

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Media Informasi dan Promosi**

Media informasi terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi seseorang dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang. Selain itu, memungkinkan dapat saling berinteraksi satu sama lain. Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan target. Media informasi merupakan “alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual” (Sobur, 2006).

Promosi adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target pelanggan-calon pelanggan (audience) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan audience (Hasan, 2009). Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, sertamengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran.

Video promosi adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan bisa berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, berita) maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional. *Company profile* adalah produk tulisan praktisi yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan atau lembaga bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya (Yuliadai, 2020).

#### **2.2 Video Profil**

Menurut Fred Wibowo (2011: 34-36) video profil perusahaan (*corporate profile*) merupakan video yang diproduksi untuk keperluan tertentu, misalnya memperkenalkan suatu perusahaan tertentu untuk disebarluaskan ke publik, selain

itu sering dipakai sebagai sarana pendukung dalam suatu presentasi perusahaan atau kelompok tertentu.

## **2.3 Animasi**

Animasi menurut Wahyu Tri Widadijo (2020), animasi berasal dari kata *anima* yang berarti membuat sesuatu menjadi memiliki sifat-sifat seperti hidup. Animasi dalam pengertian sebagai salah satu bentuk teknik film berarti membuat gambar, model, atau bentuk lain menjadi terkesan hidup. Cara yang dipakai adalah dengan menyusun rangkaian sejumlah gambar diam berupa frame secara linear dalam urutan tertentu, kemudian memainkan rangkaian gambar tadi secara simultan dengan kecepatan tertentu dalam sebuah layar sehingga memunculkan kesan gerak.

Animasi adalah penggunaan komputer untuk membuat gerak pada suatu lapisan. Pembuatan animasi terdiri dari tiga tahap, yaitu pemodelan, tata letak dan animasi, dan rendering. Alan Novi Tompunu, N. M. (2021)

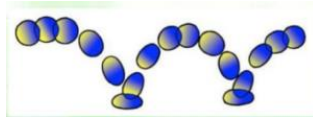
Ada beberapa macam teknik utama dalam membuat animasi yaitu *rotation*, *scale*, *opacity*, dan *position*. Beberapa teknik tersebut adalah teknik yang membuat gambar dan aset yang awalnya diam menjadi bergerak atau mempunyai efek sehingga terlihat seperti hidup. Teknik animasi yang digunakan dalam animasi adalah perpaduan dari perputaran (*rotation*), pergeseran (*position*), ukuran (*scale*), dan transparansi (*opacity*). (Agung Adi Firdaus, dkk, 2022)

### **2.3.1 Prinsip Dasar Animasi**

Animasi memiliki dua belas prinsip utama yaitu *squash and stretch*, *anticipation*, *staging*, *straight ahead action and pose to pose*, *follow through and overlapping action*, *slow in and slow out*, *arc*, *secondary action*, *timing and spacing*, *exaggeration*, *solid drawing*, *appeal* (Tri Widadijo, 2020). Dua belas prinsip ini diharapkan dapat menghasilkan animasi yang realistis bila digunakan oleh para animator. Walau memang pada awalnya prinsip-prinsip diciptakan untuk animasi tradisional, tetapi prinsip-prinsip ini tetap dapat digunakan untuk teknik-teknik animasi lainnya.

#### **1. *Squash and stretch Prinsip***

*Squash and stretch* menyatakan bahwa ada saat di mana benda ketika bergerak akan mengalami perubahan bentuk menjadi gepeng (*squash*) dan di saat yang lain menjadi meregang (*stretch*). Prinsip ini memiliki tujuan untuk memberi kesan jenis bahan dan fleksibilitas benda. Sebagai contoh adalah bola karet yang memantul di lantai (Tri Widadijo, 2020). Penggunaan *squash and stretch* dapat memberikan efek lentur pada objek. *Squash and stretch* dapat memperlihatkan berat serta fleksibilitas dari objek dan yang ada. Efek ini memberikan kesan sehingga objek seakan-akan menyusut atau memuai. Hal ini memberikan ilusi sehingga benda hidup bisa tampak lebih dinamis. Di sisi lain, penggunaan *squash and stretch* pada benda mati bisa memunculkan kesan hidup.



**Gambar 2.1** *Squash and stretch*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

## 2. *Anticipation*

Prinsip animasi *anticipation* bisa juga dianggap sebagai sebuah persiapan atau awalan gerak (ancang-ancang). Contohnya, ketika seseorang bangkit dari posisi duduk maka akan ada gerakan membungkukkan badannya terlebih dahulu sebelum benar-benar berdiri tegak (Tri Widadijo, 2020).

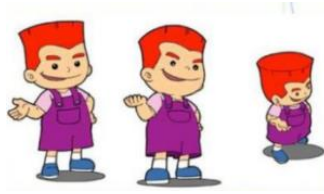


**Gambar 2.2** *Anticipation*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

## 3. *Staging*

Prinsip *Staging* lebih berhubungan dengan teknik komposisi dan layout. Prinsip ini menyatakan bahwa tiap elemen / aset visual dalam tiap potongan adegan (*cut*) dalam film animasi harus dilayout sedemikian sehingga membentuk komposisi yang tepat. Komposisi yang tepat bisa menampilkan focal point dan balance atau blocking adegan yang menarik untuk dilihat (Tri Widadijo, 2020).

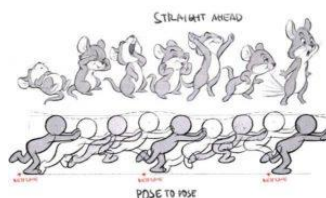


**Gambar 2.3** *Staging*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

4. *Straight ahead action and pose to pose*

Prinsip ini berkaitan dengan teknik menggambar dalam setiap frame yang dikerjakan oleh animator. Teknik *straight ahead* biasa dipakai untuk menggambar frame animasi yang bersifat ekspresif, spontan dan langsung. Animator menggambar frame demi frame dimulai dari frame pertama hingga frame terakhir dari gerakan yang ingin dihasilkan. Animasi gerakan selembar daun kering yang melayang tertiuap angin bisa dikerjakan dengan prinsip *straight ahead action*. Sementara itu sebuah gerakan yang dirancang dan lebih terencana bisa dikerjakan dengan berpedoman pada prinsip *pose to pose action*. Teknik yang biasa dipakai adalah dengan mengawali membuat beberapa gambar kunci (*key frame = key pose*) dan diteruskan dengan membuat banyak gambar pengisi (*inbetween*) di antara gambar kunci (Tri Widadijo, 2020).



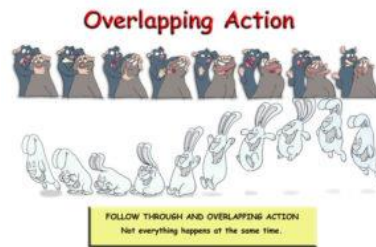
**Gambar 2.4** *straight ahead and pose to pose action*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

5. *Follow through and overlapping action*

Prinsip ini pada hakikatnya mengadopsi hukum *newton*. Tujuannya adalah untuk menghasilkan kesan gerak yang natural. Prinsip *follow through and overlapping action* menyatakan bahwa benda yang bergerak kemudian tiba-tiba berhenti akan meneruskan gerak sebelumnya pada arah yang sama. Sebagai contohnya, mobil yang melaju cepat ke depan dan tiba-tiba direm akan

menyebabkan penumpang di dalamnya akan bergerak mengayun ke depan (Tri Widadijo, 2020).

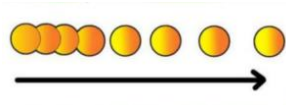


**Gambar 2.5** *follow through and overlapping action*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

6. *Slow in and slow out*

Prinsip ini pada hakikatnya juga mengadopsi hukum *newton* agar kesan gerak yang dihasilkan tetap natural. Prinsip *slow in and slow out* menyatakan bahwa setiap benda yang bergerak akan mengalami percepatan dan perlambatan (Tri Widadijo, 2020).

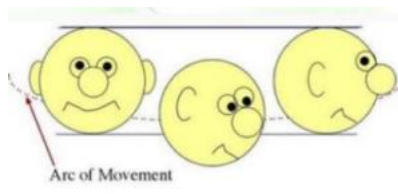


**Gambar 2.6** *slow in and slow out*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

7. *Arcs*

Prinsip ini menyatakan bahwa hampir semua benda bergerak membentuk lintasan gerak melengkung. Hal ini disebabkan karena ada tumpuan dan atau poros gerak benda. Sebagai contoh, misalnya, bola yang ditendang akan bergerak melayang membentuk lintasan melengkung (parabola) sampai dia jatuh ke tanah. Contoh lain adalah gerak anggota tubuh yang memiliki sendi sebagai poros gerak (Tri Widadijo, 2020).



**Gambar 2.7** *Arcs*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

8. *Secondary action*

Prinsip ini dikembangkan berdasar asumsi bahwa hampir tidak ada gerakan tunggal ketika seseorang melakukan suatu kegiatan atau aksi. Tujuannya adalah agar gerakan yang muncul terkesan lebih hidup. Prinsip ini memang lebih banyak diaplikasikan pada animasi karakter. Seseorang yang sedang berjalan bisa saja dianimasikan sambil bersiul (Tri Widadijo, 2020).

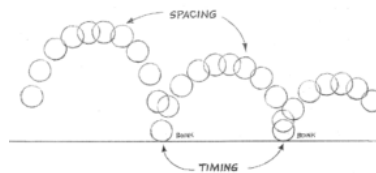


**Gambar 2.8** *Secondary action*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

9. *Timing*

*Timing* merupakan prinsip yang sangat penting di dalam animasi. Prinsip *slow in - slow out* dan prinsip *straight ahead action – pose to pose action*, serta prinsip *follow through and overlapping action* yang diuraikan di atas sangat tergantung dari pengaturan *timing*. Prinsip ini menjadi acuan untuk mengatur durasi terjadinya suatu gerakan dan durasi percepatan-perlambatan gerakan (Tri Widadijo, 2020).



**Gambar 2.9** *Timing*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

10. *Exaggeration*

Prinsip *exaggeration* adalah teknik melebih-lebihkan tampilan visual dan kesan gerakan dalam animasi tanpa mengurangi aspek natural suatu gambar atau

gerakan. Gambar dan gerakan mungkin tampak menjadi lebih karikatural namun tetap masuk akal (Tri Widadijo, 2020).

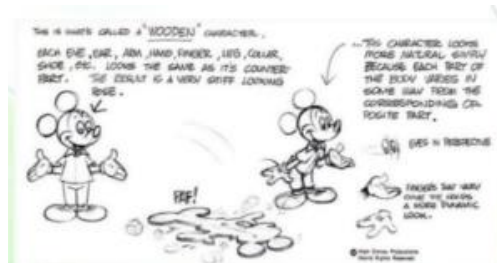


**Gambar 2.10** *exaggeration*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

11. *Solid Drawing*

Setiap frame dalam animasi harus dikerjakan sungguh-sungguh dengan skill yang bagus yang mesti dimiliki oleh animator. Prinsip ini menyatakan bahwa gambar dalam animasi, apapun tekniknya, mesti ditampilkan dengan kualitas bagus (Tri Widadijo, 2020).



**Gambar 2.11** *Solid Drawing*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

12. *Appeal*

Prinsip ini paling sulit diaplikasikan, karena menuntut pemahaman yang komprehensif atas naskah, desain karakter, *storyboard*, dan animator sendiri dalam menghidupkan karakter dalam film. Prinsip ini menyatakan bahwa karakter dan suasana dalam film animasi harus benar-benar terlihat hidup sehingga penonton bisa “terbawa” masuk dalam plot (Tri Widadijo, 2020).



**Gambar 2.12** *Appeal*

Sumber : Buku Gramedia Kategori Kesenian

### 2.3.2 *Motion Graphic*

Menurut Al Boardman dalam artikelnya “*What is Motion Graphics?*” menjelaskan “*Motion graphics is a digital technique that combines pictures, words, sound and video*” yang artinya adalah *motion graphic* adalah sebuah teknik digital yang mengkombinasikan gambar, kata-kata suara kedalam bentuk video. Dia kemudian melanjutkan bahwa *motion graphic* menggabungkan animasi, dan desain grafis pada film. Dengan menggabungkan berbagai elemen kreatif yang berbeda seperti tipografi, gambar ilustrasi, bentuk, dan logo kedalam sebuah video. Lalu, mereka di animasikan dan digerakkan sehingga menceritakan sebuah cerita. Adapun pengertian *motion graphic* merupakan salah satu cabang ilmu desain grafis, dimana dalam *motion*, elemen – elemen desain seperti bentuk, raut, ukuran, arah, tekstur yang terdapat di dalamnya, dengan secara sengaja digerakkan atau diberi pergerakan agar tampak hidup. (Umam, Nuga Choiril, 2016).

Berikut beberapa karakteristik mendefinisikan sifat *motion graphic* (Kurniawan, 2015), yaitu :

1. *Motion graphic* dua dimensi, tetapi dapat menciptakan elemen gerakan tiga dimensi. Hal tersebut ada sebagai gambar pada layar dan proyeksi yang memiliki lebar dan panjang, tetapi tidak ada kedalaman. Hanya terlihat seperti *space* atau objek dua dimensi yang terletak pada tiga dimensi *space*.
2. *Motion graphic* tidak harus benar-benar berpindah posisi, asalkan ada sesuatu yang berubah pada waktu tertentu pada objek tersebut. Sebagai contoh, pada layar terdapat sebuah font, font tersebut hanya diam tidak



berpindah tempat melainkan ada perubahan dalam dirinya seperti pada durasi tertentu font tersebut berubah warna.

3. *Motion graphic* yang sering digunakan dalam interaktif multimedia, tetapi tidak selalu interaktif. Hanya disajikan secara linier dan *user* tidak memiliki kemudi penuh atas *motion graphic* tersebut.

### **2.3.2.2 Prinsip Dasar *Motion Graphic***

Menurut Krasner (2008), berikut ini merupakan prinsip-prinsip dasar *motion graphic*:

1. *Composition*

Saat merancang komposisi desain, pasti melibatkan kelompok-kelompok elemen visual hingga menjadi sebuah tata letak tertentu. Beberapa jenis komposisi dalam *motion graphic* yaitu *gathering*, *dispersion*, *exclusion*, *chunking*, *optical center*, dan *off-center*. Semua jenis komposisi tersebut dapat menjadi acuan untuk membentuk komposisi yang estetis, serta dapat membuat tiap elemen visual yang terlibat menjadi saling berinteraksi. Sisi interaktif inilah yang menjadi daya tarik dalam karya *motion graphic*.

2. *Frame*

Umumnya, komposisi pada bingkai/*frame* terbentuk dari 4 sisi: kiri, kanan, atas, dan bawah. Bentuk dimensi *frame* tergantung oleh alat/gawai apa yang kita gunakan. Maka dari itu dibutuhkan pemahaman serta kepekaan khusus dalam mengolah elemen-elemen visual dalam sebuah *frame*, supaya pesan/konten dari *motion graphic* dapat tersampaikan dengan utuh kepada audiens.

3. *Flow*

Bila kita menonton sebuah *motion graphic*, pastinya mata akan membaca dan mengikuti pergerakan tertentu. Pergerakan tersebut akan membawa elemen-elemen visual di dalam *frame* yang akan memicu otak kita untuk dapat memahami pesan yang disampaikan secara bertahap.

4. *Transition*

Secara umum transisi merupakan efek/pola perpindahan dari satu *frame* ke *frame* selanjutnya. Banyak sekali jenis transisi yang bisa diimplementasikan,

baik dalam video, film, animasi, dan juga *motion graphic*. Beberapa jenis transisi yang sering digunakan yaitu cut, dissolve, overlap, push, slide, wipe, glow, page turn, dan sebagainya.

#### 5. *Texture*

Tekstur yang diaplikasikan pada elemen-elemen visual dapat menambahkan kesan dimensi, penekanan, kedalaman, dan pastinya meningkatkan aspek estetika pada sebuah karya desain.

#### 6. *Sound*

*Motion graphic* termasuk ke dalam klasifikasi karya audio visual. Selain mengedepankan elemen visual yang bergerak, pastinya juga ditunjang oleh elemen suara/audio yang saling berkaitan. Bisa dibayangkan elemen suara adalah jiwanya, elemen visual adalah raganya. Detail efek suara terkecil pun mampu memberikan kesan/efek tersendiri bagi audiens.

#### 7. *Emotion*

Karya yang baik selalu dapat diterima dengan baik oleh audiens. Tetapi karya yang hebat tidak hanya diterima saja, namun pasti dapat membuat audiens terpana, terheran, bahkan sulit untuk melupakannya. Hal-hal tersebut dapat dicapai oleh perancangannya, apabila mampu merumuskan konten yang mampu mengusik/menyentuh sisi emosi dari audiensnya.

#### 8. *Inspiration*

Sulit di era sekarang untuk menemukan karya yang benar-benar orisinal. Dalam menemukan ide yang terbaik, pastinya akan ditunjang oleh referensi/inspirasi yang beragam pula. Hal inilah yang salah satunya akan menentukan keberhasilan karya yang dihasilkan. Bila sukses, karya tersebut akan dapat menjadi inspirasi baru bagi audiens.

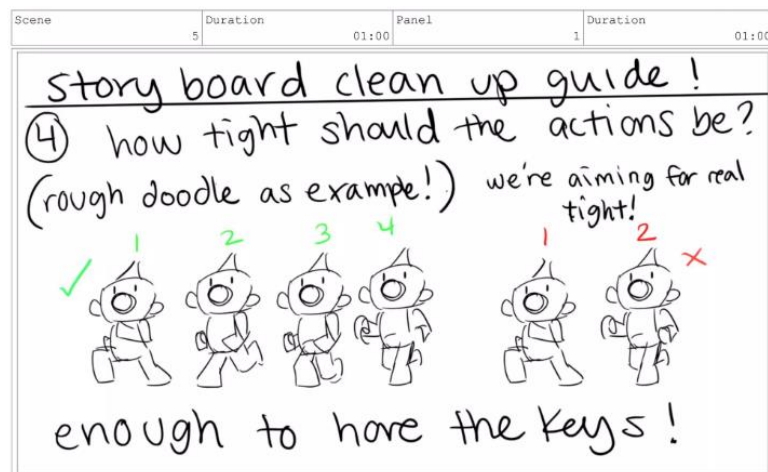
## 2.4 Teori Tipografi

Pengertian tipografi yang di kutip dari *Manuale Typographicum* yaitu seni memilih dan menata huruf dengan mengatur penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga dapat menolong dalam kenyamanan membaca.

Teori Tipografi Dalam buku karya Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia yang berjudul “Desain Komunikasi Visual. Dasar – Dasar Panduan untuk Pemula”, dalam menggunakan tipografi kita harus memperhatikan syarat - syarat utama suatu tipografi tersebut antara lain “*readability*” (dapat dibaca), “*legability*” (mudah dibaca), dan juga “*clarity*” (jelas).

## 2.5 Storyboard

*Storyboard* adalah area berseri dari sebuah gambar sketsa yang digunakan sebagai alat perencanaan untuk menunjukkan secara visual bagaimana aksi dari sebuah cerita berlangsung. Storyboard merupakan gambaran dari scene, bentuk visual perancangan, durasi, keterangan yang akan dibuat pada perancangan storyboard. Perancangan storyboard akan menjadi acuan dalam pembuatan tampilan pada tahap implementasi. (Wiwiek Nurkomala Dewi, 2022).



**Gambar 2.13** Format *Storyboard*

Sumber : Scribd

## 2.6 Script (Naskah)

Naskah Secara umum naskah sering diartikan sebagai sesuatu yang tertulis dan asli. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia terdapat empat pengertian naskah, yaitu karangan yang masih ditulis dengan tangan, karangan seseorang yang belum diterbitkan, bahan-bahan berita yang siap untuk diset dan rancangan. Naskah dipergunakan untuk menunjuk pada asal usul teks atau karya sastra dari sumber

primer pengarang, dapat berupa kertas bertuliskan tangan atau kertas terketik, baik manual maupun komputer. Maka dapat disimpulkan bahwa naskah merupakan suatu cerita atau karangan yang dibuat oleh seseorang berupa tulisan untuk dapat diterbitkan. (Wiwiek Nurkomala Dewi, 2022).

Naskah berfungsi sebagai alat *structural* dan *organizing* yang dapat dijadikan referensi pembuatan *motion graphic*. (Ahmad Ramdhani, dkk, 2021).

```
A 1930's NEWSREEL.

NEWSREEL ANNOUNCER (V.O.)
"Movietown News" presents --
Spotlight on Adventure!

The mysterious SOUTH AMERICAN JUNGLE. A massive waterfall
cascades down a gigantic, flat-topped mountain.

NEWSREEL ANNOUNCER (V.O.)
What you are now witnessing is
footage never before seen by
civilized humanity: a lost world in
South America! Lurking in the
shadow of majestic Paradise Falls,
it sports plants and animals
undiscovered by science. Who would
dare set foot on this inhospitable
summit?

A painted portrait of a dashing young adventurer.

NEWSREEL ANNOUNCER (V.O.)
Why, our subject today: Charles
Muntz!

MOVIE SOFTWARE
A massive DIRIGIBLE descends on an
airfield.
```

**Gambar 2.14** Format *Script* (Naskah)

Sumber : *Pixar Animation Studios*

## 2.7 *Software Pembuatan Motion Graphic*

Secara umum, proses pembuatan *motion graphic* dilakukan dengan beberapa tahapan antara lain *tracing*, *coloring*, *animating*, *editing* dan *rendering*. (Sembiring dan Florentina, 2020).

Proses pembuatan *motion graphic* yang kompleks membutuhkan *tool* sehingga proses penyelesaiannya dapat dipermudah dan lebih cepat. Beberapa *software* yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah *Adobe Illustrator*, *Adobe After Effect*, dan *Adobe Premiere*.

1. *Adobe Illustrator* adalah software grafis vektor standar industri yang digunakan di seluruh dunia oleh desainer dari semua jenis yang ingin membuat grafis digital, ilustrasi, dan tipografi untuk semua jenis media:

cetak, web, interaktif, video, dan mobile (Adobe Systems Incorporated, 2021).



**Gambar 2.15** Logo *Adobe Illustrator*

(Sumber: Adobe)

2. *Adobe after effect* adalah program *video editing*. Fungsi pada *software* ini adalah untuk mengolah dan menambah efek-efek khusus dalam pembuatan sebuah video (Muhammad,2014). Pada penelitian ini, *adobe after effect* digunakan sebagai media dalam proses pembuatan *motion graphic* yang nantinya akan dilakukan proses rendering dan hasil dari render tersebut format yang dihasilkan yaitu MP4.



**Gambar 2.16** Logo *After Effect*

(Sumber: Adobe)

3. *Adobe Premiere Pro* adalah *software editing video* yang memiliki fitur lengkap dan telah populer digunakan di masyarakat secara luas. Pada penelitian ini *Adobe Premiere* digunakan untuk menggabungkan video-video dari pembuatan *Motion Graphic*.



**Gambar 2.17** Logo *Adobe Premiere Pro*

(Sumber: Adobe)

## **2.8 Metode Pengembangan Villamil-Molina**

Menurut Syarifah (2020), Metode pengembangan Villamil-Molina akan berhasil dikerjakan dalam penelitian, jika mampu membuat perancangan yang baik, serta mampu menguasai teknologi multimedia dan manajemen produksi yang baik. Tahapan selanjutnya dari metode ini akan dikerjakan apabila tahapan sebelumnya sudah selesai dikerjakan. Metode ini memberikan gambaran organisasi pengembangan multimedia. Metode ini juga terdiri dari beberapa tahapan dalam pengembangan multimedia yaitu *Development, Pre-Production, Production, Post-Production, dan Delivery*.

1. *Development*

*Development* merupakan tahap menemukan ide dan dikembangkan.

2. *Pre-Production*

Pre-Production merupakan tahapan persiapan dalam pengembangan multimedia.

3. *Production*

Production adalah proses eksekusi semua hal yang sebelumnya telah dipersiapkan pada proses Pre-production.

4. *Post-Production*

*Post-Production* adalah tahap pengujian pengembangan produk multimedia.

5. *Delivery*

Tahap *delivery* merupakan tahap akhir dari pengembangan produk multimedia.

## **2.9 Skala Likert**

Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial (Bahrun, Alifah, & Mulyono, 2018).

**Tabel 2.1** Pengertian dan Batasan Skala Likert

Skala	Keterangan	Pengertian dan Batasan
1	Sangat Tidak Setuju/ Sangat tidak baik	Apabila responden tidak menyetujui pernyataan 100%
2	Kurang Setuju/ Kurang baik	Apabila responden menyetujui sebagian kecil dari pernyataan atau maksimal 30% dari pernyataan yang sesuai dengan harapan
3	Netral / Cukup baik	Apabila responden menyetujui 50% atau ragu-ragu antara sangat baik/setuju dengan sangat tidak setuju/baik
4	Setuju / baik	Apabila responden menyetujui sebagian besar dari pernyataan atau pada kisaran 70% sampai 90% pernyataan sesuai dengan harapan
5	Sangat Setuju / Sangat baik	Apabila responden menyetujui penuh dari pernyataan, bahkan lebih dari yang diharapkan oleh responden atau lebih dari 91% atau lebih dari 100% harapan responden

## 2.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dengan memberikan gambaran yang menjadi bahan referensi serta menjadi acuan untuk mendapatkan perbandingan mengenai kerangka berpikir dalam pembahasan yang menunjang untuk melakukan penelitian pada **Implementasi Video Profil Berbasis *Motion Graphic* Sebagai Media Informasi dan Promosi pada SMP Negeri 1 Muara Enim.**

Pada penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Utomo, B. (2020) dalam jurnal yang berjudul “Video Profil SMK Animasi Bina Nusantara Batam Berbasis *Motion Graphic*”. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari semua aspek persentase yang terdapat pada video profil ini, bahwa pembuatan video profil

SMK Animasi Bina Nusantara Batam berbasis *Motion Graphic* ini telah layak menjadi salah satu media promosi sekolah.

Pada penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Genta Victory Yusera, E. B. (2021) dalam jurnal yang berjudul “E-Promosi Sekolah dalam bentuk *Motion Graphic*”. Video yang dihasilkan menerapkan *motion graphic*, memenuhi indikator seluruh aspek *motion graphic* (*Spatial, Temporal, Live action dan Typography*) dengan pencapaian 100%.

Pada penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Arasy Zamanullail, H. A. (2018) dalam jurnal yang berjudul “Pembuatan Video *Motion Graphic* Data Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Negeri Jakarta Tahun 2018”. Hasil penelitian penulis mendapatkan skor 46 dari 50 skor maksimum dengan nilai skor akhir 92% produk dapat dinyatakan sangat baik dan bisa lanjut untuk ditayangkan kepada para calon mahasiswa.

Pada penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Ramadhani, M. F. (2022) dalam jurnal yang berjudul “Implementasi Animasi Berbasis *Motion Graphic* Sebagai Media Informasi dan Promosi pada Video Profil Senat Akademik Politeknik Negeri Sriwijaya”. Hasil pengujian animasi berbasis *motion graphic* berdasarkan informasi tentang kedudukan, fungsi dan tugas senat pada kepada masyarakat mendapatkan indeks persentase rata-rata 87,19% dan berada di kategori “Sangat Setuju”.

Pada penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Rahmat Zainur Fujianto, C. A. (2020) dalam jurnal yang berjudul “Produksi dan Efektivitas *Motion Graphic* sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos”. Berdasarkan pengujian dan analisis yang telah dilaksanakan *Motion graphic* dapat menjadi media promosi untuk memperkenalkan Zetizen Batam Pos kepada remaja berusia 13 sampai 20 tahun.