

**PERANCANGAN MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
STMIK TIME BERBASIS *MOTION GRAPHIC***

SKRIPSI

Oleh:

VONNY

NIM. 2044010



**JENJANG PENDIDIKAN STRATA-1
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA**

STMIK TIME

MEDAN

2024

SKRIPSI

**PERANCANGAN MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
STMIK TIME BERBASIS *MOTION GRAPHIC***

Disusun dan Diajukan Oleh:

VONNY

2044010

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi pada Tanggal
dan dinyatakan telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Komputer Program Studi Teknik Informatika

Medan,

Tim Penguji

Penguji I

Penguji II

Penguji III

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
STMIK TIME BERBASIS *MOTION GRAPHIC***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapat Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Teknik Informatika

Oleh:

**VONNY
2044010**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



Joni, S.Kom., M.M

Dosen Pembimbing II



Satriya Miharja, S.Kom., M.TI

Medan,

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua STMIK TIME

Ketua Program Studi



Dr. Edi Wijaya, S.Kom., M.Kom., M.M

Robet, M.Kom

Kepada

Yth. Ketua STMIK TIME

Dr. Edi Wijaya, S.Kom., M.Kom., M.M

Di Medan

Hal : **Surat Pernyataan Bebas Plagiat**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Vonny**

NIM : **2044010**

Program Studi : **Teknik Informatika**

Angkatan : **2020**

Judul Skripsi : **Perancangan Multimedia Sebagai Media Promosi STMIK
TIME Berbasis *Motion Graphic***

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang Saya tulis adalah karya ilmiah asli dari pikiran saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi tersebut merupakan Plagiat, maka saya bersedia gelar dan ijazah yang saya peroleh ditinjau kembali.

Demikian surat pernyataan ini Saya perbuat dengan pikiran yang sehat, tanpa tekanan dari siapapun.

Medan, **Juli 2024**

Yang membuat pernyataan



Vonny

Diketahui oleh,



Hendri, M.Kom

Pembantu Ketua I STMIK TIME

ABSTRAK

Seiring perkembangan teknologi informasi dalam bidang multimedia, maka media promosi juga ikut berkembang. Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi dan juga merupakan kegiatan penting dalam strategi pemasaran. STMIK TIME merupakan perguruan tinggi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, yang mampu bersaing dan terus mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta merupakan kampus swasta yang mengutamakan sarana dan ilmu bagi para mahasiswa. *Motion graphic* merupakan media yang menggabungkan antara gambar yang bergerak, teks, dan suara sehingga memberikan daya tarik tersendiri. Dengan penerapan metode *motion graphic* dapat membuat kampus STMIK TIME lebih dikenal masyarakat dan menarik bagi para pelajar SMA/SMK untuk bergabung dan berkuliah dikampus STMIK TIME.

Kata Kunci : Media Promosi, STMIK TIME, Multimedia, *Motion Graphic*

ABSTRACT

Along with the development of information technology in multimedia field, promotion media is also developing. Promotion media is a tool for promotion and also an important activity in marketing. STMIK TIME is a college majoring in information technology and communication, which is able to compete and continue to follow up the development of knowledge & technology, and also a college that prioritizes facilities and knowledge for students. Motion graphic is a media that combine between moving pictures, texts, and sounds that gives its own attractiveness. By applying the motion graphic method can make STMIK TIME college better known in public and attract high school students to join and study at STMIK TIME.

Keywords: *Promotional Media, STMIK TIME, Multimedia, Motion Graphic*

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul **“Perancangan Multimedia Sebagai Media Promosi STMIK TIME Berbasis *Motion Graphic*”** dan disusun sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh kesarjanaan tahap pendidikan Strata-I (S-1) di Program Studi Teknik Informatika Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer TIME (STMIK TIME). Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Joni, S.Kom., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
2. Bapak Satriya Miharja, S.Kom., M.TI., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
3. Bapak Simon Kangga Lee, selaku Ketua Yayasan STMIK TIME Medan.
4. Bapak Dr.Edi Wijaya, S.Kom., M.Kom., MM., selaku Ketua STMIK TIME Medan.
5. Bapak Hendri, M.Kom., selaku Pembantu Ketua I STMIK TIME.
6. Bapak Robet, M.Kom., selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika STMIK TIME Medan.
7. Seluruh Dosen STMIK TIME yang telah mendidik dan membimbing Penulis selama masa perkuliahan.
8. Orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materil.
9. Keluarga dan sanak saudara yang telah banyak memberikan dukungan kepada penulis.
10. Kepada Abe dan Ritsuki yang telah menghibur dan memberi semangat dalam mengerjakan skripsi.

11. Semua teman yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, setiap saran yang bersifat membangun akan diterima penulis dengan senang hati.

Medan, 01 Juli 2024

Penulis,



Vonny

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.5 Metodologi Penelitian	4
1.6 Analisis Sistem	6
1.7 Perancangan Sistem.....	7
1.8 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Multimedia	9
2.1.1 Jenis – Jenis Multimedia	10
2.1.2 Fungsi Multimedia	11
2.2 Media Promosi	12
2.2.1 Tujuan Media Promosi.....	12
2.2.2 Jenis – Jenis Media Promosi	13
2.3 <i>Software Wondershare Filmora</i>	14
2.3.1 Fungsi <i>software Wondershare Filmora</i>	15
2.3.2 Kelebihan dan Kelemahan <i>Software Wondershare Filmora</i>	15
2.4 <i>Software Canva</i>	16
2.4.1 Manfaat <i>Software Canva</i>	17
2.4.2 Kelebihan dan Kelemahan <i>Software Canva</i>	20

2.5	<i>Motion Graphic</i>	20
2.5.1	Prinsip – Prinsip <i>Motion Graphic</i>	21
2.5.2	Jenis - Jenis <i>Motion Graphic</i>	24
2.5.3	Fungsi <i>Motion Graphic</i>	25
2.5.4	Manfaat <i>Motion Graphic</i>	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Analisis Masalah	26
3.1.1	Analisis Proses	27
3.1.2	Metode Yang Dikembangkan	27
3.2	Perancangan Sistem	28
3.2.1	Praproduksi	28
3.2.2	Produksi	36
3.2.3	Pascaproduksi	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Hasil	41
4.1.1	Tampilan Video	42
4.1.2	Tampilan Informasi Bagian – Bagian Video	43
4.2	Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo <i>Wondershare Filmora</i>	15
Gambar 2.2 Logo <i>Software Canva</i>	17
Gambar 2.3 <i>Template Logo</i>	18
Gambar 2.4 <i>Template Poster</i>	18
Gambar 2.5 <i>Template Iklan Banner</i>	19
Gambar 2.6 <i>Template Sertifikat</i>	19
Gambar 2.7 <i>Gathering, Dispersion, Exclusion, Chunking</i>	21
Gambar 3.1 <i>Handphone iPhone 14promax</i>	31
Gambar 3.2 <i>Storyboard 1</i>	32
Gambar 3.3 <i>Storyboard 2</i>	32
Gambar 3.4 <i>Storyboard 3</i>	33
Gambar 3.5 <i>Storyboard 4</i>	33
Gambar 3.6 <i>Storyboard 5</i>	34
Gambar 3.7 <i>Storyboard 6</i>	34
Gambar 3.8 <i>Storyboard 7</i>	35
Gambar 3.9 <i>Storyboard 8</i>	35
Gambar 3.10 <i>Storyboard 9</i>	36
Gambar 3.12 <i>High Angle Shot</i>	37
Gambar 3.13 <i>Eye Level Shoot</i>	38
Gambar 3.14 <i>Proses Editing Video</i>	39

Gambar 4.1 <i>Scene Opening</i>	42
Gambar 4.2 <i>Scene 1</i>	43
Gambar 4.3 <i>Scene 2</i>	44
Gambar 4.4 <i>Scene 3</i>	45
Gambar 4.5 <i>Scene 4</i>	45
Gambar 4.6 <i>Scene 5</i>	46
Gambar 4.7 <i>Scene 6</i>	47
Gambar 4.8 <i>Scene 7</i>	47
Gambar 4.9 <i>Scene 8</i>	48
Gambar 4.10 <i>Scene 9</i>	48
Gambar 4.11 <i>Scene 10</i>	49
Gambar 4.12 <i>Scene 11</i>	49
Gambar 4.13 <i>Scene 12</i>	50
Gambar 4.14 <i>Scene 13</i>	50
Gambar 4.15 <i>Scene 14</i>	51
Gambar 4.16 <i>Scene 15</i>	52
Gambar 4.17 <i>Scene 16</i>	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian.....	5
Tabel 3.1 Jadwal Pengambilan Gambar	29

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi informasi dalam bidang multimedia, maka media promosi juga ikut berkembang. Teknologi informasi diibaratkan telah memberikan efek besar dalam membantu berbagai bidang penjualan, pemasaran, pembelajaran sampai dengan pemerintahan, sehingga sudah banyak banyak digunakan oleh media seperti pada penerapan sistem informasi dalam pengelolaan transaksi, transfer data, media promosi, penjualan online serta mendesain *company profile*[2]. Media promosi merupakan kegiatan penting dalam strategi pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan serta mempromosikan sebuah produk, layanan, atau jasa mendorong konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang dipromosikan tersebut [3].

Kampus STMIK TIME (Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komunikasi TIME) yang beralamat di jalan merbabu No.32 aa-bb, medan kota, Sumatera Utara 20212, merupakan perguruan tinggi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, yang mampu bersaing dan terus mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta merupakan kampus swasta yang mengutamakan sarana dan ilmu bagi para mahasiswa. STMIK TIME tidak kalah dengan kampus lainnya, karena sistem pengajaran di kampus ini didukung oleh dosen dengan kualitas terbaik dan berkompeten dibidangnya, serta didukung

dengan fasilitas penunjang pendidikan yang lengkap sesuai dengan jurusan atau program studi yang ada. Namun dalam mempromosikan kampus, media promosi yang digunakan untuk mempromosikan kampus masih menggunakan media visual seperti dalam bentuk brosur, baliho, banner, *website*, dan media sosial. Dalam rangka kegiatan promosi, kita memerlukan suatu media yang dapat membantu promosi sampai kepada konsumen [1].

STMIK TIME membutuhkan media promosi yang menarik dan modern serta mampu menyajikan informasi secara efektif sehingga dapat memberikan daya tarik bagi calon mahasiswa agar mau bergabung menjadi salah satu bagian didalamnya yaitu dengan membuat video sebagai media promosi dengan teknik *motion graphic*. Video animasi merupakan gabungan dari media audio visual yang bergerak [4].

Motion graphic merupakan media yang menggabungkan antara gambar yang bergerak, teks, dan suara sehingga memberikan daya tarik tersendiri[3]. Menurut Ahli Teori Perfilman *Michael Betancourt*, dalam artikelnya yang berjudul *The Origins of Motion Graphics*, *motion graphic* adalah suatu media yang menggunakan rekaman video dan atau teknologi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah *output* multimedia [5].

Multimedia dalam konteks komputer adalah pemanfaatan teknologi untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, *audio*, video, dengan menggunakan alat yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkreasi, serta berkomunikasi. Penggunaan multimedia saat ini pun telah berkembang pesat pada berbagai bidang

kegiatan. Selain itu, berkembangnya sistem *online*, turut mendorong meningkatnya penggunaan multimedia untuk memenuhi beragam kebutuhan manusia baik, barang, jasa, maupun informasi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka akan disusun skripsi dengan judul **“PERANCANGAN MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI STMIK TIME BERBASIS *MOTION GRAPHIC*”** dengan pertimbangan bahwa melalui perancangan ini, kampus STMIK TIME dapat memperluas jangkauan promosi kampus sehingga dapat menciptakan daya tarik yang lebih besar, meningkatkan jumlah mahasiswa/i serta dapat mencapai target pemasaran yang diinginkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang video promosi sebagai media yang efektif dan efisien untuk mempromosikan kampus STMIK TIME?
2. Bagaimana menerapkan metode *motion graphic* dalam perancangan video promosi?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak terhindar dari kesalahpahaman dan keluar dari pembahasan awal, maka batasan masalah hanya terfokus pada merancang sebuah video sebagai media promosi kampus STMIK TIME. Adapun hal-hal yang dapat dibatasi seperti :

1. Video promosi ini hanya berisikan video singkat tentang kampus STMIK TIME.
2. Resolusi video yang digunakan adalah 1920x1080.
3. Durasi video promosi hanya lebih kurang 120 detik.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Merancang video sebagai media promosi kampus STMIK TIME.
2. Menerapkan metode *motion graphic* dalam perancangan video promosi.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini menjadi wadah untuk mengaplikasikan calon mahasiswa untuk memilih kampus STMIK TIME.
2. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kampus STMIK TIME.

1.5 Metodologi Penelitian

Tahap penelitian dilakukan dengan menyusun jadwal dan tempat penelitian, bahan dan alat, serta metode pengumpulan data.

1. Jadwal dan Tempat Penelitian

Tahapan yang dilakukan adalah identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis sistem, perancangan dan pengujian sistem, serta penulisan laporan.

Penelitian berlangsung dari bulan November 2023 hingga April 2024.

Jadwal penelitian dapat dilihat pada **Tabel 1.1** di bawah ini.

No.	Rencana Kegiatan	November 2023				Desember 2023				Januari 2024				Februari 2024				Maret 2024				April 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Identifikasi Masalah	■	■																						
2	Pengumpulan Data			■	■																				
3	Perancangan <i>Storyboard</i>					■	■	■	■																
4	Pembuatan Gambar									■	■	■	■												
5	Editing dan <i>Compositing</i>													■	■	■	■								
6	Sound Design																	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Penulisan Laporan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

2. Bahan dan Alat

Alat dan bahan perangkat lunak untuk merancang penelitian ini adalah

1. Sistem operasi *Windows 10*.
2. *Wondershare Filmora*.
3. *Canva*.

Alat dan bahan perangkat keras untuk merancang penelitian ini adalah

1. Laptop *prosesor Inter Core i5* dengan RAM sebesar 8 GB.
2. *Mouse*.
3. *Mouse pad*.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Metode Pengamatan

Penulis melakukan pengamatan dengan cara datang langsung ke lokasi kampus untuk melihat mana saja yang akan di jadikan objek video.

b. Metode Studi Pustaka

Pengumpulan teori-teori yang dilakukan penulis adalah melalui jurnal, media cetak, ataupun sumber referensi-referensi dari internet seperti *google scholar* dan penerapan teknik untuk mendapatkan hasil terbaik sesuai materi yang dibahas.

c. Metode Wawancara

Penulis terjun langsung ke lokasi dan mewawancarai pihak marketing kampus untuk mencari informasi yang berkaitan dengan penelitian.

1.6 Analisis Sistem

Proses analisis terhadap video promosi sebagai media untuk mempromosi kampus STMIK TIME, dengan teknik *motion graphic* yang menggunakan *software wondershare filmora* dengan memberikan efek dan transisi pada video promosi tersebut agar terlihat menarik dan dapat menciptakan video yang tidak terlihat kaku. Merancang *storyboard* dan disusun dengan menggunakan *software canva*. Oleh karena itu, tahapan yang dilakukan untuk menghasilkan video sebagai media promosi kampus ini akan dimulai dari perancangan kerangka - kerangka penggambaran *storyboard*.

1.7 Perancangan Sistem

Penulis akan melakukan beberapa tahap dalam produksi pembuatan video, antara lain tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap pascaproduksi. Setelah selesai, akan dilakukan pengujian oleh penulis, lalu mencari apa yang kurang pada video tersebut.

1.8 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan dan penulisan secara teratur, maka dibuat sistematika penulisan dari setiap isi bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian, analisis sistem, perancangan sistem dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori dasar yang mendukung pembahasan dan referensi teori yang diperoleh dari berbagai sumber.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang tahapan-tahapan dalam merancang multimedia yang dilakukan penulis dalam proses pembuatan video promosi yang di mana menyangkut tentang penguraian analisis kebutuhan, *storyboard* dan tahapan pembuatan video promosi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil dari perancangan multimedia sebagai media promosi dan terdapat pembahasan mengenai hasil video yang dibuat penulis, serta kelebihan dan kelemahan dari video promosi tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang dapat dirangkum penulis selama pelaksanaan perancangan multimedia.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Multimedia

Menurut Purnama [8], multimedia adalah kombinasi dari teks yang dimanipulasi secara digital, foto, seni grafis, suara, animasi dan elemen video. Multimedia diambil dari kata multi dan media. Multi berarti banyak dan media berarti media atau perantara. Multimedia adalah media yang menggabungkan dua unsur atau lebih media yang terdiri dari teks, grafis, gambar, foto, *audio*, video dan animasi secara terintegrasi. Multimedia interaktif adalah penggunaan beberapa media (teks, *audio*, grafis, animasi, video dan *interactivity*) yang berbeda dalam menyampaikan suatu informasi atau menghasilkan produk multimedia seperti video, *audio*, musik, *film*, *game*, *entertainment*. Bisa juga dikatakan sebagai penggunaan beberapa teknologi yang berbeda yang memungkinkan untuk menggabungkan media (teks, *audio*, grafis, animasi, video, dan *interactivity*) dengan cara yang baru untuk tujuan komunikasi.

Menurut beberapa para ahli multimedia artinya Kombinasi dari paling sedikit dua media *input* atau *output*. Menurut Saprudin et al [7], Media ini dapat berupa *audio* (suara, musik), animasi, video, teks, grafik dan gambar. Menurut Admawarni [7], mendefinisikan multimedia sebagai suatu alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, *audio* dan video.

Menurut Saputra [7], dalam konteks komputer adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, *audio*, video, dengan menggunakan tool yang memungkinkan pemakai berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi. Dan menurut Jauhari dan Isa [7], Multimedia sebagai perpaduan antara teks, grafik, *sound*, animasi, dan video untuk menyampaikan pesan kepada publik.

Dari beberapa pengertian multimedia interaktif di atas dapat disimpulkan bahwa multimedia interaktif merupakan perpaduan antara berbagai media (format *file*) yang berupa teks, gambar (vektor atau *bitmap*), grafik, *sound*, animasi, video, interaksi, dan lain-lain. yang telah dikemas menjadi *file digital* (komputerisasi), digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik.

2.1.1 Jenis – Jenis Multimedia

Adapun beberapa jenis Multimedia [7], sebagai berikut :

1. Multimedia *Linier*

Multimedia *linier* adalah suatu multimedia yang tidak dilengkapi dengan alat pengontrol apapun yang dapat dioperasikan oleh pengguna. Multimedia ini berjalan sekuensial (berurutan), contohnya televisi dan *film*.

2. Multimedia Hiperaktif

Merupakan multimedia yang memiliki suatu struktur dari elemen-elemen terkait dengan pengguna yang dapat mengarahkannya. Dapat dikatakan bahwa multimedia jenis ini mempunyai banyak tautan (*link*) yang menghubungkan elemen-elemen multimedia yang ada, seperti *website*,

game online.

3. Multimedia Interaktif

Multimedia interaktif adalah suatu multi media yang dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang dikehendaki untuk proses selanjutnya. Contoh multimedia interaktif adalah multimedia pembelajaran inter aktif, aplikasi *game*, dan sebagainya. Adapun unsur yang digabungkan dalam multimedia interaktif antara lain, teks, grafik (*image*), *audio*, dan interaktivitas. Interaktivitas bukanlah media, tetapi sebuah rancangan di balik program pada multimedia. Dengan adanya interaktivitas, seseorang dapat leluasa mengakses berbagai bentuk media pada program multimedia.

Penggunaan multimedia interaktif biasanya ditemukan pada *game* yang menyertakan alat sebagai kontrol, sehingga pemain dapat menentukan dalam permainan tersebut. Multimedia digunakan pada tayangan televisi atau *film*. Namun, penggunaanya tidak bisa mengendalikan dan menentukan proses selanjutnya. Bentuk interaksi multimedia dengan pengguna yakni ketika pengguna menggunakan tombol navigasi untuk melanjutkan ke halaman (*frame*) selanjutnya dan menginputkan teks pada halaman multimedia.

2.1.2 Fungsi Multimedia

Terdapat beberapa fungsi Multimedia [2], antara lain :

1. Bidang periklanan, seperti penjualan *online* yang efektif dan interaktif.
2. Bidang pendidikan dalam penyampaian bahan pengajaran secara

interaktif dan dapat mempermudah pembelajaran karena didukung oleh berbagai aspek seperti suara, gambar, video, animasi, teks, dan grafik.

3. Bidang jaringan dan internet yang membantu dalam pembuatan *website* yang menarik, informatif, dan interaktif.

2.2 Media Promosi

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Media merupakan sarana yang digunakan untuk menayangkan serta memperkenalkan informasi secara visual maupun *audio* visual yang sering ditemukan pada kehidupan sehari-hari, seperti mengadakan iklan, perusahaan dituntut untuk memilih media iklan secara tepat. Hal ini penting karena tidak semua media cocok untuk mengiklankan suatu produk.

Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk atau jasa agar mendorong konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa yang dipromosikan. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dapat digunakan agar mencapai keberhasilan dalam memperkenalkan produk atau jasa tersebut[8].

2.2.1 Tujuan Media Promosi

Adapun tujuan media promosi [1], antara lain:

1. Memberikan informasi menarik tentang suatu produk dan meningkatkan daya tarik.
2. Mengomunikasikan dan memperkenalkan produk baru.

3. Menginformasikan ke konsumen tentang peningkatan kualitas produk.
4. Mengajak konsumen untuk mendatangi tempat penjualan produk.
5. Memotivasi konsumen agar memilih atau membeli produk tersebut.

2.2.2 Jenis – Jenis Media Promosi

Jenis-jenis media promosi [11], diantaranya yaitu :

1. Media Konvensional

Media konvensional merujuk pada jenis media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar. Media ini sudah ada sejak lama dan telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat.

2. Media Digital

Media digital meliputi semua jenis media yang dikonsumsi melalui internet, seperti situs *web*, *blog*, media sosial, dan *platform* video seperti *YouTube*. Kedua media, baik konvensional maupun digital, memiliki kelebihan dan kekurangan yang berbeda-beda. Media konvensional menawarkan kredibilitas dan akses mudah, sementara media digital seperti menawarkan informasi yang lebih baru dan interaktif. Namun, kekurangan media konvensional adalah waktu dan harga mahal, sedangkan kekurangan media digital adalah *overload* informasi dan ketergantungan pada teknologi. Oleh karena itu, pengguna harus memilih media yang paling cocok dan menguntungkan bagi mereka.

Keuntungan penggunaan media digital dibandingkan dengan media konvensional [11], antara lain :

- a. Mudah digunakan. Yang penting terhubung dengan internet maka

media sosial dapat langsung digunakan oleh siapapun.

- b. Sebagai sarana relationship, media digital dapat digunakan untuk membangun hubungan atau komunikasi dua arah karena dapat langsung dilakukan secara interaktif dan mendapatkan *feedback* satu sama lain.
- c. Memiliki jangkauan yang luas, media digital memiliki jangkauan global, luas yang tidak dibatasi oleh waktu dan letak geografis.

2.3 *Software Wondershare Filmora*

Wondershare Filmora merupakan sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk membuat dan mengedit video baik berupa kumpulan gambar, maupun gabungan dari beberapa video menjadi sebuah video baru yang berkualitas, *Wondershare Filmora* juga digunakan untuk *editing* video dengan menggunakan efek, transisi dan elemen-elemen sehingga membuat hasilnya lebih menarik [12]. Logo aplikasi *Wondershare Filmora* ditampilkan pada **Gambar 2.1** di bawah ini.



Gambar 2.1 Logo *Wondershare Filmora*

2.3.1 Fungsi software *Wondershare Filmora*

Fungsi-fungsi dari perangkat lunak *Wondershare Filmora* meliputi tingkat saturasi, kecerahan, pemangkasan, rasio aspek, penggabungan, rotasi, pemotongan, dan sebagainya. Memangkas video dengan memotong bagian yang tidak diinginkan, memotong ukuran layar video, menggabungkan dan mengkombinasikan dua atau lebih video menjadi satu video, menyetel kejenuhan atau saturasi warna video, tingkat kecerahan, rasio aspek, dan merotasi video ke arah yang disukai [12]. Dapat mengurangi atau menambahkan kecepatan berjalan video dari 0.2 kali hingga 5 kali.

2.3.2 Kelebihan dan Kelemahan Software *Wondershare Filmora*

Kelebihan dari software *Wondershare Filmora* adalah Memiliki fasilitas

pengeditan foto dan video yang memungkinkan untuk menangani berbagai fungsi pengedit video yang diperlukan agar memberikan sentuhan professional, aplikasinya ringan, pengoperasiannya mudah bagi kaum pemula, proses editingnya bisa lebih cepat, dan terdapat banyak fitur-fitur yang tersedia, seperti dapat menambahkan transisi, efek, elemen-elemen dan jenis teks. [12]

Kelemahan dari *software Wondershare Filmora* adalah tidak leluasa mengedit sesuai yang diinginkan, seperti mengedit menggunakan *Adobe Premiere*. Karena ukuran programnya ringan, perlu mengunduh terlebih dahulu fitur efek yang tersedia.

2.4 *Software Canva*

Aplikasi *Canva* merupakan aplikasi desain grafis secara online. *Canva* juga memiliki berbagai macam template desain yang ingin dibuat. Tidak hanya presentasi, tetapi juga menyediakan desain untuk poster, foto profil, *banner*, dan lain-lain [4]. Dalam pemanfaatannya, *Canva* dapat digunakan untuk membuat desain gambar, *powerpoint*, hingga menyusun *storyboard* dan *planner*. Dengan adanya *tools* dan fitur dari *Canva* ini akan mudah digunakan oleh pengguna pemula untuk membuat sebuah desain. Logo dari aplikasi Canva ditampilkan pada **Gambar 2.2** di bawah ini.



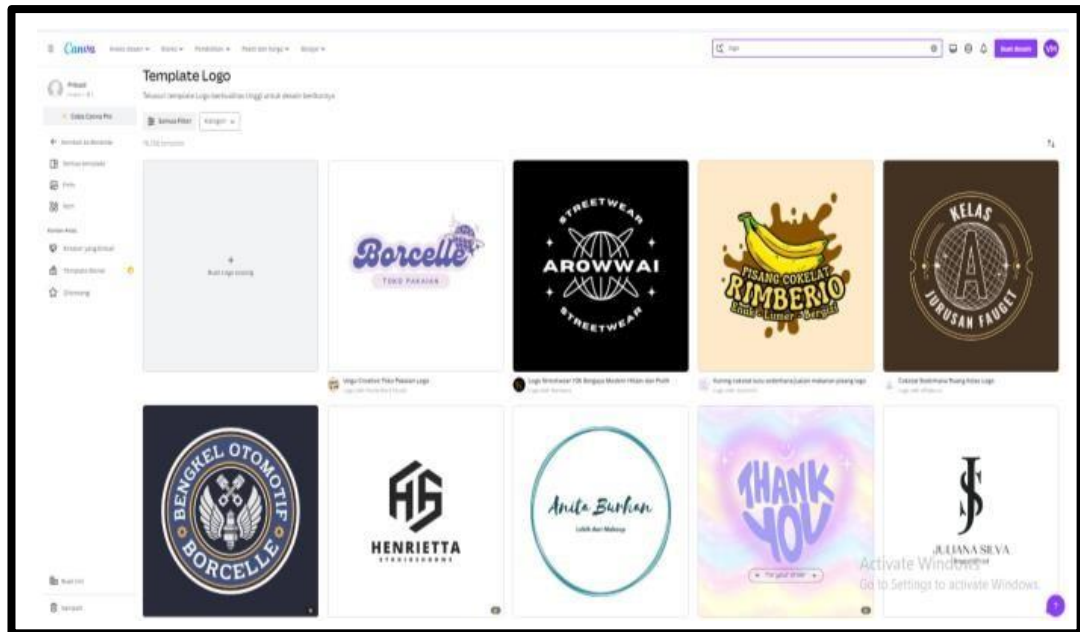
Gambar 2.2 Logo Software Canva

2.4.1 Manfaat Software Canva

Selain digunakan untuk mendesain konten di media sosial, *Canva* dapat digunakan untuk melakukan desain lain, seperti membuat logo, poster, *banner* iklan, sertifikat dan lainnya [4]. Desain-desain yang dapat dimanfaatkan diantaranya :

1. Logo, dapat digunakan sebagai sarana *branding* dari usaha yang dilakukan.

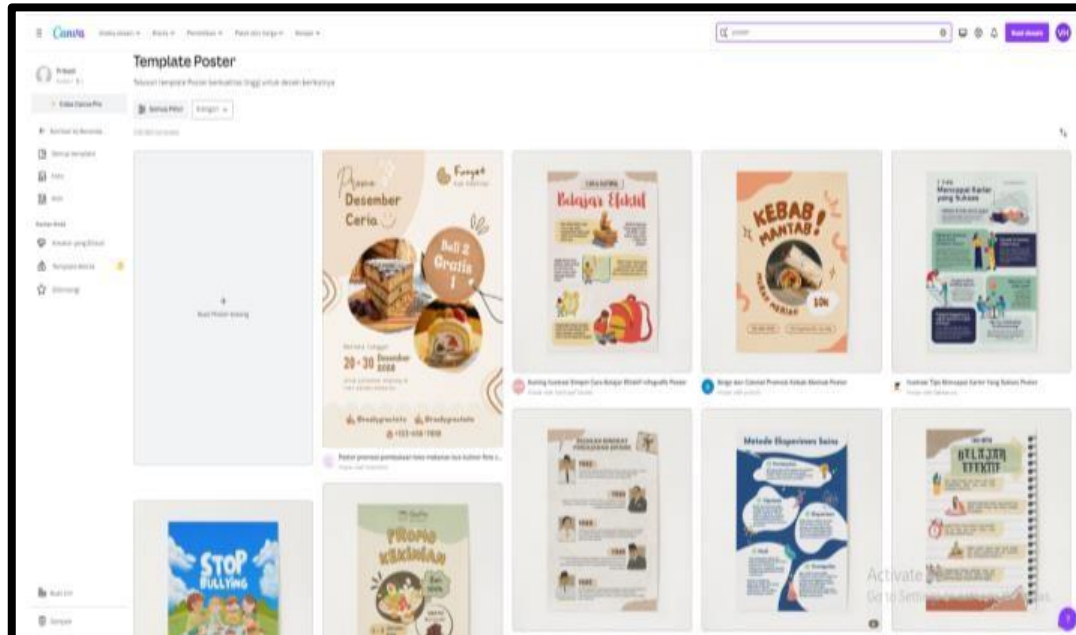
Untuk mendesain logo, di *Canva* ada beberapa *template* yang sudah disediakan atau buat sendiri. *Template* Logo ditampilkan pada **Gambar 2.3** di bawah ini.



Gambar 2.3 *Template Logo*

2. Poster, dapat digunakan untuk iklan produk, jasa dan lain-lain. *Template*

Poster ditampilkan pada **Gambar 2.4** di bawah ini.



Gambar 2.4 *Template Poster*

2.4.2 Kelebihan dan Kelemahan *Software Canva*

Kelebihan dalam aplikasi Canva adalah memiliki beragam desain yang menarik, mampu meningkatkan kreativitas pengguna dalam mendesain, karena banyak fitur yang telah disediakan, dan juga menghemat waktu dalam media pembelajaran secara praktis[4]. Ada juga kelemahan mendasar yang di dapat pada aplikasi ini, yaitu ingin menggunakan *Canva*, setiap pemakai harus tersambung dengan jaringan internet data agar bisa tersambung dan dapat menggunakan *Canva*, selain itu juga desain yang disajikan dalam aplikasi *Canva* ada beberapa template yang berbayar, tetapi hal ini tidak menjadi masalah, dikarenakan banyak template yang bagus tetapi gratis saat dipakai.

2.5 *Motion Graphic*

Motion graphic merupakan media yang menggabungkan antara gambar yang bergerak, teks, dan suara sehingga memberikan daya tarik tersendiri. Menurut *Michael Betancourt* Alatas [10] *motion graphic* merupakan gabungan antara film, video, fotografi, ilustrasi, animasi, dan musik, yang di mana di dalamnya juga terdapat tipografi dan grafis yang dapat digunakan sebagai *titles* dalam *film*, *bumper*, dan elemen grafis lainnya yang muncul di televisi. Sementara itu menurut *Dickinson* Fujianto dan Antoni [10], *motion graphic* dapat meningkatkan kepuasan dalam menentukan ide dengan cara menggabungkan gambar dan suara yang dapat mempengaruhi emosi penonton.

Berdasarkan dua penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *motion graphic* merupakan gabungan dari berbagai bentuk media baik 2D maupun 3D yang

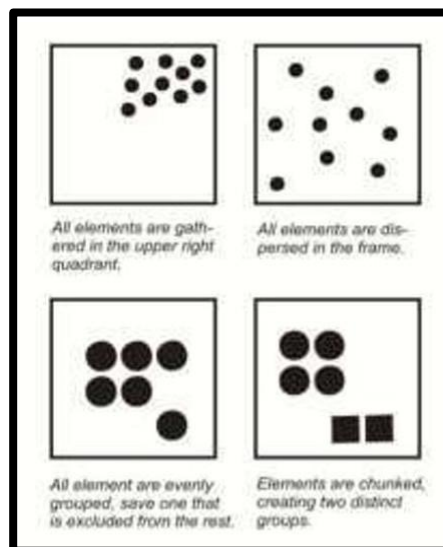
dipadukan menjadi satu dan biasa digunakan pada *film*, *bumper*, serta hal lainnya dan dapat mempengaruhi emosi yang menonton.

2.5.1 Prinsip – Prinsip *Motion Graphic*

Adapun prinsip – prinsip yang dikenal dalam mengerjakan dan menghasilkan karya *motion graphic* [10], antara lain :

1. *Composition*

Dalam mendesain komposisi, langkah dalam memilih bagaimana elemen, tipografi, gambar, dan visual disusun akan menentukan posisi visual secara menyeluruh nantinya. *Gathering*, *Dispersion*, *Exclusion*, *Chunking* ditampilkan pada **Gambar 2.7** di bawah ini.



Gambar 2.7 *Gathering, Dispersion, Exclusion, Chunking*

Gathering adalah ketika seluruh elemen bersatu dalam satu kuadran. Elemen yang ada dapat keluar atau masuk ke dalam *frame*. Susunan elemen yang variatif dapat menghasilkan ilusi visual.

Dispersion adalah ketika elemen-elemen tersebar di dalam *frame*. Elemen yang disusun pada dispersi akan terlihat tidak beraturan. Agar audiens dapat fokus pada desain, maka digunakan warna yang variatif untuk membuat elemen yang satu menonjol dibandingkan elemen lainnya.

Exclusion adalah ketika salah satu elemen berpisah dengan kesatuan elemen yang sudah dikelompokkan. Satu elemen yang terpisah itu menjadi titik fokus desain.

Chunking adalah ketika elemen-elemen yang ada dimasukkan ke dalam beberapa kelompok. Hal ini menolong *audiens* untuk memahami suatu informasi lebih baik. Elemen-elemen tersebut dapat dikelompokkan berdasarkan bentuk, warna, ukuran, atau jenis tulisan.

2. *Frame*

Motion graphic terdiri dari *frame* individual. Pada layar, tiap *frame* mencerminkan suatu waktu pada bidang dua dimensi. Komposisi di dalam *frame* di batasi oleh empat sisi, yaitu kiri, kanan, atas, dan bawah.

3. *Flow*

Jika ada hal pada desain yang membuat pembaca atau *audiens* harus berhenti dan berpikir lebih keras untuk menyerap informasi tersebut. Dalam hal ini, berarti alur desain telah terganggu. Seorang desainer harus dapat menyusun desain yang dibuatnya sedemikian rupa pada segi *frame* dan transisi sehingga informasi dapat menggugah emosi dan dimengerti penonton.

4. *Transition*

Terdapat beberapa jenis transisi, di antaranya yaitu :

- Transisi *cut* merupakan transisi instan yang pada umumnya digunakan

dan membuat adegan tampak tidak terputus. Ketika *cut* di saplikasikan dengan baik, penonton tidak akan sadar mengenai pergantian yang terjadi pada layar dan mendapatkan informasi baru.

- Transisi *dissolve* adalah ketika transparansi berubah pada saat sumber saling bertumpukan. Sumber yang satu akan menjadi lebih transparan, sementara sumber yang baru terlihat semakin jelas.
- Transisi *push* adalah ketika suatu sumber mendorong keluar sumber yang lain pada layar. Dorongan bisa berasal dari atas, bawah, kanan, dan kiri.
- Transisi *slide* hampir mirip dengan transisi push. Namun pada transisi *slide*, sumber pertama bersifat statis atau diam, sementara sumber kedua bergeser masuk ke dalam layar dan bisa dari arah mana saja.
- Transisi *wipe* digunakan pada saat desainer hendak mengaburkan sumber yang lain. Pada umumnya bentuknya adalah segi empat, lingkaran, serta bentuk geometri lainnya.

5. Tekstur

Tekstur visual di gunakan dengan tujuan membuat suatu ilusi dengan warna dan pola tertentu. Tekstur digunakan untuk memberikan kesan adanya dimensi atau aksen, serta menambah nilai estetika pada suatu desain.

6. Sound

Suara yang ada pada motion graphic harus dapat menyampaikan pesan dengan tepat dan juga mampu membangun emosi penonton. Emosi seseorang bahkan bisa terpengaruh oleh perubahan suara sekecil apapun.

7. Emotion

Membangun koneksi emosi dengan penonton adalah salah satu hal yang membuat pesan pada motion graphic semakin berkesan.

2.5.2 Jenis - Jenis *Motion Graphic*

Adapun jenis – jenis motion graphic [9], antara lain yaitu:

1. *Brand Video*

Motion graphic jenis ini banyak di gunakan dalam pemasaran atau marketing. Banyak merek mengandalkan jenis grafik gerak ini pada saat memperkenalkan produk baru atau menjelaskan identitas perusahaan mereka. Di sini, penggunaan motion graphic untuk video promosi di maksudkan agar dapat menarik perhatian khalayak modern “saat ini” yang cenderung lebih menyukai visual di era digital ini.

2. *Instructional Video*

Jenis lain dari motion graphic adalah *Instructional Video* (Video Penjelasan) grafik gerak di sini di gunakan untuk membantu penonton memahami konsep video yang ditonton mereka. Gerakan grafis dari motion graphic memberikan beberapa aksen sehingga penonton agar dapat lebih mengingat apa yang mereka pelajari dalam video tersebut.

3. *Movie Clip*

Motion graphic dalam movie clip digunakan untuk mendukung suasana “perasaan” penonton. Saat klip video ditampilkan dilayar, penonton secara otomatis akan fokus pada persiapan untuk menonton *film* yang akan dimulai.

2.5.3 Fungsi *Motion Graphic*

Adapun fungsi motion graphic [9] antara lain yaitu :

1. Sebagai alat bantu visual

Dapat membantu penonton memahami keseluruhan konten video. Apalagi jika video tersebut menggunakan data atau statistik yang sulit dipahami tanpa bantuan animasi.

2. Membuat informasi yang disampaikan lebih berkesan

Selain membantu audiens memahami konten video dengan lebih mudah, motion graphic juga dapat membantu penonton menyerap informasi yang disampaikan dengan cara yang singkat dan mudah dipahami.

2.5.4 Manfaat *Motion Graphic*

Adapun manfaat *motion graphic* [9], antara lain yaitu :

1. Informasi menjadi lebih berkesan, termasuk cara yang efektif jika ingin menyampaikan informasi atau pesan ke penonton. Dengan cara ini, bisa mengubah semua informasi dengan bentuk gambar bergerak
2. Serta menambahkan *audio* hingga tulisan yang menarik. Itulah sebabnya informasi yang dibuat lebih enak dilihat serta informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami.
3. Konten media sosial jadi lebih menarik, konten media sosial semakin hari semakin beragam sehingga grafis gerak atau *motion* grafis salah satu yang bisa jadi pilihan untuk menjadikan konten yang lebih menarik dan variatif, hal ini bisa mengundang perhatian.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Analisis Masalah

Analisis adalah tindakan dari identifikasi terhadap suatu permasalahan yang terjadi untuk mendapatkan penyelesaiannya sehingga dapat diperbaiki. Dalam arti lain, analisis adalah kemampuan memecahkan atau menguraikan materi menjadi bentuk yang mudah untuk dipahami dan dikaji.

STMIK TIME adalah salah satu kampus di kota medan, yang dimana kegiatan promosinya hanya menggunakan brosur, melakukan seminar disekolah-sekolah, *banner*, baliho, serta ada juga beberapa video yang diunggah di sosial media seperti di akun *instagram* kampus STMIK TIME. Perancangan video promosi ini dibutuhkan oleh bagian *marketing* dalam upaya promosi kampus STMIK TIME dan fasilitas – fasilitas yang dimiliki kampus tersebut untuk menarik minat calon mahasiswa/i baru untuk bergabung di STMIK TIME.

Hal ini yang mendorong penulis berkeinginan untuk membuat video promosi yang menarik dan *modern* untuk ditujukan kepada calon mahasiswa/i baru agar bisa bergabung di kampus STMIK TIME. Oleh karena itu, penulis memilih membuat video promosi sebagai media promosi dengan teknik *Motion Graphic*.

3.1.1 Analisis Proses

Metode penelitian yang dilakukan dalam merancang video promosi pada kampus STMIK TIME adalah didapatkan jumlah mahasiswa/i pada jurusan TI dari tahun 2020 – 2023 dari hasil *interview* yang dilakukan oleh peneliti dengan bagian prodi STMIK TIME. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara dengan pihak marketing kampus, dan studi pustaka. Perancangan multimedia sebagai media promosi kampus STMIK TIME, akan diproduksi dengan menggunakan aplikasi *Wondershare Filmora*. Perancangan multimedia video promosi melalui beberapa tahapan perancangan agar mendapatkan suatu gambaran tentang produk yang akan dibuat. Sehingga memudahkan kita dalam pembuatan video promosi.

Melalui perancangan video promosi berbasis *motion graphic* ini diharapkan bisa meningkatkan kepeminatan calon mahasiswa/i baru pada di kampus STMIK TIME setiap tahunnya dan sebagai sarana informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

3.1.2 Metode Yang Dikembangkan

Pada subbab ini, terkait metode yang akan digunakan. Metode yang akan diterapkan pada penelitian ini adalah metode *motion graphic*. *Motion graphic* berupa potongan grafik digital serta objek yang menciptakan ilusi pergerakan. Biasanya potongan objek digital itu di kreasikan dengan menggabungkan menjadi satu seperti iklan, film, video, dan lainnya, juga merupakan bentuk komunikasi visual yang dipakai untuk menceritakan cerita, menyampaikan pesan atau

mengkomunikasikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan baik. *Motion graphic* biasanya digabungkan dengan suara, teks untuk proyek multimedia tertentu.

Penerapan *Motion Graphic* dalam video promosi ini dapat menjadi wadah untuk menyampaikan informasi kepada calon mahasiswa untuk memilih kampus STMIK TIME. Strategi promosi yang dilakukan yaitu, video promosi ini bisa di tayangkan pada saat kegiatan presentasi ke sekolah-sekolah SMA/SMK, di media sosial dan berbagai kegiatan promosi lainnya dalam upaya meningkatkan angka pendaftaran mahasiswa/i baru di kampus STMIK TIME setiap tahunnya.

3.2 Perancangan Sistem

Dalam proses pengambilan video, terdapat perancangan yang dimulai dari pengkajian terhadap tempat atau objek yang akan diambil gambarnya. Titik – titik tempat yang menarik untuk dijadikan sebagai bahan dalam pengambilan video ini, sangat tergantung oleh pengkajian yang dilakukan oleh penulis yang secara langsung datang melihat kondisi nyata kampus STMIK TIME tersebut. Proses tersebut dilakukan agar perencanaan yang telah dilakukan sesuai dengan kenyataan yang di inginkan penulis. Agar perencanaan video promosi kampus STMIK TIME ini berjalan dengan baik dapat dilihat pada tahapan – tahapan perancangan video berikut ini.

3.2.1 Praproduksi

Pada tahap ini akan dijabarkan persiapan apa – apa saja yang diperlukan sebelum melakukan pengambilan video promosi kampus STMIK TIME ini agar

dapat berjalan lancar sesuai konsep. Untuk lebih lengkapnya tahapan – tahapan praproduksi dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Ide atau gagasan

Dengan skripsi berjudul “PERANCANGAN MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI STMIK TIME BERBASIS *MOTION GRAPHIC*” video promosi ini bertema kampus, dengan tujuan agar calon mahasiswa baru lebih mengenal kampus STMIK TIME dan tertarik untuk bergabung.

b. Menyusun jadwal

Jadwal *schedule* disusun secara rinci dan detail dan peralatan apa saja yang diperlukan, serta batas waktunya. Penulis akan menjabarkan jadwal pengambilan gambar yang dibutuhkan selama proses pengambilan gambar, semua proses tersebut dapat dilihat pada **Tabel 3.1** dibawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pengambilan Gambar

Hari	Tanggal	Deskripsi
1.	25 Maret 2024	Pengambilan Gambar Sebagian
2.	27 April 2024	Pengambilan Gambar Keseluruhan
3.	22 Mei 2024	Pengambilan Gambar Terakhir

c. Menentukan (*hunting*) lokasi

Memilih dan mencari lokasi/*setting* pengambilan gambar harus sesuai dengan konsep dan ide. Penulis memilih kampus STMIK TIME ini karena sesuai dengan tema yang penulis angkat sebagai bahan

pembuatan video tersebut. Berikut merupakan bagian – bagian kampus yang direkam :

1. Gedung STMIK TIME
2. Resepsionis
3. Koridor
4. Lab Komputer
5. Ruang Kelas Teori
6. Perpustakaan

d. Peralatan

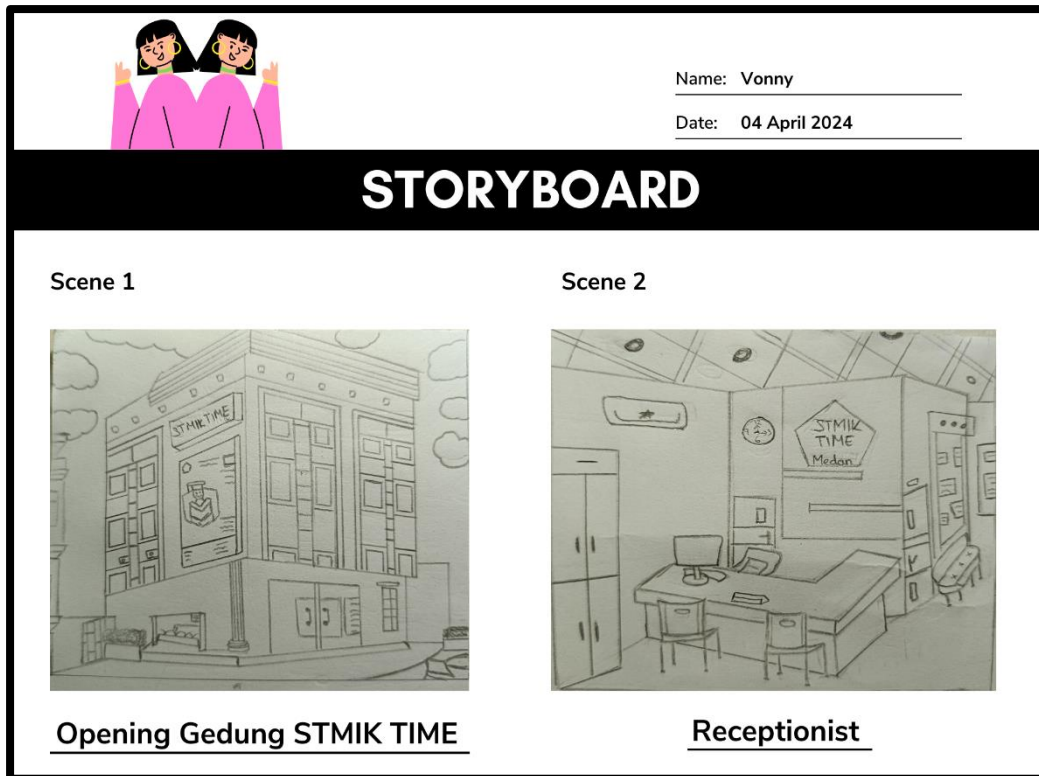
Untuk pengambilan video, penulis menggunakan kamera *handphone iPhone 14promax*. Kamera dari *iPhone* ini, menyediakan perekaman video dengan resolusi perekaman video 4K pada kecepatan *24fps (frames per second)*, *25 fps* atau *60 fps*, dengan resolusi sebesar itu sudah sangat bagus untuk mendapatkan hasil video yang terbaik. Pada pengambilan gambar foto juga sangat bagus dengan resolusi kamera 48 megapixels untuk resolusi hingga 4 kali lebih besar, sehingga menghasilkan gambar foto atau video yang sangat detail. *Handphone iPhone 14promax* ditampilkan pada **Gambar 3.1** di bawah ini.



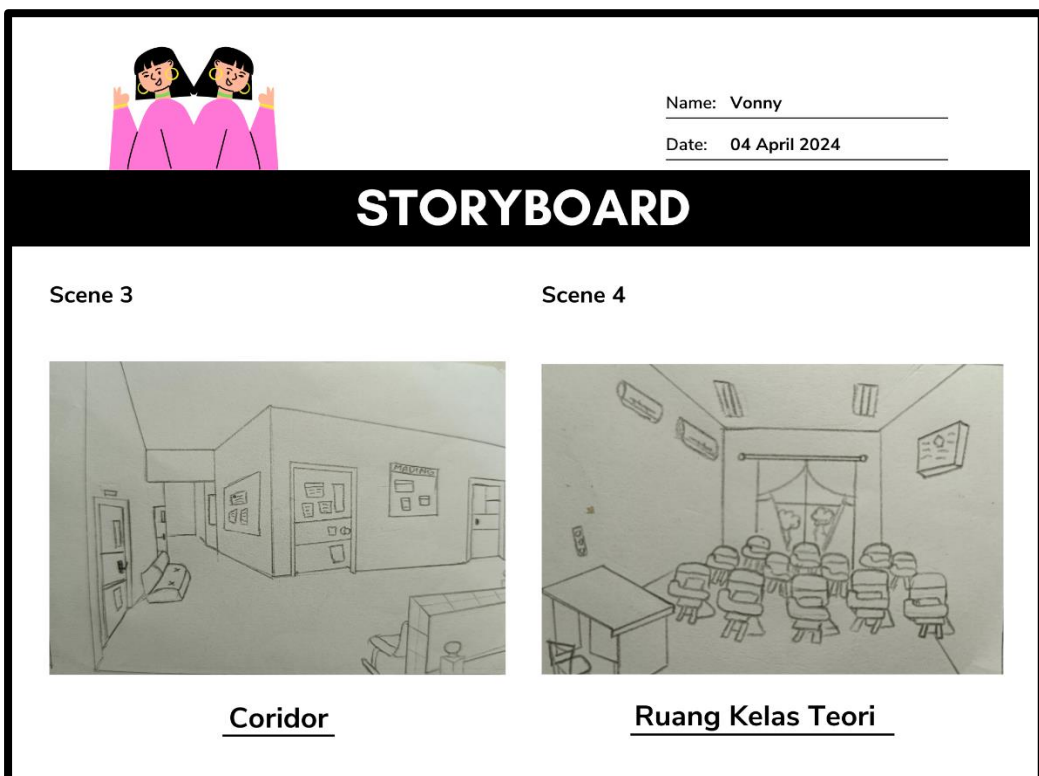
Gambar 3.1 Handphone iPhone 14promax

e. Perancangan *Storyboard*

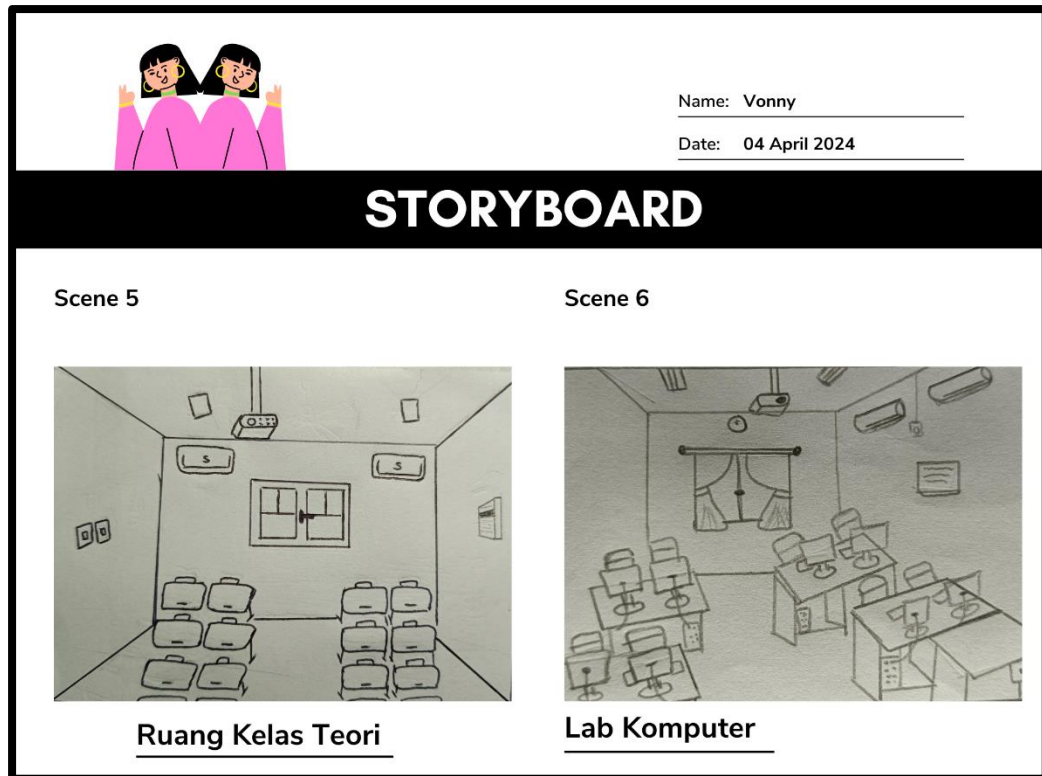
Agar dapat menyesuaikan ide cerita kepada orang lain dengan lebih mudah maka, penulis menuangkan ide dan gagasan kedalam *storyboard*. Dengan ini penulis dapat menentukan tata letak visual apa saja yang akan masuk kedalam video dan sorotan kamera, sehingga hasil dari pengambilan gambar lebih kurang akan sesuai dengan *storyboard* yang dibuat. Berikut merupakan *storyboard* yang penulis rangkai menggunakan aplikasi *Canva*, sebagaimana dapat dilihat pada **Gambar 3.2 s.d. Gambar 3.10** di bawah ini.

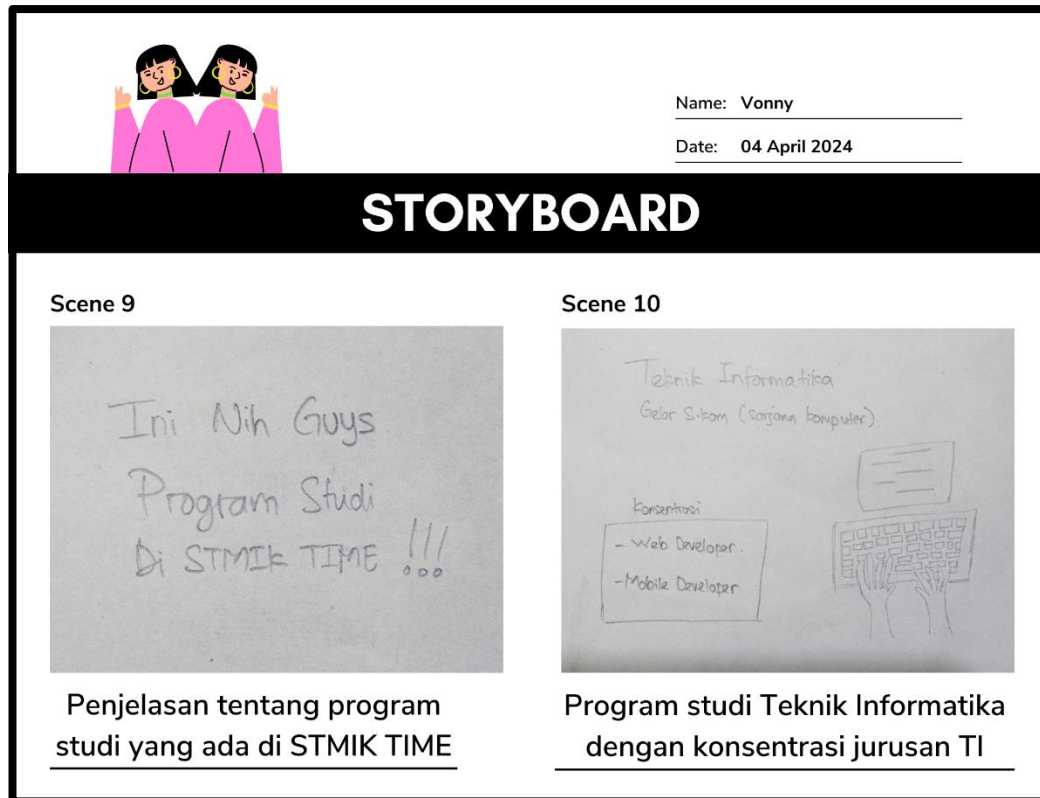


Gambar 3.2 Storyboard 1

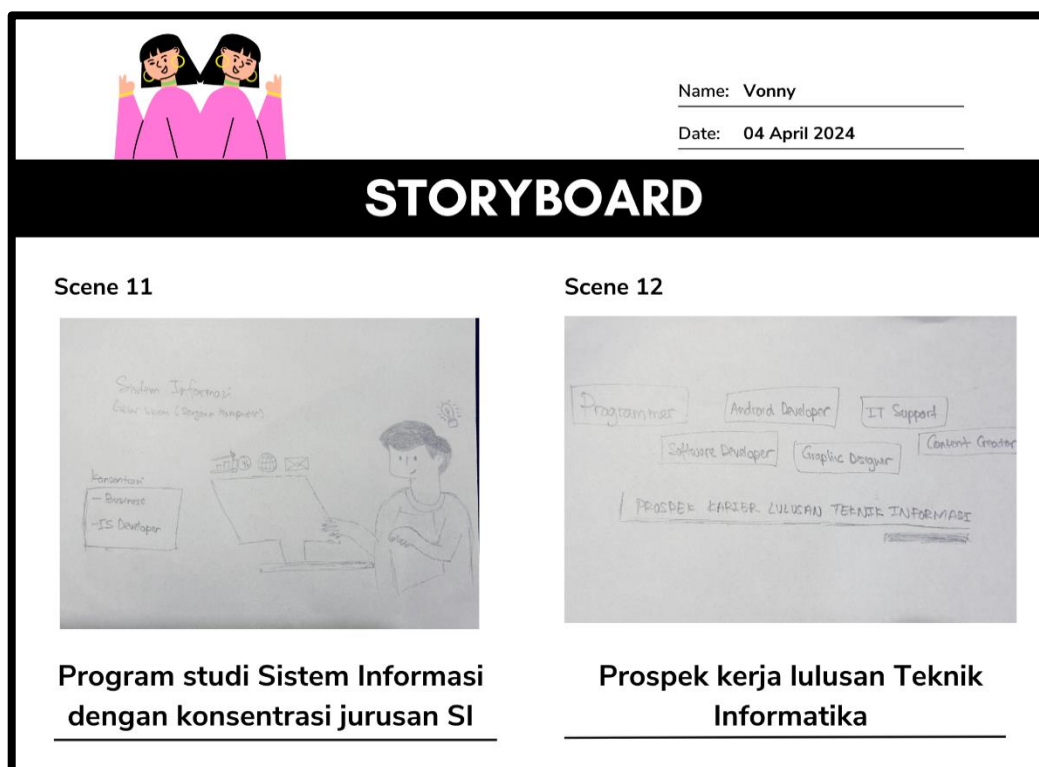


Gambar 3.3 Storyboard 2

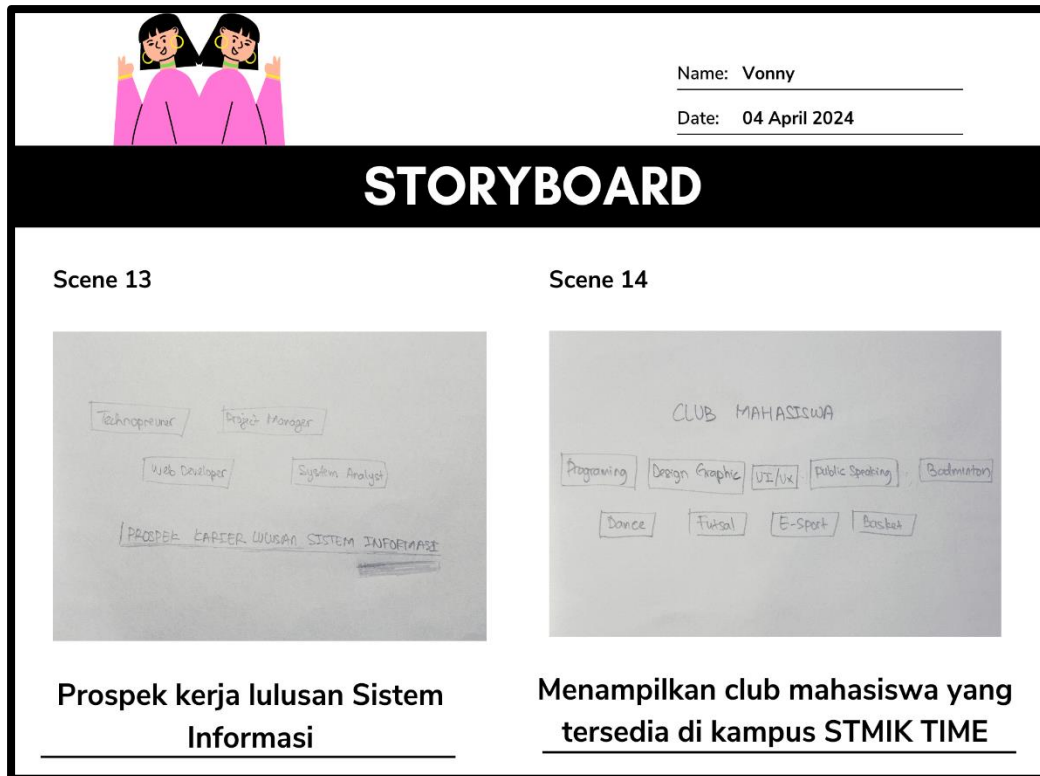
Gambar 3.4 *Storyboard 3*Gambar 3.5 *Storyboard 4*



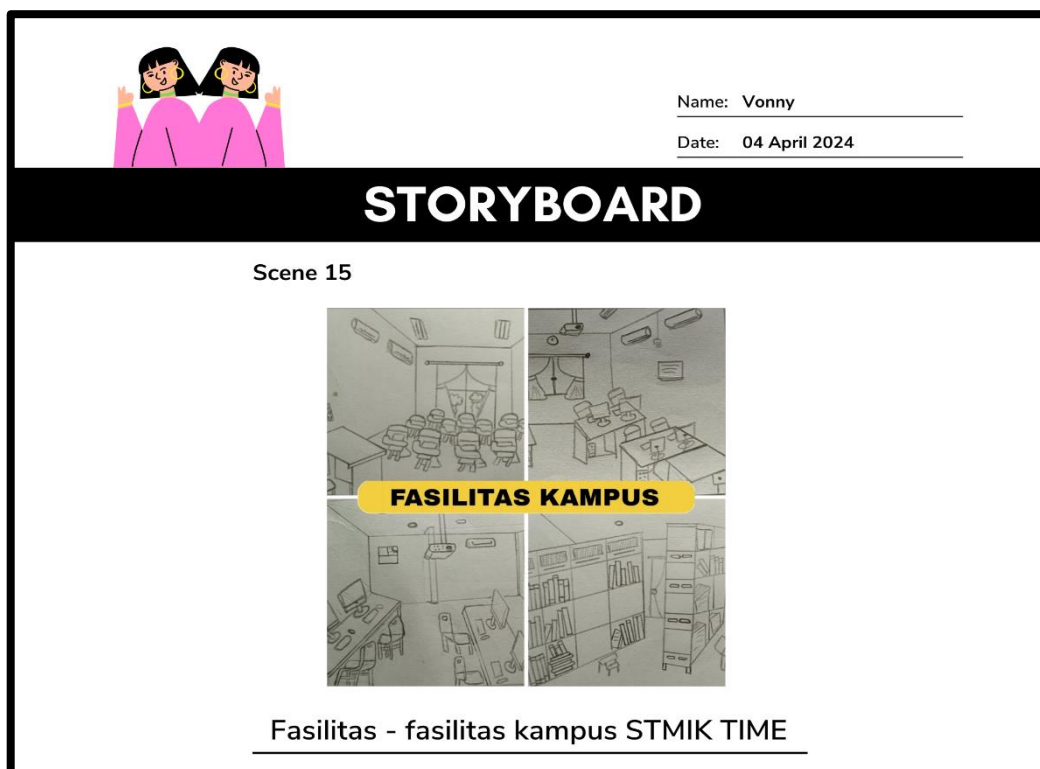
Gambar 3.6 Storyboard 5



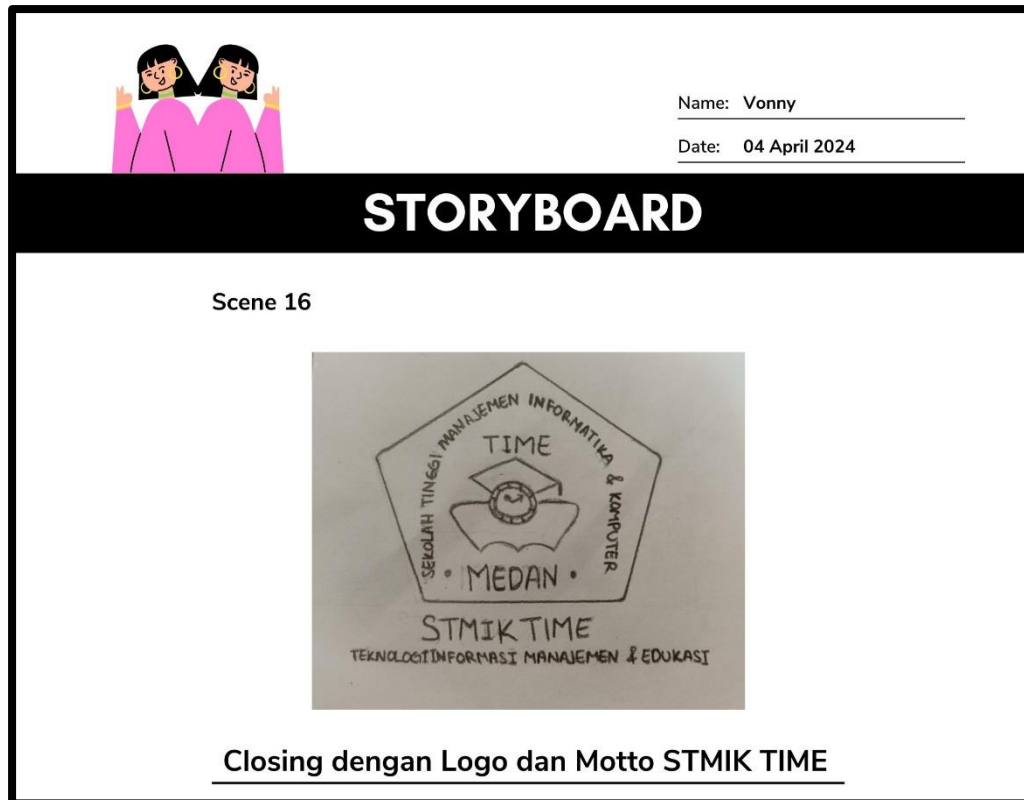
Gambar 3.7 Storyboard 6



Gambar 3.8 Storyboard 7



Gambar 3.9 Storyboard 8



Gambar 3.10 Storyboard 9

3.2.2 Produksi

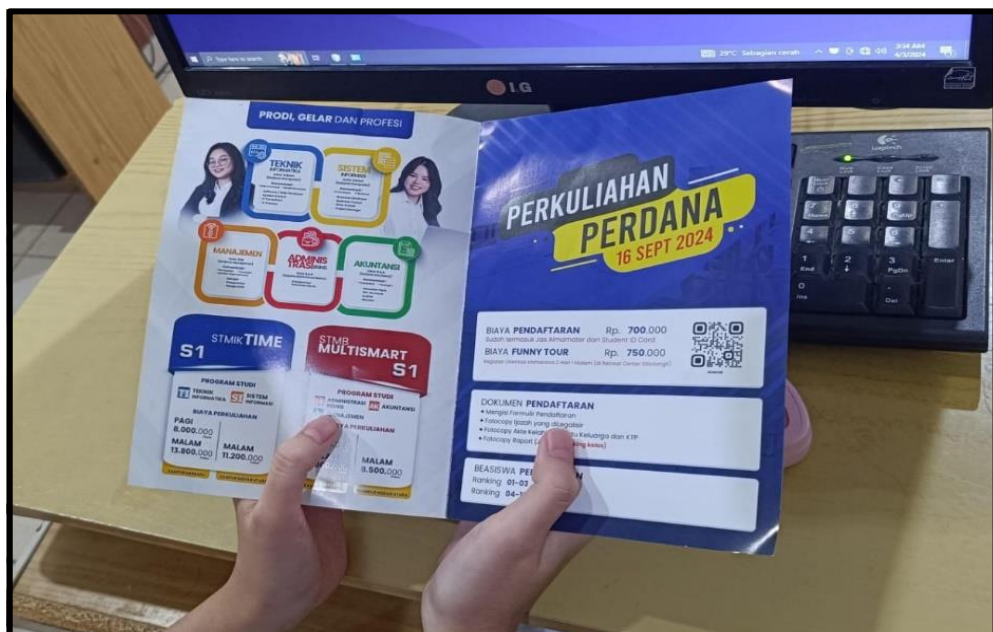
Tahap produksi merupakan tahap selanjutnya dari tahap praproduksi. Pada tahap ini, dilakukan pengambilan gambar dengan ide dan konsep yang sudah dirancang sebelumnya. Kemudian dilakukan proses pengambilan gambar baik visual maupun video. Pengambilan gambar disesuaikan berdasarkan titik tempat yang telah ditentukan sebelumnya agar sesuai dan menghasilkan gambar yang berkualitas. Pada tahap ini juga ketetapan waktu pada rencana awal pengambilan harus tepat, agar waktu yang diperlukan untuk pengambilan gambar sesuai dengan yang dijadwalkan.

Adapun langkah – langkah dalam proses produksi yaitu teknik *shooting*. Tahap ini dilakukan proses pengambilan gambar. Dibutuhkan keahlian kameramen

dalam penguasaan kamera sehingga tercapainya hasil yang maksimal dengan alat – alat yang digunakan. Ada beberapa teknik dalam proses pengambilan gambar yaitu:

1. *High Angle Shoot*

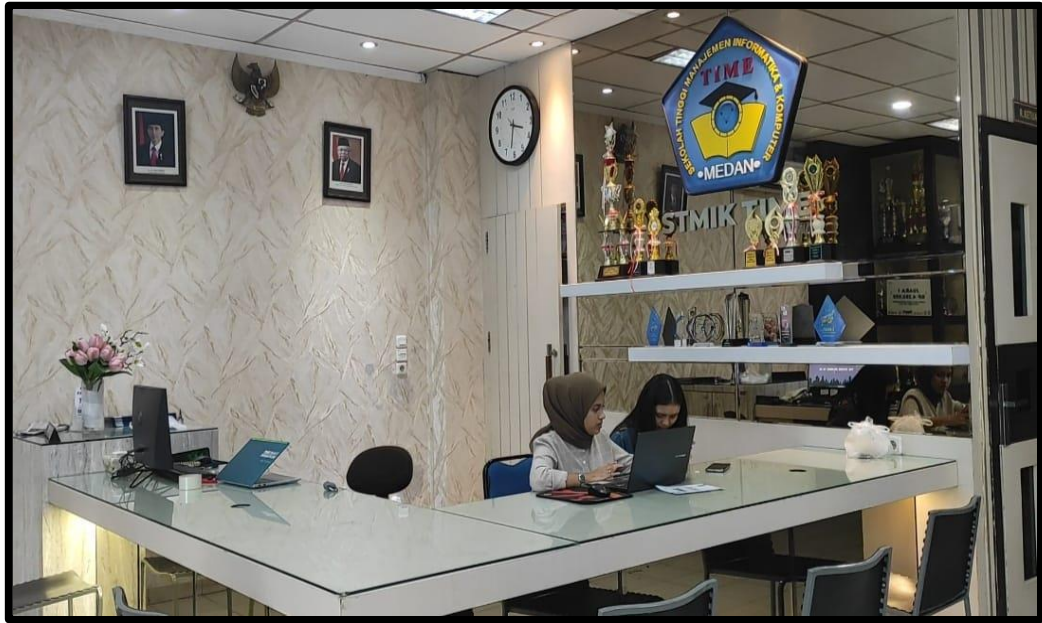
Teknik di mana kamera akan mengarah ke bawah pada subjek dari sudut pengambilan gambar yang tinggi atau pengambilan gambar diatas objek sehingga objek jadi terlihat kecil, dan memiliki kesan dramatis. Teknik *High Angle Shoot* dapat dilihat pada **Gambar 3.12** di bawah ini.



Gambar 3.11 *High Angle Shoot*

2. *Eye Level Shoot*

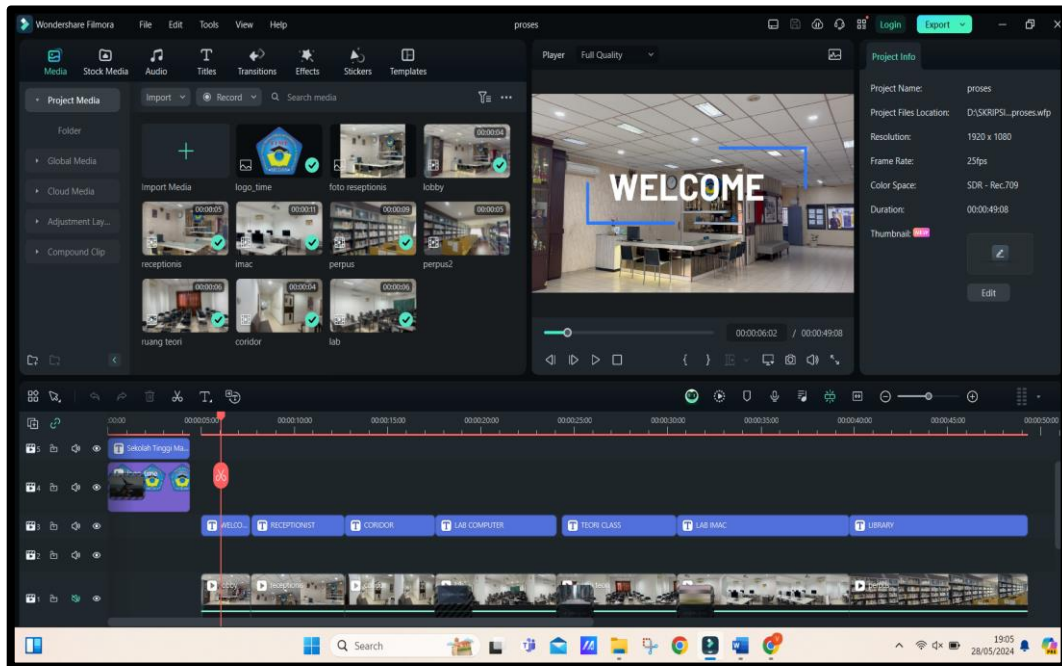
Teknik di mana sudut pengambilan gambar sejajar dengan objek seperti mata memandang. Hasilnya memperlihatkan tangkapan pandangan mata seseorang. Teknik ini tidak memiliki kesan dramatis melainkan kesan wajar. Teknik *Eye Level Shoot* dapat dilihat pada **Gambar 3.13** di bawah ini.



Gambar 3.12 *Eye Level Shoot*

3.2.3 Pascaproduksi

Proses pascaproduksi menjadi salah satu tahap dari proses pembuatan video. Tahap ini dilakukan setelah tahap produksi video selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti pengeditan video, pemberian efek khusus, pengoreksian warna, pemberian suara dan musik latar, hingga penambahan animasi. Proses pengeditan video dapat dilihat pada **Gambar 3.14** di bawah ini.



Gambar 3.13 Proses *Editing* Video

Berikut merupakan tahapan – tahapan dalam proses pasca produksi yaitu sebagai berikut :

1. *Review shooting*

Setelah melalui proses *shooting*, hasil video akan dievaluasi dengan memutar video tersebut secara *intern*. Pada proses pemutaran video dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi pemutar video seperti *Windows Media Player*, *VLC Media Player*, *Movies and TV (Windows 10)*. Pemutaran video secara *intern* ini berguna untuk melihat adanya kekurangan atau penyimpangan yang ada pada video sehingga, dapat dilakukan proses editing berupa penambahan efek atau perbaikan pada *scene-scene* yang tidak diinginkan. Kegiatan *review* video ini sangat membantu tercapainya kesempurnaan pada hasil akhir suatu video nantinya.

2. Persentasi dan Evaluasi

Setelah dilakukannya proses pemutaran video secara intern sehingga, dihasilkan video yang dirasa sudah menarik dan sesuai dengan ide dan konsep, maka selanjutnya video akan di evaluasi bersama-sama dengan penulis sebagai perekam untuk melihat video dari segi ide atau unsur dramatikalnya, dosen pembimbing yang membimbing dan menyetujui layak atau tidaknya video yang penulis hasilkan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar strata-1.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Pada bab ini akan dibahas mengenai hasil dari pembuatan video promosi yang telah dikerjakan sebelumnya yaitu berupa pembuatan video yang diperoleh dari pengambilan gambar serta persiapan penyusunan ide dan konsep yang memakan waktu selama empat bulan lamanya terhitung sejak bulan Februari 2024 sampai bulan Mei 2024. Maka telah dihasilkan video promosi STMIK TIME berbasis *motion graphic*. Video promosi ini berlatar pada kampus STMIK TIME. Pada video ini, penulis ingin menunjukkan profil kampus dan fasilitas apa saja yang didapatkan jika berkuliah di kampus STMIK TIME serta program studi yang ada. Dengan video promosi ini juga diharapkan bisa menjadi media sarana promosi kampus STMIK TIME agar para calon mahasiswa baru di Sumatera Utara ini dapat mengenal dan tertarik untuk berkuliah di kampus STMIK TIME. Tampilan dari hasil video dapat dijabarkan berdasarkan tampilan pembukaan isi sekaligus merangkap akhir video.

Hasil yang didapat setelah melakukan perancangan pada bab sebelumnya adalah visualisasi yang telah penulis rancang sebelumnya menggunakan *software Wondershare Filmora*.

4.1.1 Tampilan Video

Tampilan pembuka atau *opening* pada video promosi kampus STMIK TIME ini pertama kali akan menampilkan tampilan gedung. Dalam tampilan pembukaan ini, penulis ingin memperlihatkan gedung kampus serta logo dari STMIK TIME. Tampilan awal atau *scene opening* video promosi dapat dilihat pada **Gambar 4.1** di bawah ini.



Gambar 4.1 *Scene Opening*

Pada bagian ini merupakan bagian yang menampilkan isi dari video promosi kampus STMIK TIME yang telah penulis rangkai sedemikian rupa sehingga menghasilkan video promosi kampus STMIK TIME yang menarik. Pada video promosi kampus STMIK TIME ini adanya keterbatasan waktu dan keadaan penulis hanya memasukkan bagian-bagian inti yang ada di kampus STMIK TIME. Bagian-bagian tersebut nantinya akan muncul pada scene video yang telah dibuat. akan menampilkan bagian-bagian yang ada pada kampus STMIK TIME tersebut. Hal ini

bertujuan agar para calon mahasiswa/i ataupun masyarakat yang melihat video ini lebih tertarik untuk mengunjungi dan mendaftar di kampus STMIK TIME ini.

4.1.2 Tampilan Informasi Bagian – Bagian Video

Dalam sub bab ini, penulis akan menambahkan informasi pada video promosi kampus STMIK TIME mengenai bagian-bagian apa saja dan fasilitas hingga program studi yang ada di kampus STMIK TIME.. Setelah proses *editing* video sudah selesai dilakukan, selanjutnya penulis akan menampilkan bagian-bagian atau tempat-tempat yang ada di kampus STMIK TIME.

Pada *scene* di bawah ini, menampilkan *lobby* dari kampus STMIK TIME sebagai tempat untuk ruang tunggu mahasiswa/i dan pengunjung. Di tampilkan pada **Gambar 4.2** di bawah ini.



Gambar 4.2 *Scene 1*

Pada *scene* di bawah ini, ditampilkan *receptionist* kampus STMIK TIME sebagai tempat untuk pendaftaran maupun tempat bertanya-tanya seputar kampus. Di tampilkan pada **Gambar 4.3** di bawah ini.



Gambar 4.3 Scene 2

Pada *scene* di bawah ini, ditampilkan *corridor* lantai 2 sebagai tempat untuk memberikan akses yang mudah dan nyaman bagi mahasiswa, dosen, dan *staff* atau karyawan ke berbagai bagian kampus. Di tampilkan pada **Gambar 4.4** di bawah ini.



Gambar 4.4 Scene 3

Pada *scene* di bawah ini, ditampilkan laboratorium komputer sebagai fasilitas untuk para mahasiswa atau mahasiswi untuk kelas praktek pemograman atau mendesign. Di tampilan pada **Gambar 4.5** di bawah ini.



Gambar 4.5 Scene 4

Pada *scene* di bawah ini, ditampilkan kelas teori sebagai fasilitas untuk para mahasiswa atau mahasiswi untuk kelas belajar teori pemograman atau mendesign.

Di tampilan pada **Gambar 4.6** di bawah ini.



Gambar 4.6 Scene 5

Pada *scene* di bawah ini, ditampilkan laboratorium komputer iMac sebagai salah satu fasilitas yang tersedia di kampus STMIK TIME untuk para mahasiswa atau mahasiswi sebagai kelas pemograman atau mendesign. Di tampilan pada **Gambar 4.7** di bawah ini.



Gambar 4.7 Scene 6

Pada *scene* di bawah ini, ditampilkan perpustakaan kampus STMIK TIME sebagai fasilitas untuk tempat para mahasiswa/i menimba ilmu dan membaca banyak macam buku di perpustakaan tersebut. Di tampilan pada **Gambar 4.8** di bawah ini.



Gambar 4.8 Scene 7

Pada *scene* di bawah ini, ditampilkan *scene* yang akan menjelaskan apa saja program studi yang ada di kampus STMIK TIME. Dapat dilihat pada **Gambar 4.9** di bawah ini.



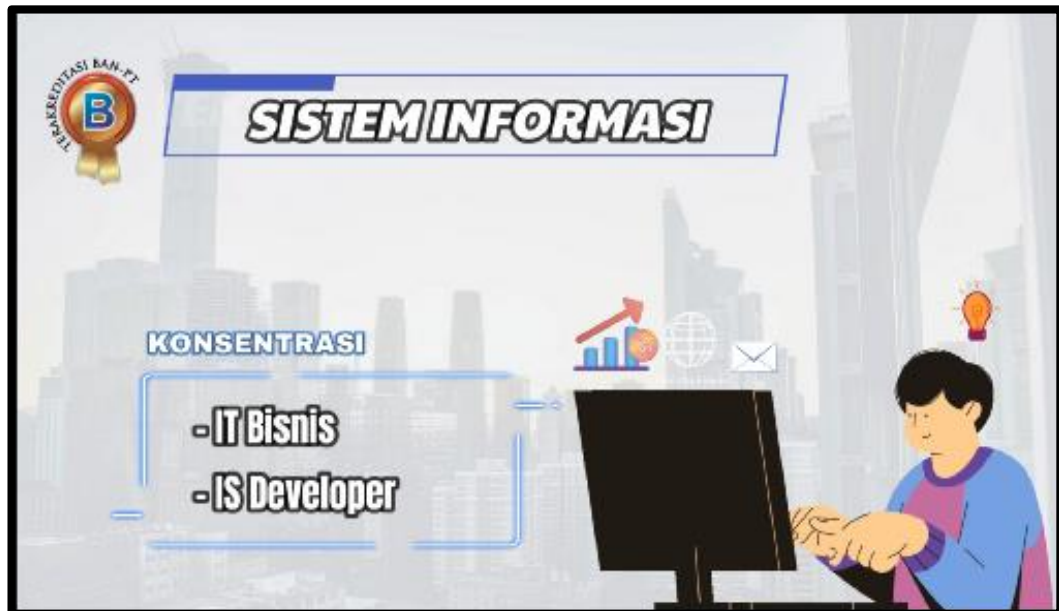
Gambar 4.9 Scene 8

Pada *scene* di bawah ini, ditampilkan *scene* jurusan Teknik Informatika STMIK TIME serta akreditasi kampus. Dapat dilihat pada **Gambar 4.10** di bawah ini.



Gambar 4.10 Scene 9

Pada *scene* di bawah ini, ditampilkan *scene* jurusan Sistem Informasi STMIK TIME sertas akreditasi kampus. Dapat dilihat pada **Gambar 4.11** di bawah ini.



Gambar 4.11 *Scene 10*

Pada *scene* di bawah ini, menampilkan *apa saja prospek karier* lulusan Teknik Informatika. Dapat dilihat pada **Gambar 4.12** di bawah ini.



Gambar 4.12 *Scene 11*

Pada *scene* di bawah ini, menampilkan *apa saja prospek karier* lulusan Sistem Informasi. Dapat dilihat pada **Gambar 4.13** di bawah ini.



Gambar 4.13 Scene 12

Pada *scene* di bawah ini, menampilkan *club mahasiswa* yang tersedia di kampus STMIK TIME. Dapat dilihat pada **Gambar 4.14** di bawah ini.



Gambar 4.14 Scene 13

Pada *scene* di bawah ini, menampilkan kumpulan fasilitas - fasilitas kampus STMIK TIME. Dapat dilihat pada **Gambar 4.15** di bawah ini.



Gambar 4.15 *Scene 14*

Pada *scene* di bawah ini merupakan penutup atau *closing*, yang menampilkan logo dan motto kampus STMIK TIME. Dapat dilihat pada **Gambar 4.16** dan **Gambar 4.17** di bawah ini.



Gambar 4.16 Scene 15



Gambar 4.17 Scene 16

4.2 Pembahasan

Pada sub bab ini, penulis akan menjelaskan secara detail tentang kelebihan dan kelemahan dari video promosi kampus STMIK TIME secara keseluruhan. Hasil

dari proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi yang telah dibuat sebelumnya yang akan penulis jelaskan pada bagian ini.

Adapun kelebihan pada video promosi kampus STMIK TIME yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

1. Video ini akan memperlihatkan *scene* yang lebih kekinian, dan dibuat dengan sederhana sehingga diharapkan menarik masyarakat atau calon mahasiswa baru di Sumatera Utara terutama para pelajar SMA/SMK sekarang untuk mengunjungi dan mendaftar di kampus STMIK TIME.
2. Video promosi ini menerangkan secara langsung bagian-bagian yang terkait, sehingga isi yang terdapat dalam video semuanya terekspos dan penulis juga menunjukkan pada scene-scene pada video promosi kampus STMIK TIME ini.

Adapun kelemahan dari video promosi kampus STMIK TIME adalah :

1. Teknik pengambilan video tidak menggunakan alat bantu seperti *tripod* untuk menstabilkan video, sehingga terlihat sedikit ada getaran pada proses pengambilan video
2. Dalam video promosi ini kurang dalam memberikan lebih banyak animasi supaya terlihat lebih menarik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan pembuatan video yang telah diuraikan maka, penulis dapat menarik sebuah kesimpulan bahwa video yang dibuat merupakan video promosi kampus STMIK TIME dan terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam pembuatan video promosi kampus STMIK TIME ialah sebagai berikut :

1. Video promosi kampus STMIK TIME berbasis *motion graphic* yang dibuat memiliki konsep yang menarik dengan menggabungkan potongan gambar, teks, *background*, sehingga menarik dan mudah dipahami oleh penonton.
2. Penerapan metode *motion graphic* didalam video membuat kampus STMIK TIME lebih dikenal masyarakat dan menarik bagi para pelajar SMA/SMK untuk bergabung dan berkuliah disana.
3. Dengan video promosi ini juga diharapkan bisa menjadi media sarana promosi kampus STMIK TIME agar para calon mahasiswa baru di sumatera utara ini dapat mengenal dan tertarik untuk berkuliah di kampus STMIK TIME.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dari hasil pembahasan, untuk pengembangan dan penyempurnaan video promosi kampus STMIK TIME ini, maka penulis memberikan rekomendasi saran sebagai berikut :

1. Animasi video promosi kampus dapat dilengkapi dengan informasi yang lebih banyak, serta konsep dan ide yang lebih menarik.
2. Penggunaan alat bantu seperti *tripod* dalam pengambilan gambar video akan dapat menghasilkan output dan *footage* yang lebih stabil dan baik.
3. Penambahan *voice over* atau suara *dubbing* ke dalam video akan lebih mudah menyampaikan pesan dan informasi kepada penonton.
4. Penggunaan aplikasi penyuntingan video yang lebih profesional akan menghasilkan *render* video yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. M. M. Siregar, "Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk", *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, vol. 9, no. 1, pp. Hal. 15-21, Juli 2018.
- [2] E. S. Rini and N. W. A. Sri, "Pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai Media Promosi Produk Hasil Kerajinan Dynler (Dainy Leather)", *Jurnal Ilmiah Populer*, vol. 2, no. 1, pp. 118-123, Nopember 2019.
- [3] S. Larita, A. Halik and K. Tajibu, "Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan Dan Kepariwisataaan Sulawesi Selatan", *Jurnal Washiyah*, vol. 1, no. 2, pp. 54-68, Maret 2020.
- [4] G. P. H. Permata and Z. , "Pengembangan Media Video Animasi Berbasis Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Motivasi dan Prestasi Belajar Siswa", *Jurnal BASICEDU*, vol. 5, no. 4, pp. 2384 - 2394, 2021.
- [5] V. Kharishma, R. Firnandi, M. Iqbal and E. D. Krishnasari, "Perancangan *Motion Graphic* Untuk Iklan Layanan Masyarakat Berjudul *Go Green* Dengan Rumah Ekologis", *Univeritas AMIKOM Yogyakarta*, Februari 2018.

- [6] R. D. Indahsari and A. T. Istanto, "Multimedia Interaktif Sebagai Media Informasi STMIK ASIA Berbasis *Flash*", *JESKOVSLA (Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia)*, vol. 2, no. 1, pp. 9-19, Mei 2018.
- [7] P. Manurung, "Multimedia Interaktif Sebagai Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi COVID-19", *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, vol. 14, no. 1, pp. 1-12, Juni 2020.
- [8] M. P. Drihan Javier and U. Khabibah, "Promosi Melalui Desain Iklan Video Produk Berbasis Multimedia Dengan Menggunakan Aplikasi Adobe Premier Pro Pada UMKM Haviera Foodies Malang", *Jurnal Aplikasi Bisnis*, vol. 7, no. 2, pp. 9-12, Desember 2021.
- [9] H. Saputra and B. Widianoro, "Analisis Prinsip *Motion Graphic Flow* Pada Iklan *Unilever* 2019 Yang Berjudul “Setiap U Beri Kebaikan”, *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru*, vol. 2, no. 1, pp. 15-32, Agustus 2019.
- [10] A. Pakpahan and A. Z. Mansoor, " Analisis Prinsip *Motion Graphic* Pada Video “*The Genius Of Marie Curie*”, " *Jurnal Komunikasi Visual Wimba*, vol. 12, no. 2, pp. Hal. 96-109, 2021.
- [11] "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)," *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, vol. 12, no. 1, pp. 65-71, Maret 2021.

- [12] F. Dristyan, M. and Y. A. M, "Pengenalan Wondershare Filmora X Untuk Pembuatan Video Branding UMKM Kube," *Journal Of Indonesian Social Society*, vol. 1, no. 3, pp. 98-103, Oktober 2023.

RIWAYAT HIDUP

Nama : Vonny
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 18 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Buddha
Alamat : Jl. A.R Hakim Gg.Bakung No.61/88P
Email : Vonnyhuangg@gmail.com

Pendidikan Formal :

2006-2008	TK Budi Utomo Medan
2008-2014	SD Swasta Budi Utomo Medan
2014-2017	SMP Swasta Budi Utomo Medan
2017-2020	SMA Swasta Budi Utomo Medan
2020-Sekarang	S1 Teknik Informatika STMIK TIME Medan

Pengalaman Kerja :

2020-2022	Staf Administrasi pada CV.Hydro Gemilang
2022-Sekarang	Staf Accounting pada PT.Sawit Mas Makmur

Medan, 01 Juli 2024



Vonny

SURAT KEPUTUSAN
NO. 054/SK/P1/STMIKTIME/XII/2023

Tentang
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
STMIK TIME

1. **Membaca** : a. Hasil pemeriksaan berkas dan kelengkapan mahasiswa.
b. Presentasi Proposal Judul Skripsi mahasiswa tertanggal 09 Oktober – 18 November 2023.
2. **Mengingat** : a. Kurikulum Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK)Time Program Studi Teknik Informatika.
b. Penyesuaian teknis pelaksanaan Skripsi Program Studi Teknik Informatika.
3. **Menimbang** : Bahwa skripsi mahasiswa merupakan wujud aplikasi kristalisasi sikap kemampuan dan ketrampilan mahasiswa/i dalam upaya menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari dibangku kuliah, serta skripsi merupakan salah satu mata kuliah yang memiliki bobot 6 SKS, maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II Skripsi.

4. **Menetapkan** :
Pertama :

Mengangkat Saudara :

Pembimbing I	Joni, S.Kom., M.M
Pembimbing II	Satriya Miharja, S.Kom., M.TI

Sebagai Dosen Pembimbing Skripsi atas :

2044010	Vonny	Teknik Informatika
---------	-------	--------------------

Dengan Judul Skripsi :

Perancangan Multimedia Sebagai Media Promosi STMIK TIME Berbasis Motion Graphic
--

Mahasiswa Program Strata Satu (S1) Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK)Time.

- Kedua : Apabila terdapat kekeliruan di kemudian hari tentang penetapan Dosen Pembimbing Skripsi ini akan diperbaiki sebagaimana mestinya

- Ketiga : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan 07 Desember 2023.

Ditetapkan di
Medan, 07 Desember 2023



Hendri, M.Kom
Pembantu Ketua I STMIK TIME



STMIK TIME

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA & KOMPUTER - TIME

FORMULIR BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : VONNY
NIM : 2044010
JUDUL SKRIPSI : PERANCANGAN MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI STMIK TIME
BERBASIS MOTION GRAPHIC

NAMA DOSEN : JONI, S.Kom., M.M.

DOSEN PEMBIMBING : ☒ I (SATU) ☐ II (DUA)

TANGGAL BIMBINGAN	CATATAN BIMBINGAN	PARAF
14 Januari 2024	Perbaikan Bab 1 : ejaan kalimat, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah, dan Metode Pengumpulan Data	
25 Januari 2024	Perbaikan Bab 1 : penulisan kalimat penomoran, Batasan Masalah	
28 Januari 2024	ACC Bab 1	
17 Februari 2024	Perbaikan Bab 2 : penulisan nomor kutipan, istilah-istilah asing, keterangan gambar pada paragraf	
27 Februari 2024	Perbaikan Bab 2 : kelengkapan referensi, istilah-istilah asing	
9 Maret 2024	Perbaikan Bab 2 : kesalahan penulisan bentuk referensi, kalimat acuan terhadap gambar	
15 Maret 2024	ACC Bab 2	
8 April 2024	Perbaikan Bab 3 : ukuran tulisan, keterangan gambar/tabel, penambahan sub bab 3.1.2	
24 Maret 2024	ACC Bab 3	
15 Juni 2024	Perbaikan Bab 4 : ejaan kalimat, istilah yang digunakan dalam konten, nomor SubBab	
19 Juni 2024	ACC Bab 4	
26 Juni 2024	Perbaikan Bab 5 : perataan tulisan, perubahan isi Saran	
27 Juni 2024	ACC Bab 5	
27 Juni 2024	ACC Skripsi	

Ketentuan :

1. Bimbingan dengan dosen pembimbing minimal 8 (delapan) kali
2. Formulir Bimbingan wajib diisi dan ditunjukkan ke dosen pembimbing tiap bimbingan
3. Formulir Bimbingan Skripsi ini dianggap sah, apabila telah mendapatkan Pengesahan dari dosen pembimbing
4. Jika tidak memenuhi ketentuan di atas, skripsi dapat **DIBATALKAN**

Medan, Juni 2024
Dosen Pembimbing,



JONI, S.Kom., M.M.

Mahasiswa,

VONNY



STMIK TIME

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA & KOMPUTER - TIME

FORMULIR BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : VONNY
NIM : 2044010
JUDUL SKRIPSI : PERANCANGAN MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI STMIK TIME
BERBASIS MOTION GRAPHIC
NAMA DOSEN : SATRIYA MIHARJA, S.Kom., M.TI.
DOSEN PEMBIMBING : ☐ I (SATU) ☒ II (DUA)

TANGGAL BIMBINGAN	CATATAN BIMBINGAN	PARAF
01 Februari 2024	ACC Bab 1	
05 April 2024	ACC Bab 2	
29 April 2024	ACC Bab 3	
27 Juni 2024	ACC Bab 4	
28 Juni 2024	ACC Bab 5	
28 Juni 2024	ACC Final	

Ketentuan :

1. Bimbingan dengan dosen pembimbing minimal 8 (delapan) kali
2. Formulir Bimbingan wajib diisi dan ditunjukkan ke dosen pembimbing tiap bimbingan
3. Formulir Bimbingan Skripsi ini dianggap sah, apabila telah mendapatkan Pengesahan dari dosen pembimbing
4. Jika tidak memenuhi ketentuan di atas, skripsi dapat **DIBATALKAN**

Medan, 28 Juni 2024

Dosen Pembimbing,



SATRIYA MIHARJA, S.Kom., M.TI.

Mahasiswa,

VONNY