran dalam naskah yang diruikan dari ide yang sebelumnya sudah dimuat dalam sinopsis untuk menentukan alur dalam sebuah cerita. Berikut tabel dari perancangan profil video pada PT. Elekrika Persada Solusindo.

Tabel 1. Script Writing

No	Visual	Audio
1	Menampilkan Animasi Logo PT. Elekrika Persada Solusindo	Musik dan Dubbing
2	Menampilkan Animasi Tim Teknisi PT. Elekrika Persada Solusindo	Musik dan Dubbing
3	Menampilkan Animasi Lokasi Perusahaan	Musik dan Dubbing
4	Menampilkan Animasi Produk Kudos Tools dan penjelasannya	Musik dan Dubbing
5	Menampilkan Animasi Produk Work Italia dan penjelasannya	Musik dan Dubbing

6	Menampilkan Animasi Produk T.e.m.a dan penjelasannya	Musik dan <i>Dubbing</i>
7	Menampilkan Animasi Produk Metrycom dan penjelasannya	Musik dan <i>Dubbing</i>
8	Menampilkan Animasi Relasi Klien	Musik dan <i>Dubbing</i>

6. *Rundown*

Rundown merupakan suatu susunan cerita yang sudah didiskusikan sebelumnya dengan tim dan dibatasi oleh durasi (panjang proyek video).

Tabel 2. *Rundown*

No	Scene	Location	Duration	INT/EXT	Description
1.	1	Animasi Logo Perusahaan	00:00:00 - 00:00:04	-	Menampilkan Animasi Logo PT. Elekrika Persada Solusindo
2.	2	Animasi Tim Teknisi	00:00:04 - 00:00:09	-	Menampilkan Animasi Tim Teknisi
3.	3	Animasi Lokasi Perusahaan	00:00:09 - 00:00:18	-	Menampilkan Animasi Lokasi Perusahaan
4.	4	Animasi Produk "Kudos Tools"	00:00:18 - 00:00:27	-	Menampilkan Animasi Produk Kudos Tools dan Penjelasannya
5.	5	Animasi Produk "Work Italia"	00:00:27 - 00:00:35	-	Menampilkan Animasi Produk Kudos Tools dan Penjelasannya
6.	6	Animasi Produk "Te.m.a"	00:00:35 - 00:00:43	-	Menampilkan Animasi Produk Te.m.a dan Penjelasannya
7.	7	Animasi Produk "Metrycom"	00:00:43 - 00:00:51	-	Menampilkan Animasi Produk Metrycom dan Penjelasannya
8.	8	Animasi Relasi Klien	00:00:51 - 00:01:00	-	Menampilkan Animasi Relasi Klien Perusahaan

7. Penyesuaian Kru

Kru yang terlibat dalam pembuatan proyek ini antara lain :

Tabel 3. Penyesuaian *Crew*

No	Jabatan	Nama
1	<i>Director</i>	Rina Eva Marolina Simamora
2	<i>Script Writer</i>	Rina Eva Marolina Simamora
3	<i>Editor</i>	Rina Eva Marolina Simamora
4	<i>Dubber</i>	Ferinda Kusuma Ratih

8. Time Schedule

Tabel 4. Time Schedule

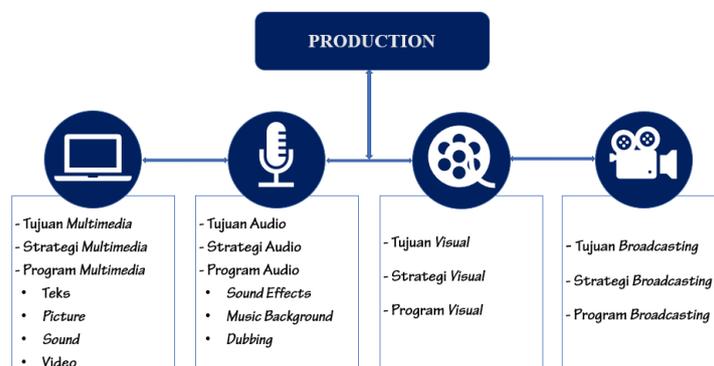
Tahapan		Oktober 2020				November 2020				Desember 2020			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Preproduction	Observasi	■											
	Pengumpulan Data	■											
	Ide	■											
	Time Schedule	■											
	Proposal		■										
	Sinopsis			■									
	Script Writing				■	■							
	StoryBoard				■	■							
	Pemilihan Crew					■							
Alat yang digunakan						■							
Production	Perencanaan Multimedia					■	■	■					
	Perencanaan Audio					■	■	■					
	Perencanaan Visual					■	■	■					
	Perencanaan Broadcasting								■	■			
Post Production	Digitizing									■	■	■	■
	Editing									■	■	■	■
	Mixing									■	■	■	■
	Finishing									■	■	■	■
	Exporting												■
	Segmen Pasar												■

9. Peralatan yang digunakan

Dalam produksi motion graphic ini diproses dengan berbagai perangkat pendukung yang digunakan, diantaranya laptop, Clip On, Splitter, Headset, Flashdisk.

3.2. Production

Tahap selanjutnya dalam konsep produksi media adalah tahap produksi. Tahap ini dimana semua materi yang dibuat sebelumnya disatukan dalam pengawasan sutradara. Dalam perancangan video profile PT. Elekrika Persada Solusindo, pemikiran ide yang telah dibuat dituangkan dalam bentuk storyboard yang kemudian dirancang dalam ilustrasi digital dan kemudian dianimasikan dengan teknik *motion graphic*. Dalam tahap produksi, diperlukan beberapa tahapan proses perancangan *multimedia*, perancangan visual, dan perancangan *broadcasting*.



Gambar 9. Production

Tampilan Visual

Tampilan Visual dalam *motion graphic* ini mengenai penjelasan perusahaan yang melingkupi latar belakang perusahaan, lokasi perusahaan, produk-produk yang dijual, dan relasi klien perusahaan. Berikut hasil visual dari *motion graphic* PT. Elekrika Persada Solusindo:



Gambar 10. *Visual/ Scene 1*/Menampilkan Animasi Logo PT. ElektriKa Persada Solusindo



Gambar 11. *Visual/ Scene 2*/ Menampilkan Animasi Tim Teknik PT. ElektriKa Persada Solusindo



Gambar 12. *Visual/ Scene 3*/ Menampilkan Animasi Lokasi Perusahaan



Gambar 13. *Visual/Scene 4*/ Menampilkan Animasi Produk “Kudos Tools”



Gambar 14. *Visual/ Scene 5*/ Menampilkan Animasi Produk “Work Italia”



Gambar 15. *Visual/ Scene 6*/ Menampilkan Animasi Produk “Te.m.a”



Gambar 16. *Visual/ Scene 7*/ Menampilkan Produk “Metrycom”



Gambar 17. *Visual/ Scene 8*/ Menampilkan Animasi Relasi Klien Perusahaan

3.3. Post Production

Tahapan ini merupakan tahapan akhir dari konsep produksi media. Pada tahapan ini proses pengeditan proyek dijalankan menjadi suatu karya video yang utuh. Pada tahap ini, melalui beberapa tahapan, diantaranya : *Digitizing, Editing, Mixing, Exporting*, dan terakhir Segmen Pasar.

1. *Digitizing* (Digitalisasi)

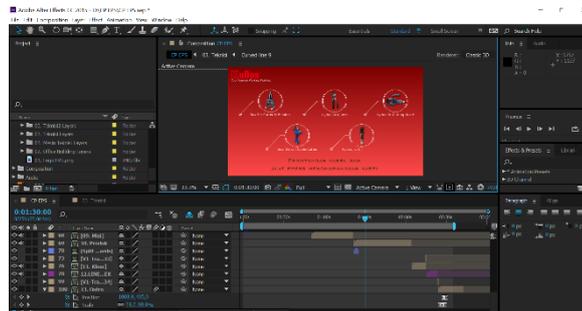
Digitalisasi mengaju pada konversi data melalui gambar tercetak ke bentuk digital. Ilustrasi yang sudah dirancang di *Adobe Illustrator* dipindahkan ke *Adobe After Effect*, lalu konversikan menjadi video animasi berdasarkan grafik gerak selama proses pengeditan.



Gambar 18. *Digitizing* dari *Adobe Illustrator* ke *Adobe After Effects*

2. *Editing*

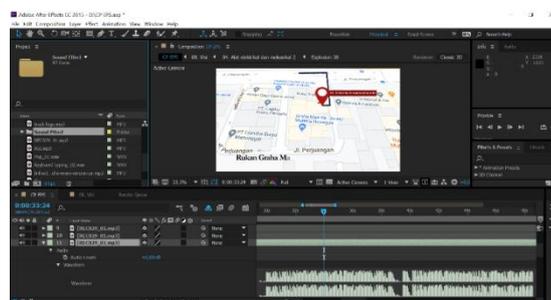
Tahapan ini dilakukan setelah tahapan sebelumnya. Pada tahap ini video yang sedang diproses akan dipotong, dipilih, dan disusun sesuai dengan yang diinginkan pada konsep yang sudah disesuaikan.



Gambar 19. *Editing* menggunakan *Adobe After Effects*

3. *Mixing*

Tahapan ini merupakan proses menyatukan beberapa materi seperti gambar yang diilustrasikan, efek spesial, *background*, dan *dubbing* serta menambahkan sedikit teks berdasarkan skrip atau *storyboard* yang diproduksi sebelumnya.



Gambar 20. *Mixing*

4. *Finishing*

Pada tahapan ini, editor melakukan pengecekan ulang apakah kombinasi dari gambar, teks, suara musik, maupun suara dari dubber yang disatukan pada perancangan ini sudah tersusun rapi secara keseluruhan.

5. *Exporting*

Tahap ini merupakan tahapan akhir dari perancangan profil video ini, yang kemudian akan dirender dalam format yang sudah ditentukan. Kemudian hasilnya akan dipergunakan sebagai media dalam menginformasikan dan mempromosikan dan penyebarannya akan memanfaatkan sosial media.

6. Segmen Pasar

Pada tahapan ini, dimana video utuh yang sebelumnya telah dihasilkan hendaknya menetapkan pasar sasaran yang akan dituju untuk memperluas jangkauan khalayak dan hal ini berupa Perusahaan Industri, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Kontraktor. Diharapkan *video profile* ini dapat memberikan persentase target pasar pada PT. Elekrika Persada Solusindo sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan.

4. KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan pada PT. Elekrika Persada Solusindo mengenai perancangan media informasi dan promosi, maka penulis mengambil kesimpulan dalam kendala yang dimiliki PT. Elekrika Persada Solusindo adalah kurangnya media yang mendukung informasi dan promosi secara *online*.

Untuk mendukung mengenai hal tersebut, maka diperlukan media yang tepat dalam menginformasikan dan mempromosikan PT. Elekrika Persada Solusindo yaitu media *audio visual* berupa animasi *motion graphic*. Motion Graphic berfokus pada ilustrasi, teks, *audio dubber*, dan *audio effect* yang dapat memberikan informasi dan efek visual yang jelas, membuat video terlihat lebih menarik dan hidup. *Audio visual* berupa *motion graphic* ini membentuk strategi pemasaran online dengan memanfaatkan platform sosial media berupa *Youtube*, sehingga mampu menarik pangsa pasar yang lebih luas.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang disimpulkan, penulis menyarankan PT. Elekrika Persada Solusindo untuk selalu meng*update* audio visual berbasis motion graphic ini lebih baik lagi seiring berkembangnya kemajuan teknologi dan *up to date* menginformasikan tentang produk dan kualitasnya yang dapat meningkat dari waktu ke waktu. Disarankan juga untuk lebih memperluas cakupan informasi dan kegiatan promosi di seluruh Indonesia melalui penggunaan sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tyoso, Jaluanto Sunu Punjul. 2016. Sistem Informasi Manajemen. Yogyakarta:Deepublish
- [2] Simarmata, J., Sibarani, C. G. G. T., & Silalahi, T. (2019). Pengembangan Media Animasi Berbasis Hybrid Learning. Yayasan Kita Menulis.
- [3] Saputra, A. B. (2018). Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Untuk Proyek DATSUN SIGAP. KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer, 2(2), 84-97.
- [4] Enterprise, J. (2018). Otodidak Adobe Illustrator. *Elex Media Computindo: Jakarta*.

- [5] Asrie, T. W. Pembuatan Video Klip Animasi 2d Band Vignecvara sebagai Media Promosi Band Indie YOGYAKARTA (Studi Kasus: Band Vignecvara) (*Doctoral dissertation, University of AMIKOM Yogyakarta*).
- [6] Lonsdale, M. D. S., David, L., Baxter, M., Graham, R., Kanafani, A., Li, A., & Peng, C. (2019). *Visualizing the terror threat. The impact of communicating security information to the general public using infographics and motion graphics. Visible Language*, 53 (2). pp. 37-71. ISSN 0022-2224
- [7] Ariyanto, K., Zainudin M. N, A., & Aulia Fajar, A. (2020). Media Promosi Animasi Motion Graphic pada PT. Tirta Karya Buana. *MAVIB Journal*, 1(2), 155-164.
- [8] Abdul Baqi, M. P., Budiarto, M., & Sumiati, D. (2020). Media Informasi dan Promosi Berbasis Motion Graphic Pada PT. NL Indonesia. *MAVIB Journal*, 1(2), 217-227.
- [9] Kamil, M. H. F. M., Abidin, I. S. Z., & Osman, F. F. (2020). *Design Process: 2D Interactive Video Animation Development For Cosmetic Awareness Among Women. Journal of Critical Reviews*, 7(8), 891-894.
- [10] Latief, R. (2020). *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama*. Prenada Media.
- [11] Zoebazary, M. I.(2016). *Kamus Televisi & Film*.Jember:Paguyupan Pandhalungan Jember.