

1. Text

Text merupakan bentuk multimedia yang paling mudah disimpan dan dikendalikan yang juga berfungsi sebagai pelengkap dari gambar.

2. Image

Image (grafik) sering digunakan dalam presentasi atau publikasi multimedia karena lebih menarik perhatian dan dapat mengurangi kebosanan dibandingkan dengan teks.

3. Audio

Audio (suara) adalah komponen multimedia yang dapat berwujud narasi, musik, efek suara atau penggabungan diantara ketiganya. Memanfaatkan semua indra manusia terutama mata dan telinga.

4. Video

Video merupakan sajian gambar dan suara yang ditangkap oleh sebuah kamera, yang kemudian disusun kedalam urutan frame untuk dibaca dalam satuan detik.

5. Animasi

Animasi yaitu penggunaan komputer untuk menciptakan gerak pada *layer*. Penciptaan animasi terdiri dari tiga tahap yaitu, permodelan, *layout* dan animasi, dan *rendering*.

2.2 Video

Kata video berasal dari kata Latin, yang berarti “saya lihat”. Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik yang mewakilkan gambar bergerak. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi. Video juga dapat digunakan dalam aplikasi teknik, keilmuan, produksi, dan keamanan. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan videotape, perekam video, dan pemutar video. Saat ini ada dua kategori video, yaitu video analog dan video digital. (Binanto, 2015)

2.3 Animasi

Animasi adalah sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis untuk mendapatkan sebuah ilusi pergerakan. (Ibiz Fernandez, 2002)

Animasi berarti menghidupkan urutan still image atau gambar tidak hidup atau teknik menfilmkan susunan gambar atau model untuk menciptakan rangkaian gerakan ilusi.

Berdasarkan arti harfiah, Animasi adalah menghidupkan. yaitu usaha untuk menggerakkan sesuatu yang tidak bisa bergerak sendiri.

Secara umum animasi dibagi dua macam yaitu Animasi 2D dan 3D.

1. Animasi 2D

Animasi 2D adalah penciptaan gambar bergerak dalam lingkungan dua dimensi. Hal ini dilakukan dengan urutan gambar berturut-turut, atau “frame”, yang mensimulasikan gerak oleh setiap gambar menunjukkan berikutnya dalam perkembangan bertahap langkah-langkah.

2. Animasi 3D

Animasi 3D adalah objek animasi yang berada pada ruang 3D. Objek animasi ini dapat dirotasi dan berpindah seperti objek riil.

2.3.1 Teknik Dasar Animasi

Berdasarkan proses produksinya teknik pembuatan gambar animasi dibagi menjadi 3 kategori, yaitu: (Purwanto, 2015)

1. Film Animasi *Stop-Motion (Stop-Motion Animation)* Terdapat beberapa teknik film animasi berhubungan dengan teknik *shooting* (rekam) film animasi langsung termasuk dalam animasi ini, seperti *cut-out animation* (film animasi potongan), *silhouette animation* (film animasi bayangan), *clay animation* (film animasi malam), *puppets animation* (film animasi boneka) dan lain-lain.
2. Film Animasi Klasik (*Classic Animation*) Film animasi klasik adalah jenis film animasi yang menggunakan teknik film animasi gambar sell (*cellanimation*), teknik tertua yang digunakan dalam sekitar tahun 1930-an ketika Walt Disney merintis film animasinya.

3. Film Animasi Komputer/Digital (*Digital Animation*) Sesuai dengan perkembangan zaman yang seiring waktu memasuki dunia komputer atau digital, film animasi pun banyak mengalami perkembangan pesat di dunia komputer.

2.3.2 Prinsip-Prinsip Animasi

Prinsip animasi terdiri dari 12 macam meliputi *Squash and Stretch*, *Anticipation*, *Staggering*, *Straight Ahead and Pose to Pose*, *Follow Through and Overlapping Action*, *Slow In Slow Out*, *Arcs*, *Secondary Action*, *Timing*, *Exaggeration*, *Solid Drawing* dan *Appeal* (Prakosa, 2010). Berikut adalah penjelasan tentang 12 prinsip animasi yaitu:

1. *Squash and Stretch* (Mengkerut dan Merenggang)

Upaya penambahan efek lentur (plastis) pada objek atau figur sehingga seolah-olah ‘mengkerut’ atau ‘merenggang’ sehingga memberikan efek gerak yang lebih hidup. Penerapan *squash and stretch* akan membuat mereka (benda-benda mati tersebut) tampak atau berlaku seperti benda hidup.

2. *Anticipation* (Antisipasi)

Anticipation boleh juga dianggap sebagai persiapan/ awalan gerak atau ancang-ancang. Situasi ini mengharuskan animator untuk merekonstruksi karakter dalam posisi sedang mempersiapkan suatu aktivitas yang bergerak sesuai dengan apa yang akan dilakukannya.

3. *Staggering* (Penempatan)

Dapat diartikan sebagai suatu gerakan utuh yaitu menunjukkan detail apa yang dilakukan oleh objek karakternya sebagai sebuah gambaran gerakan utuh dan mendetail apa yang sedang dikerjakan. Seperti halnya yang dikenal dalam film atau teater, *staging* dalam animasi juga meliputi bagaimana ‘lingkungan’ dibuat untuk mendukung suasana atau ‘*mood*’ yang ingin dicapai dalam sebagian atau keseluruhan *scene*.

4. *Straight Ahead and Pose to Pose* (Aksi Bergerak dengan Pasti dan Posisi Pose Pertama ke Posisi Kedua)

Straight Ahead (membuat aksi melaju dengan pasti) adalah sebuah cara untuk menggambarkan sebuah gerakan secara terus menerus tanpa terputus hingga menciptakan gerak yang tetap. *Pose to Pose* (gerakan dari pose pertama ke pose selanjutnya) adalah prinsip dibuat gambar-gambar utama (*key animation*) sebagai pose penting dalam gerak, sesuai dengan *timingnya* yang selanjutnya dari masing-masing gerakan dibuat gambar pengisi (*inbetween*).

5. *Follow Through and Overlapping Action* (Mengikuti dan Gerakan Menyambung)

Follow through adalah tentang bagian tubuh tertentu yang tetap bergerak meskipun seseorang telah berhenti bergerak. Misalnya, rambut yang tetap bergerak sesaat setelah berhenti berlari. *Overlapping action* secara mudah bisa dianggap sebagai gerakan saling-silang. Maksudnya, adalah serangkaian gerakan yang saling mendahului (*overlapping*). Pergerakan tangan dan kaki ketika berjalan bisa termasuk didalamnya.

6. *Slow In Slow Out* (Perlambatan Bagian Awal dan Perlambatan Bagian Akhir)

Slow In dan *Slow Out* menegaskan kembali bahwa setiap gerakan memiliki percepatan dan perlambatan yang berbeda-beda. *Slow in* terjadi jika sebuah gerakan diawali secara lambat kemudian menjadi cepat. *Slow out* terjadi jika sebuah gerakan yang relatif cepat kemudian melambat.

7. *Arcs* (Gerak Melingkar)

Pada prinsipnya, gerak badan selalu berpusat pada engselnya. Ketika prinsip ini dipahami, akan lebih mudah untuk membuat gerakannya walau setiap gerak dari benda seperti tangan atau kaki yang sedang mengayun.

8. *Secondary Action* (Gerakan Pembantu)

Secondary action adalah gerakan-gerakan tambahan yang dimaksudkan untuk mendukung gerakan utama supaya sebuah animasi tampak lebih realistis. Contohnya ketika sebuah figur sedang menangis, tangan menghapus air mata kemudian ia berdiri dan membalikkan badan.

9. *Timing* (Menghitung Gerakan dalam Waktu)

Jumlah gambar atau animasi *timing*, terlebih dengan gerak-gerak yang bermakna. Perhitungan *timing* dalam animasi dibatasi untuk gerak cepat atau lambat dalam mengatur gerak yang berritmedan memiliki tempo yang khas perlu variasi gerak cepat dan lambat sesuai dengan karakter adegan dalam film tersebut.

10. *Exaggeration* (Melebih-lebihkan Gerakan)

Upaya untuk mendramatisir sebuah animasi dalam bentuk rekayasa gambar yang bersifat hiperbolis. Dibuat untuk menampilkan ekstrimitas ekspresi tertentu, dan lazimnya dibuat secara komedi.

11. *Solid Drawing* (Gambar yang Kokoh)

Menggambar sebagai dasar utama animasi memegang peranan yang signifikan dalam menentukan baik proses maupun hasil sebuah animasi, terutama animasi klasik. Seorang animator harus memiliki kepekaan terhadap anatomi, komposisi, berat, keseimbangan, pencahayaan, dan sebagainya yang dapat dilatih melalui serangkaian observasi dan pengamatan, dimana dalam observasi itu salah satu yang harus dilakukan adalah menggambar.

12. *Appeal* (Kesan yang Diciptakan)

Appeal berkaitan dengan keseluruhan *look* atau gaya visual dalam animasi. Desain karakter sebaiknya dibuat sederhana, tapi menarik dan memiliki ciri khas sendiri.

Di dalam proses pembuatan animasi terdapat 3 tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Berikut elemen-elemen dalam tahap pra produksi:

1. Ide Cerita

Ide cerita merupakan sebuah jawaban mengenai pertanyaan yang mendasar pada sebuah film, yakni apa yang hendak dibicarakan dalam film tersebut.

Ide cerita ini pula yang akan menjadi sebuah *premise* atau tagline dari sebuah judul film. Oleh karena itu, ide cerita dituliskan dalam kalimat pernyataan. Penemuan Ide yang tercipta lalu dikembangkan lagi dengan

mengumpulkan sebuah data atau dengan research, selanjutnya dengan data yang telah diperoleh dituangkan kedalam sinopsis yang dibuat oleh script writer dan dilanjutkan dengan melakukan rapat untuk membahas ide atau gagasan secara keseluruhan kemudian membuat rundown. (Anton Mabururi, 2013)

2. Judul dan Sinopsis

Judul adalah sebuah bahasa yang tertulis dan terucap sebagai identitas sebuah karya yang mempunyai nilai-nilai filosofis dari karya tersebut. Judul juga dikenal dengan nama *premise*. Sinopsis bukan dipahami hanya sebagai ringkasan cerita sebuah film. Sinopsis berisi ikhtisar film, alur cerita, konflik, maupun tokoh yang penting dan mempengaruhi plot, termasuk informasi tempat dan waktu kejadian. (Anton Mabururi, 2013)

3. Time Schedule

Time Schedule merupakan penjadwalan waktu dalam sebuah produksi agar produksi dapat berjalan sesuai dengan waktu yang di inginkan. (Rifai, 2018)

4. Script

Script dibuat sebelum proses pengambilan gambar dan pengeditan gambar. Naskah dalam bahasa latin manuscript berisi spesifikasi suatu penyajian dalam setiap medium. Script terdiri dari rincian naskah siap produksi yang berisi sudut pengambilan secara rinci dan spesifik serta bagian-bagian kegiatan. (Jerry L, 2006)

5. Storyboard

Storyboard merupakan penuangan gambaran terhadap cerita sebagai dasar visual yang akan menjadi basis animasi hampir keseluruhannya *storyboard* ini dibuat setelah melalui proses-proses sebelumnya seperti sketsa dan alur cerita yang sudah didapat. (Ruslan, 2016)

Storyboard dapat menjelaskan setiap alur dalam bentuk flowchart yang uraiannya berisi visual dan audio. Satu gambar kasar dalam storyboard mewakili satu tampilan di layar monitor. (Y. Nurhasanah, S.Destyany, 2014) Storyboard juga dapat menjelaskan ide cerita yang berupa susunan gambar secara detail dari setiap adegan. Dengan storyboard, proses pembuatan

karakter dan animasi dapat lebih cepat, mudah dan efisien. (S. Rosyida, 2017) Storyboard dapat membuat pengguna untuk mengalami perubahan dalam alur cerita untuk memicu reaksi atau ketertarikan yang lebih dalam adalah salah satu keuntungan dalam menggunakan storyboard. Kilas balik, secara cepat menjadi hasil dari pengaturan storyboard secara kronologis untuk membangun rasa penasaran dan ketertarikan.

Dalam tahap produksi ini terjadi beberapa pekerjaan yang dilakukan secara teratur. Dimulai dari pembuatan *asset 2D*, hingga *rendering*. Berikut

1. Design Asset

Desain karakter merupakan gambaran-gambaran seperti tokoh, latar, dan pengambilan gambar (*Cameraview*) sebagai landasan awal atau utama dalam perfilman, khususnya film animasi. Desain sangat penting ketika para animator ingin menuangkan ide mereka dengan cepat instan. (Arief Ruslan, 2016)

2. Animating

Animating atau penganimasian (*keyframe*) dilakukan pada saat semua proses dianggap sudah selesai, maka tahap animasi dapat dijalankan seperti animasi-animasi digital lainnya yang berbicara mengenai *keyframing*. (Arief Ruslan, 2016)

Terdapat unsur animasi di dalam *motion graphic*. Animasi secara luas berbicara masalah bentuk suatu benda yang berubah-ubah menciptakan gerak dan kehidupan. Oleh karena itu satu kata animasi menjadi suatu pengertian, yang berarti menciptakan suatu yang bisa hidup atau bergerak. Dalam kamus Inggris-Indonesia karya John M. Echols dan Hassan Sadily, *Animate* berarti yang hidup, bernyawa. (Prakosa, 2010)

3. Rendering

Rendering adalah proses pembangun gambar dari sebuah model yang secara kolektif yang dapat disebut sebuah berkas adegan yang menggunakan program komputer. (Arief Ruslan, 2016)

Rendering juga proses akhir dari keseluruhan proses pemodelan ataupun animasi komputer. Dalam rendering, semua data-data yang sudah dimasukkan dalam proses *modeling/tracing*, animasi, *texturing*, pencahayaan dengan parameter tertentu akan diterjemahkan dalam sebuah bentuk *output*. (Maharani & Hotami, 2017)

4. **Recording Narasi**

Perekaman suara bicara dilakukan oleh *talent* yang sesuai dengan penokohan yang telah dibentuk *animator*. (Arief Ruslan, 2016)

5. **Backsound Effect**

Backsound effect merupakan efek suara yang dibuat untuk mendukung suasana didalam adegan film animasi. *Backsound Effect* digunakan untuk menekankan artistik, keseruan, menegangkan dari suatu film, acara televisi, animasi, *video game* atau bahkan suatu titik kreatif tanpa menggunakan dialog atau musik. Musik adalah alat komunikasi manusia yang unik, dengan aransemen suara yang terstruktur sangat baik seperti susunan dalam tata bahasa. Mendengarkan musik dapat diibaratkan seperti seseorang yang mendengarkan orang lain berbicara dengan bahasa yang tidak ia pahami, namun ia bisa mengerti dengan interpretasinya, melalui nada bicaranya, tinggi-rendah, keras-lembut dan sebagainya. (Rovianto, 2015)

6. **Bumper Opening, Closing dan Credit Tittle**

Bumper merupakan tampilan awal di dalam sebuah film animasi yang berbasis yang menunjukkan sebuah identitas dari pembuat produksi iklan tersebut. (Rifai, 2018)

Pada tahap pasca produksi, terdapat beberapa hal yang dilakukan adalah *editing*. Pada prinsipnya, sutradara dan *editor* memiliki kebebasan menginterpretasikan tema.

Sebelum memasuki tahap *editing*, yang perlu disiapkan adalah: memilih dan menyiapkan *editor*, *narrator*, penata musik, penata suara, penata narasi, dan penulis *editing script* atau *paper edit*. Selain itu, banyak *software* yang bisa

digunakan dalam mengedit video seperti *Adobe Premiere*, *Final Cut Pro*, *Sony Vegas Pro* dan masih banyak lagi.

1. Editing Compositing

Compositing adalah proses untuk menggabungkan kembali objek-objek yang telah dipisah-pisahkan pada tahap sebelumnya. (Putra & Purwanto, 2015) Sebagian pendapat menganggap bahwa tema sebagai titik tolak, sehingga interpretasi merupakan tuntutan selanjutnya. Pasalnya, interpretasi dan teknik *editing*, itulah yang nantinya memberikan unsur dramatik pada subjek-subjek dalam dokumenter tersebut. (Gerzon Ayawaila, 2017)

Menurut Lee Lanier, *Digital Compositing* adalah proses secara digital menyusun gambar atau gambar sekuen secara tumpang tindih ke dalam suatu potongan gambar bergerak (*motion picture*) atau video digital

2. Final Rendering

Final rendering merupakan proses akhir dari pembuatan. Semua elemen yang diperlukan dijadikan satu di *Adobe Premiere Pro*. Sebelum proses *rendering* dilakukan, terdapat beberapa pengaturan yang perlu diatur. Langkah-langkah pengaturan *render* yaitu pilih menu *File - Export - Media*. Lalu akan masuk ke jendela *Export Setting*. Pada *Export Setting* ada beberapa hal yang harus diatur, diantaranya yaitu *Format* dan *Preset*. *Format* merupakan *Codex* yang digunakan dalam video, format yang digunakan dalam film ini yaitu H.264 dan untuk *Preset* yaitu HD 1080. (Rifai, 2018)

2.4 Motion Graphic

Motion graphic atau *motion grafis* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet.

Dunia perdagangan, informasi, dan hiburan adalah suatu tantangan, ketika pemirsa/*audience* memutuskan apakah akan tetap atau akan pindah saluran, keluar dari situs web, atau ketika menonton trailer, untuk melihat film. Maka dari itulah

diperlukan strategi, kreativitas, dan keterampilan dari seorang desainer *broadcasting*, desainer judul film dan animator dalam seni *motion* grafis. (Curran, 2000 dalam Andri, 2017)

Motion graphic merupakan infografis yang didesain bergerak seperti media audio visual berupa *film*, video dan animasi dalam komputer. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik. Pengertian lain tentang *motion graphic* adalah grafis yang menggunakan video dan atau animasi untuk menciptakan ilusi dari gerak ataupun transformasi. (Humairah, 2015 dalam Anita, 2017)

2.5 Media Promosi

Promosi atau promotion berasal dari bahasa latin *Promovere*, *pro* berarti *Forward* (ke depan) dan *movere* berarti *move* (bergerak). Jadi dapat dikemukakan bahwa promosi “to move forward” atau bergerak ke arah depan.

Media promosi merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Oleh karena itu media promosi dituntut untuk selalu menarik. Semakin menarik media promosi yang digunakan, maka akan semakin banyak hasil penjualan yang didapatkan. Begitu pula sebaliknya. Media cetak seperti koran, tabloid, majalah, katalog, brosur dan poster perlahan sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan terdapat media promosi dengan memanfaatkan internet yang lebih mudah digunakan. (Siregar, 2007 dalam Anita, 2017)

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.

2.5.1 Fungsi Promosi

Adapun fungsi dari promosi yaitu:

1. Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli.
2. Menciptakan dan menumbuhkan interest pada diri calon pembeli.
3. Pengembangan rasa ingin tahu (desire) calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan. (Yunita,2011)

2.5.2 Tujuan Promosi

Ada beberapa tujuan yang terdapat dalam promosi yaitu:

1. Menginformasikan, maksudnya adalah menginformasikan pasar tentang produk baru, mengemukakan manfaat baru sebuah produk, menginformasikan pasar tentang perubahan harga, menjelaskan bagaimana produk bekerja, menggambarkan jasa yang tersedia, memperbaiki kesan yang salah, mengurangi ketakutan pembeli, membangun citra perusahaan.
2. Membujuk, maksudnya mengubah persepsi mengenai atribut produk agar diterima pembeli.

Mengingatkan, maksudnya agar produk tetap diingat pembeli sepanjang masa. (Yunita,2011)

Dalam pembuatan video animasi promosi ini terdapat beberapa jenis perangkat lunak (*software*) yang digunakan, diantaranya sebagai berikut:

1. *Software Editing Video*

Software editing video berfungsi membuat efek animasi, menggabungkan aset-aset animasi yang dibuat, serta menggabungkan seluruh material yang diperlukan dalam pembuatan video promosi berbasis animasi 2D ini. Beberapa jenis *software editing video* tersebut adalah :

- a. *Adobe Premiere Pro*

Adobe Premiere Pro merupakan sebuah program penyunting video, dan merupakan bagian dari adobe, Dari sini dapat menghasilkan sebuah rangkaian dari grafis yang tertata dan komposisi yang baik. premiere pro juga mendukung banyak presets dan plug-in untuk

mendukung proses menyunting video secara maksimal. (H. Y. Wibowo & Rante, 2015)

b. *Adobe After Effect*.

Menurut buku yang berjudul “Panduan Praktis -*Adobe After Effect CS4* untuk Kreasi Efek Video”, *Adobe After Effect* merupakan program aplikasi berbasis video editing yang diproduksi oleh Adobe System Incorporated. Sedangkan menurut International Design School, *Adobe After Effect* merupakan software yang diciptakan oleh Adobe Company yang berfungsi untuk pembuatan iklan, intro film, dan pemberian efek pada video berdurasi pendek. (International Design School, 2014. (Saputra, 2018)

2. *Software* Desain Digital

Untuk membuat asset-aset yang dibutuhkan dalam pembuatan animasi 2D (2 dimensi) dibutuhkan *software* yang dapat menunjang pembuatan asset tersebut. *Software* tersebut diantaranya adalah *Adobe Illustrator*.

3. Perangkat Keras Yang Digunakan

Dalam pembuatan iklan video animasi 2D, perangkat keras (*hardware*) yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Laptop Notebook ASUS ZenBook 13
2. *Processor*: Intel® Core™ i5-8265U CPU @ 1.60GHz~1.80GHz
3. *Memory*: 8,00 GB RAM
4. *Monitor*: Intel® UHD Graphics 620, Generic PnP Monitor
5. *Speaker*: Realtek High Definition Audio Type WDM
6. *Mouse*: Logitech M580

2.6 Metode Penelitian

Metode penelitian untuk metodologi pengembangan sistem mengacu pada Metode Pengembangan Multimedia Luther, (1994) (dalam Hadi Sutopo 2003). Adapun rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam pengembangan sistem ini berdasarkan metodologi tersebut diantaranya adalah :

1. Concept

Tahap *concept* (pengonsepan) yaitu menentukan tujuan, termasuk identifikasi audiens, jenis iklan, tujuan iklan, isi iklan dan spesifikasi umum. Dasar aturan untuk perancangan juga ditentukan pada tahap ini, seperti durasi iklan, target, dan lain-lain. Hasil dari tahapan ini adalah deskripsi konsep dalam bentuk judul, ide cerita, sinopsis dan *storyline*.

2. Design

Tahap *design* (perancangan) ini menerjemahkan tujuan kedalam sebuah desain yang akan menjadi acuan dalam mengembangkan video animasi 2D sebagai media promosi ini. Hasil dari tahapan desain ini adalah desain karakter dan *storyboard*.

3. Material Collecting

Material collecting (pengumpulan materi) adalah tahap pengumpulan bahan. Bahan yang dikumpulkan adalah *image* atau gambar, audio, foto *digital*, video, dan *image-image* pendukung lain. Proses yang dilakukan pada tahap ini adalah *graphic design*, *modelling 3D*, pembuatan *bumper opening*, *closing*, *credit title*. Pada praktiknya, tahap ini bisa dilakukan secara paralel dengan tahap *assembly*.

4. Assembly

Setelah dibuat *storyboard*, maka tahap selanjutnya adalah tahap *assembly* (pembuatan). Iklan layanan masyarakat ini berbasis animasi 2D dan 3D, maka dari itu tahapan-tahapan tersebut adalah *compositing* dan animasi yang menggunakan Adobe After Effects CS6, Blender, *sound effect* dan musik yang menggunakan Audacity, serta *editing* dan *rendering* yang menggunakan Adobe Premiere Pro CS6.

5. Testing

Tahap *testing* (pengujian) yaitu dilakukan setelah tahap pembuatan dengan menjalankan dan melakukan peninjauan (*preview*) apakah ada kesalahan atau tidak. Pada tahap ini dilakukan uji kelayakan produk dengan teknik kuesioner kepada beberapa target audiens.

6. Distribution

Pada tahap distribusi, hasil video yang telah jadi sebelumnya, di-*upload* ke dalam media sosial *WhatsApp*, *Google Form* dan *Youtube*. Selain itu peneliti menampilkan langsung iklan layanan masyarakat ini pada sekelompok masyarakat yang menjadi sasaran. Ini merupakan tahapan akhir dimana media telah siap untuk ditonton.

2.7 Metode Analisis Data

Analisis kuantitatif adalah analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistic deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik nonparametris. Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian dapat berupa tabel, tabel distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, *piechart* (diagram lingkaran), dan *pictogram*. (Sugiyono, 2012)

2.7.1 Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2012) Pada skala likert, responden diminta untuk menjawab persetujuan terhadap objek psikologis (konstruk) dengan 5 pilihan jawaban, yaitu (1) Sangat tidak setuju, (2) Tidak setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat setuju. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai persentase batasan pada setiap pilihan jawaban (item) skala likert.

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

2.8 Perbandingan Metode yang ada dalam Penyelesaian Permasalahan

Dalam menyelesaikan permasalahan, diperlukan beberapa jurnal yang menjadi acuan untuk mengembangkan video animasi yang akan penulis buat. Jurnal yang dipilih adalah yang memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis seperti video animasi, *company profile*, *motion graphic* dan metode penelitian. Dengan melakukan perbandingan metode, akan ada beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis pada saat ini. Hal ini bertujuan untuk membuktikan bahwa penulisan tugas akhir ini asli bukan merupakan sebuah duplikasi dari skripsi yang lain.

2.8.1 Referensi Jurnal Penelitian

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan baik sebagai media pembelajaran maupun

media informasi. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu dari beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

1. Pembuatan Motion Graphics sebagai Media Sosialisasi Dan Promosi untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas.

Jurnal ini merupakan jurnal yang dibuat oleh Yesty Desca Refita Putri mahasiswa Jurusan Teknik Informatika dan Komputer, Politeknik Negeri Jakarta (2017). Dalam tahap metodologinya, motion graphic ini menggunakan metode Villamil-Molina yang terdiri dari 5 tahap. Tahap-tahap tersebut yaitu Development, Preproduction, Production, Postproduction serta Delivery akan tetapi penulis sebelumnya hanya menggunakan 3 tahap saja yaitu Preproduction, Production, dan Postproduction. Setelah melalui tahap-tahap pengujian, penulis sebelumnya menerima feedback positif bahwa mereka benar-benar memahami isi materi dari motion graphic tersebut dan mereka juga menyukai animasi dan warna-warna yang digunakan oleh penulis sebelumnya untuk membuat video motion graphic tersebut.

2. Rancangan Video Media Promosi Berbasis Motion Graphic 2D Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Universitas Widyagama Malang.

Jurnal ini merupakan jurnal yang dibuat oleh Ria Diajeng Anita dan Fitri Marisa yang merupakan mahasiswa Universitas Widyagama Malang (2017). Pada jurnal ini, penulis membuat suatu video media promosi yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa Universitas Widyagama Malang. Penulis merancang media promosi universitas widyagama malang dengan konsep animasi 2 dimensi yang menjelaskan dan memperkenalkan universitas widyagama malang.

3. Animasi 3D Pada Ya MGM Muffler Sebagai Media Promosi

Pada jurnal ini, penulis melaksanakan penelitian di YA MGM Muffler yang menjelaskan tentang detail produk, model knalpot, harga, bahan knalpot dan lokasi. Pada media promosinya saat ini menggunakan foto dan live video shot di

media sosial dan Adanya kendala turunnya penjualan tiap bulan, jadi pemilik home industry tersebut menginginkan Adanya sarana penunjang untuk mempromosikan produknya. Pada jurnal ini juga, Metode yang digunakan dalam penelitian adalah observasi, wawancara, studi pustaka dan metode pengembangan sistem waterfall. Dalam metode pengembangan sistem tersebut terdapat tiga tahapan memproduksi sistem multimedia yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Hasil dari penelitian adalah dibuatkan animasi 3D sebagai media promosi untuk menjadikan para audience memahami detail dari produk knalpot. Di harapkan Animasi 3D ini dapat mendukung penjualan produk knalpot pada perusahaan home industry YA MGM Muffler yang efektif. Selain itu, penulis juga menggunakan metode pengujian untuk mengetahui tingkat kelayakan bahwa video layak untuk digunakan sebagai media promosi atau tidak dengan memanfaatkan kuesioner. Hasil dari kuesioner tersebut diukur menggunakan skala likert.

2.8.2 Metode Penelitian yang Digunakan

Pada penelitian ini, penulis membuat video animasi promosi sekolah dalam bentuk motion grafis. Data-data yang diperlukan diperoleh dari Yayasan Pondok Pesantren Al-Falah Putak. Dalam tahap perancangan video animasi promosi ini, penulis menggunakan metode *Luther* atau MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) yang terdiri dari 4 tahap. Tahap-tahap tersebut yaitu Konsep, Perancangan, Pengumpulan Materi, dan Pembuatan. Pada setiap tahapan, memiliki bagian-bagian tersendiri, seperti membuat naskah (*script*), desain *asset*, *animating*, *rendering*, dan *compositing*.

Pada tahap analisis, penulis akan mempublikasikan langsung hasil video promosi yang telah dibuat kepada masyarakat, seperti sosialisasi langsung dan publikasi melalui sosial media menggunakan media *google form* yang disebar melalui media sosial. Selanjutnya, penulis akan meminta tanggapan dari penonton dengan cara memberikan kuisisioner yang terdiri variabel daya tarik video animasi dan kualitas promosi pada video.

Tabel 2.2 Perbandingan Metode yang ada dalam Penyelesaian Permasalahan

No.	Judul Jurnal	Persamaan	Perbedaan
1.	Pembuatan Motion Graphics sebagai Media Sosialisasi Dan Promosi untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas.	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan software adobe after effect. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis sekarang Menggunakan teknik pengembangan multimedia dengan metode Luther-Sutopo sedangkan penulis sebelumnya menggunakan metode Villamil-Molina. • Penulis terdahulu menjadikan sebagai media sosialisasi terhadap nasabah sedangkan penulis sekarang menjadikan sebagai promosi kepada masyarakat.
2.	Rancangan Video Media Promosi Berbasis Motion Graphic 2D Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Universitas Widyagama Malang.	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan tahapan pra produksi, produksi,dan pasca procuksi 	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis sekarang menggunakan storyboard sebagai gambaran adegan dalam video animasi sedangkan penulis terdahulu menggunakan skenario dalam pembuatan video. • penulis sekarang

			melakukan survei melalui media sosial sedangkan penulis terdahulu tidak.
3.	Animasi 3D Pada Ya MGM Muffler Sebagai Media Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat skenario dan <i>storyboard</i> • Menggunakan metode kuesioner dalam melakukan analisis Data 	<ul style="list-style-type: none"> • Output dari penelitian sekarang berupa animasi 2D sedangkan penulis terdahulu berupa animasi 3D. • Penulis sekarang mempromosikan sekolah sedangkan penulis terdahulu mempromosikan suatu <i>home industry</i>.