

**Penerapan Metode Motion Graphic pada Video Promosi Rumah Kos  
Dermawan Living, Denpasar Bali****Ni Putu Virginia A.S<sup>1</sup>, Karna Mustaqim<sup>2</sup>**<sup>1,2</sup>Universitas Esa Unggulvirginia.anandistya@gmail.com<sup>1</sup>, karna.mustaqim@esaunggul.ac.id<sup>2</sup>**ABSTRACT**

In this research, the application of the motion graphic method in making promotional videos for the Dermawan Living Boarding House in Denpasar, Bali, was explored. Motion graphics, as a visual technique that combines graphic elements, animation and text, are used to create dynamic and interesting messages. The research method involves analysing promotional videos before and after the implementation of motion graphics. Audience response, engagement level, and recall of the video are measured. The research results show that the application of motion graphics significantly increases the attractiveness of promotional videos. The use of dynamic visual elements and smooth transitions makes videos more interesting and memorable for the audience. Apart from that, motion graphics also help convey information more efficiently. In conclusion, the use of motion graphic methods in promotional videos can be an effective strategy for increasing attractiveness and communication efficiency. The practical guidance resulting from this research can help content creators optimize the use of motion graphics in promotional videos.

**Keywords : motion graphics, promotional video, boarding house****ABSTRAK**

Dalam penelitian ini, penerapan metode motion graphic pada pembuatan video promosi untuk Rumah Kos Dermawan Living di Denpasar, Bali, dieksplorasi. Motion graphic, sebagai teknik visual yang menggabungkan elemen grafis, animasi, dan teks, digunakan untuk menciptakan pesan yang dinamis dan menarik. Metode penelitian melibatkan analisis terhadap video promosi sebelum dan setelah penerapan motion graphic. Respons audiens, tingkat keterlibatan, dan daya ingat terhadap video tersebut diukur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan motion graphic secara signifikan meningkatkan daya tarik video promosi. Penggunaan elemen visual yang dinamis dan transisi yang halus membuat video lebih menarik dan mudah diingat oleh audiens. Selain itu, motion graphic juga membantu menyampaikan informasi dengan lebih efisien. Kesimpulannya, penggunaan metode motion graphic pada video promosi dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan efisiensi komunikasi. Panduan praktis yang dihasilkan dari penelitian ini dapat membantu para pembuat konten dalam mengoptimalkan penggunaan motion graphic pada video promosi.

**Kata kunci : motion graphic, video promosi, rumah kos.****PENDAHULUAN**

*Motion Graphic* adalah potongan animasi atau rekaman digital yang menciptakan ilusi gerakan atau rotasi, dan biasanya digabungkan dengan audio untuk digunakan dalam proyek multimedia. *Motion Graphic* biasanya ditampilkan melalui teknologi media elektronik, namun dapat juga ditampilkan melalui teknologi bertenaga manual. Menurut Yuliati (2020), motion graphic merupakan teknik animasi dimana arti kata *motion* sendiri adalah gerak sedangkan grafis sendiri seni atau desain dalam bentuk tipografi maupun lukisan atau gambar. sehingga dapat kita simpulkan bahwa *motion graphics* adalah gambar,

tulisan yang dibuat bergerak-gerak yang digabungkan menjadi sebuah video. Fungsi dari motion graphics adalah sebagai berikut:

1. Sebagai alat bantu visual

*Motion Graphics* membantu para audiens untuk menggambarkan isi dari video, terutama apabila isi video tentang data statistik, angka, dan juga fakta. Biasanya, audiens tidak akan menonton video hingga selesai jika video tersebut sulit untuk dipahami dan tidak menarik. Ketika para audiens terus menerus menonton video, maka isi dan pesan dari video bisa disampaikan sepenuhnya.

2. Pesan yang disampaikan dapat dipahami

Ketika audiens memperoleh visual yang berbeda dimulai dari sebuah grafik dan tulisan yang lebih mudah untuk dipahami, maka biasanya akan lebih fokus ke video. Apabila anda ingin membagikan informasi mengenai bisnis secara luas dan lebih menarik, maka anda bisa menggunakan *motion graphics*.

3. Membantu strategi *digital marketing*

Tentu saja informasi yang rumit dengan menggunakan tulisan yang panjang akan sangat membosankan. Pengubahan format menjadi *motion graphics* merupakan sebuah cara yang tepat, karena tak hanya lebih singkat tapi juga penyampaian informasinya menjadi lebih mudah untuk dipahami.

4. Membuat video menjadi lebih menarik

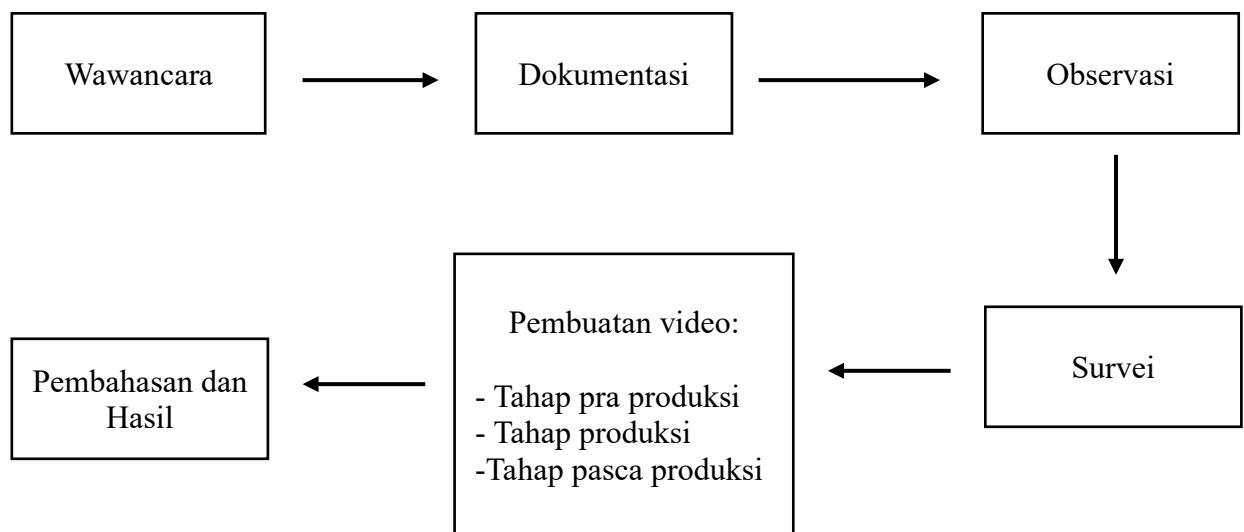
*Motion graphic* merupakan hal yang bisa membuat konten menjadi lebih menarik supaya bisa menarik perhatian audiens dari segi foto, video, hingga animasi. Saat ini, banyak sekali industri yang telah menggunakan konten dalam bentuk animasi. *Motion graphic* bisa lebih memudahkan para audiens untuk memahami informasi yang disampaikan.

Video promosi adalah suatu media audio visual yang dapat digunakan perusahaan untuk mempromosikan produk. Menurut Rangkuti (2016), video promosi adalah suatu bentuk pemasaran yang menggunakan teknologi video untuk menyampaikan pesan promosi tentang produk atau jasa kepada calon pelanggan. Menurut Duncan dan Moriarty (1998), video promosi adalah perencanaan yang efektif untuk video promosi memerlukan kolaborasi antara departemen pemasaran dan kreatif. Video promosi adalah presentasi audio informasi tentang suatu produk atau merek. Oleh karena itu, penulis membuat video promosi rumah kos Dermawan Living dengan tampilan visual yang menarik calon konsumen dan penyewa kos dengan menggunakan *motion graphic*. Selain itu, video promosi juga bisa diterapkan untuk meningkatkan produktifitas di rumah kos Dermawan Living, Denpasar, Bali.

Dari latar belakang di atas, penulis dalam penelitian berjudul 'Penerapan Metode Motion Graphic Pada Video Promosi Rumah Kos Dermawan Living, Denpasar, Bali' membuat sebuah video promosi dengan teknik yang dapat meningkatkan kualitas visual melalui penyampaian di media video dengan cara menggunakan *motion graphic* pada bagian teks dan logonya, menunjukkan area kos dan fasilitas kos.

## METODE PENELITIAN

Konsep pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara, dokumentasi, observasi, survei, pembuatan video, serta pembahasan dan hasil.



*Mindmapping 1: Konsep Pengumpulan Data*

Diuraikan tahapan pengumpulan data dimulai dengan melakukan wawancara bersama pengelola kos Dermawan Living untuk memperoleh informasi mengenai rumah kos Dermawan Living. Setelah wawancara dilakukan, penulis melakukan dokumentasi dengan cara mengambil foto dan video di beberapa area dan fasilitas kos Dermawan Living. Setelah melakukan pengambilan gambar, penulis melakukan observasi di area rumah kos Dermawan Living. Setelah melakukan observasi, penulis membuat survei berupa pertanyaan di Google Form yang akan diajukan kepada masyarakat di luar pulau Bali maupun masyarakat Bali. Data yang dikumpulkan ini nantinya akan dijadikan acuan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Setelah permasalahannya diketahui, maka diberikan sebuah solusi untuk membuat video promosi rumah kos menggunakan teknik *motion graphic* dengan tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Setelah video promosi dibuat, tahap selanjutnya adalah melakukan pembahasan dan hasil.

## Alat dan Bahan

Pengumpulan data ini menggunakan alat dan bahan berupa *hardware* berupa laptop MacBook Pro, kamera *handphone* Oppo Reno 6, *stabilizer*, dan Camera Canon EOS 650D. Kemudian *software* berupa aplikasi Capcut for PC, sebagai platform editing. Kemudian, bahan bahan berupa foto dan video rumah kos Dermawan Living.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap pra-produksi

#### 1. Naskah

Naskah adalah suatu teks yang berisi gambaran yang terlihat dari layar. Pembuatan naskah itu penting agar seluruh pendukung dalam pembuatan video dapat memahami

presentasi yang disampaikan secara rinci. Bahkan penulis juga menuliskan naskah tentang video promosi Dermawan Living.



Gambar 1: Naskah video promosi Dermawan Living

## 2. Storyline

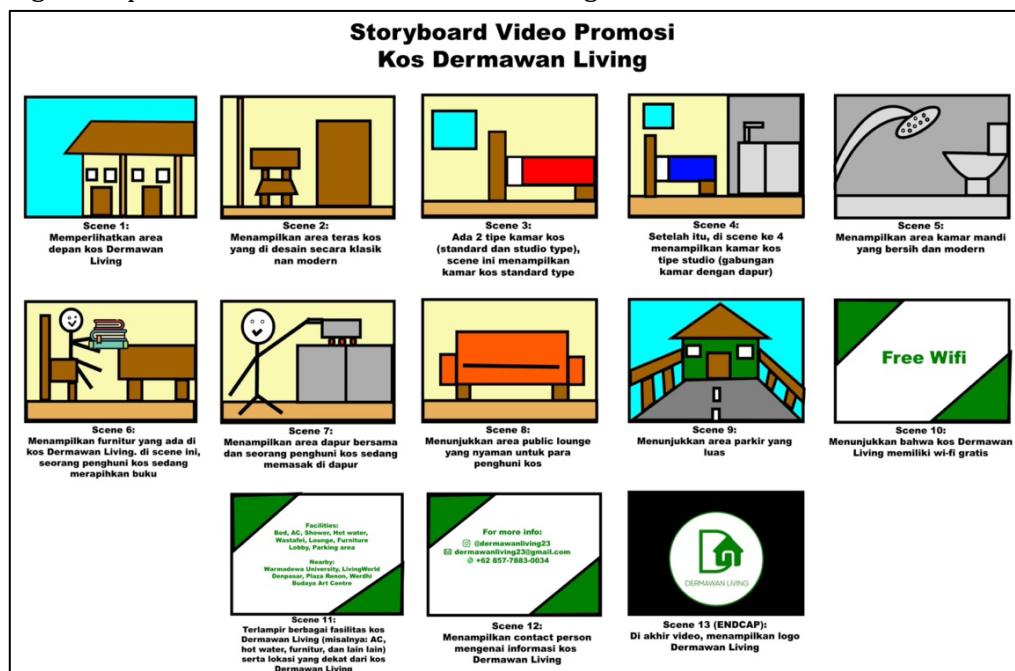
*Storyline* adalah alur cerita yang dibuat dalam suatu karya video maupun film sehingga jelas dan terarah. *Storyline* merupakan poin penting dalam video yang menjelaskan langkah-langkah dari setiap adegan. Berikut adalah *storyline* video promosi rumah kos Dermawan Living:

- *Scene 1*: *Scene* ini menampilkan area depan rumah kos Dermawan Living, dan menampilkan peta serta lokasi dari rumah kos Dermawan Living. Di *scene* pertama, teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah: *extreme close-up shot, long shot, dan extreme long shot*
- *Scene 2*: *Scene* ini memperlihatkan area teras depan kos Dermawan Living yang dengan nuansa klasik dan modern. Di *scene* kedua, teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah: *long shot, medium shot, close up shot*
- *Scene 3*: *Scene* ini menampilkan area kamar kos yang dilengkapi dengan air conditioner dan menampilkan kamar kos tipe standar (kamar tanpa dapur). Untuk *shot* pertama diambil di area AC (*air conditioner*) dan menggunakan teknik *long shot*. Dan untuk *shot* kedua diambil di area tempat tidur kos dan teknik pengambilan gambarnya menggunakan *close up shot*.

- *Scene 4:* Scene ini memperlihatkan area kamar kos tipe studio yang merupakan gabungan dari kamar dan dapur. Pengambilan gambar ini diambil dari area dapur dari kamar tipe studio menggunakan teknik *close up shot* dan *long shot*.
- *Scene 5:* Scene ini menunjukkan area kamar mandi kos yang modern. Pengambilan gambarnya diambil di area dalam kamar mandi kos dan area shower kamar mandi menggunakan teknik *close up shot*.
- *Scene 6:* Scene ini menampilkan suasana kamar kos yang penuh dengan perabotan yang ada di rumah kos Dermawan Living. Pengambilan gambar ini diambil dari area perabotan (seperti: meja belajar, lemari, kursi, vas bunga, tempat sepatu, gantungan handuk) dengan menggunakan teknik *close up shot*.
- *Scene 7:* Scene ini memperlihatkan area dapur bersama untuk para penghuni kos. Pengambilan gambar tersebut diambil ke arah penghuni kos yang sedang memasak menggunakan teknik *medium shot*, sedangkan adegan para penghuni kos makan bersama diambil menggunakan teknik *close up shot*.
- *Scene 8:* Scene ini menampilkan *public lounge* atau ruang tamu untuk para penghuni kos. Pengambilan gambar di area tersebut menggunakan teknik *long shot*, *medium long shot*, *medium shot*.
- *Scene 9:* Scene ini menampilkan area tempat parkir yang luas. Pengambilan gambar tersebut diambil menggunakan teknik *medium shot*

### 3. Storyboard

Papan cerita atau biasa disebut *Storyboard* adalah salah satu cara alternatif untuk mensketsakan kalimat penuh sebagai alat perencanaan *Storyboard* berfungsi untuk menggambar alur cerita, dari awal sampai akhir. Penulis bahkan membuat *Storyboard* tentang video promosi rumah kos Dermawan Living.



Gambar 2: storyboard Dermawan Living

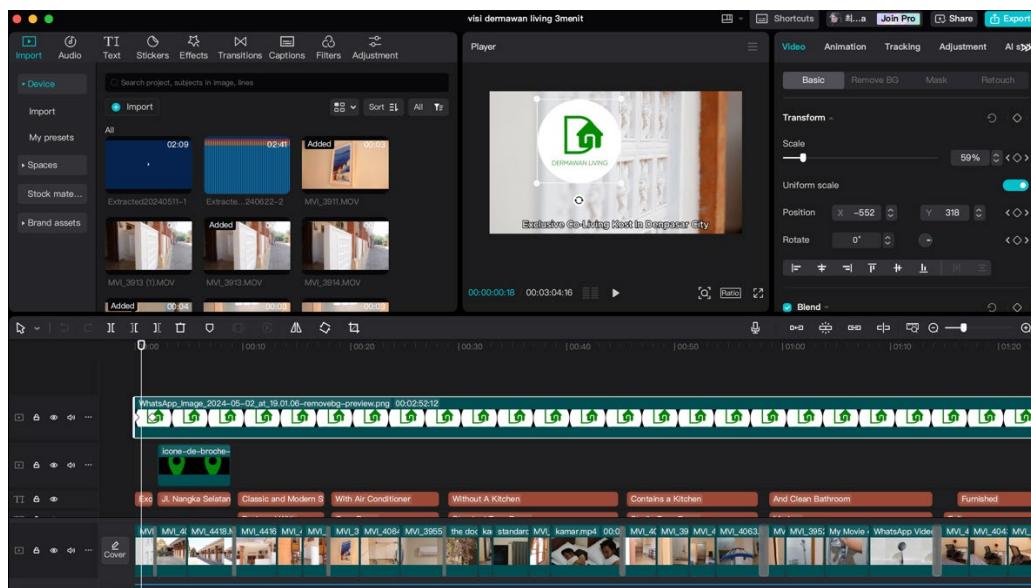
### Tahap produksi

Setelah membuat naskah, *storyline*, serta *storyboard*, dilanjutkan dengan tahap produksi. Tahap produksi adalah tahap untuk merealisasikan semua langkah yang ada di tahap pra produksi. Ada beberapa tahap dalam proses produksi pembuatan video promosi rumah kos Dermawan Living.

- Shooting tahap pertama, dilakukan pada pagi hari pukul 10:00 WITA sampai 11:00 WITA untuk pengambilan gambar area depan kos Dermawan Living.
- Shooting tahap kedua, pada pukul 12:00 WITA sampai 12:30 WITA, dilakukan dengan mengambil gambar di area teras depan kos Dermawan Living.
- Shooting tahap ketiga, dilakukan pengambilan gambar pada area kamar kos tipe standard dan kamar mandi pada pukul 13:00 WITA - 13:30 WITA
- Shooting tahap keempat, pada pukul 14:00 WITA - 14:30 WITA, dilakukan dengan pengambilan gambar di area kamar kos tipe studio dan dapur bersama.
- Shooting tahap kelima, dilakukan pengambilan gambar di area *parking lot* dan *lounge* rumah kos Dermawan Living pada pukul 14:30 WITA - 15:00 WITA.

### Penerapan *motion graphic*

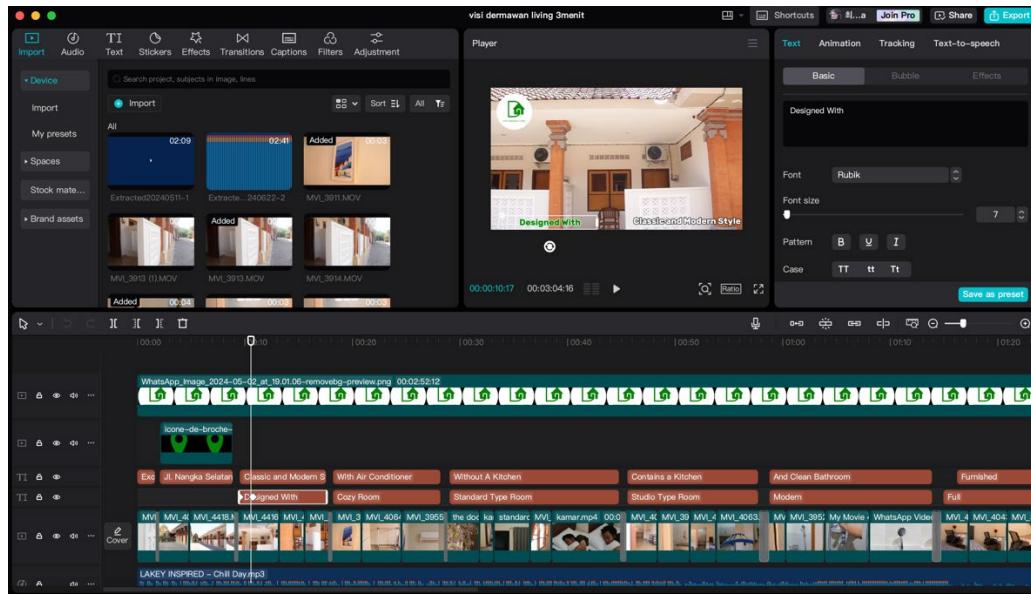
Setelah melakukan pengambilan gambar, penulis melakukan editing melalui *software* berupa aplikasi Capcut for PC. Penulis menggunakan *motion graphic* untuk menjelaskan beberapa bagian dari video promosi.



Gambar 3: *Motion Graphic* di bagian logo Dermawan Living

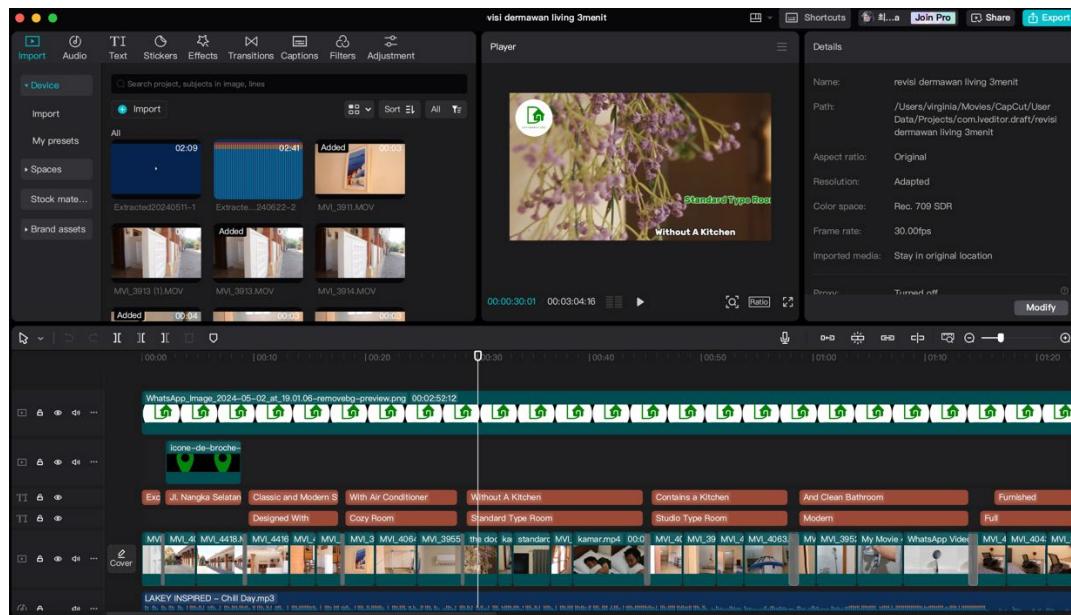
Di awal durasi, penulis menggunakan *motion graphic* untuk menampilkan logo Dermawan Living, dengan cara menggerakkan logo ke sebelah kiri.

**Sci-Tech Journal**  
**Volume 3 Nomor 1 (2024) 139 - 146 E-ISSN 2830-6759**  
**DOI: 10.56709/stj.v3i1.456**



Gambar 4: *Motion Graphic* di bagian teks pada *scene* di area teras Dermawan Living

Di durasi 00:10, penulis menggunakan *motion graphic* untuk menggerakkan teks 'Designed with Classic & Modern Style' di *scene* area teras kos. Penulis menggerakan teks 'Designed With' ke arah kiri, sedangkan di bagian teks 'Classic & Modern Style' digerakkan ke arah kanan.



Gambar 5: *Motion Graphic* di bagian teks pada *scene* di area kamar tipe standar

Di durasi 00:30, penulis menggunakan *motion graphic* untuk menggerakkan teks 'Standard Type Room Without a Kitchen' di *scene* area kamar tipe standar. Penulis menggerakan teks 'Standard Type Room' ke arah bawah, sedangkan untuk teks 'Without a Kitchen' digerakkan ke arah atas.

**KESIMPULAN**

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa teknik *motion graphic* dapat diterapkan pada pembuatan video promosi rumah kos untuk membantu proses *marketing* oleh pengelola kos Dermawan Living. Dengan menerapkan teknik *motion graphic*, video promosi ini akan menjadi lebih menarik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- A'lawiyyah, Indy. 2021. *Proyek Perancangan Video Promosi sebagai Upaya untuk Meningkatkan Brand Awareness Kreuz Bike Indonesia di Instagram*. Bandung: Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung.
- Cahyadi, Dian. 2023. *Video Promosi*. Makassar: Badan Penerbit UNM.  
<https://iptek.co.id/manfaat-motion-graphic-yang-perlu-diketahui/>  
[---

146 | Volume 3 Nomor 1 2024](https://www.ruangkerja.id/blog/motion-graphic#:~:text=Motion%20graphic%20sering%20digunakan%20untuk,sosial%2C%20dan%20masih%20banyak%20lagi.</a></p><p>Rizal, Muhammad. 2021. <i>Perancangan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi STMIK AKBA</i>. Makassar: Teknik Informatika, STMIK AKBA.</p><p>Yuliati, Tri. 2020. <i>Film Pendek Masyarakat Daerah Pinggir Kota Dumai dengan Peng gabungan Teknik Live Shoot dan Motion Graphics</i>. Kepulauan Riau: Teknik Informatika, STMIK Dumai.</p><p>Yunita, Ika Romadoni. 2022. <i>Implementasi Teknik Motion Graphic Pada Video Promosi Produk Homecare</i>. Purwokerto: Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Purwokerto.</p></div><div data-bbox=)