

**PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI DI MAXIMUM ULTIMATE ORGANIZER**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh studi pada

Program Diploma IV

Program Studi Manajemen Konvensi dan *Event*

Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung



oleh :

TANIA IQLIMA RAMADHANI

Nomor Induk : 201721893

**PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN BISNIS KONVENSI & *EVENT*  
JURUSAN PERJALANAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA  
BANDUNG  
2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI ULTIMATE ORGANIZER

NAMA : TANIA IQLIMA RAMADHANI  
NIM : 201721893  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN KONVENSI DAN EVENT

Pembimbing I



**Dr Haryadi Darmawan, MM**  
NIP. 19711225 199803 1 001

Pembimbing II



**Dendy Sundayana S.Si., MM. Par.**  
NIP. 19731001 200502 1 001

Mengetahui,  
Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.**  
NIP. 19650927 199103 2 001

Mengetahui,  
Plt. Kepala Sekolah Tinggi Pariwisata NHI  
Bandung,

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.**  
NIP. 19650927 199103 2 001

**“ Tidak ada orang bodoh yang ada hanya orang malas”**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini peneliti persembahkan kepada:

Keluarga,

Karya ini sebagai bukti dari bentuk rasa kasih sayang, terimakasih yang mendalam dari saya, terhadap perjuangan, pengorbanan dan juga dukungan dari keluarga dalam memberikan sebagian waktu dan tenaga untuk mendukungku dalam melalui segala masalah dan rintangan yang ku hadapi. Terimakasih sudah selalu sabar, setia dan selalu ada hingga saat ini.

Tania Iqlima Ramadani,

Karya ini sebagai bukti kepada diri sendiri karena telah berhasil dalam melalui rintangan dan juga masalah yang ada dengan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa.

Terimakasih untuk tidak menyerah disaat berbagai cobaan datang dan hampir mengacaukan segalanya yang telah direncanakan, tetaplah menjadi manusia yang seperti ini.

Terimakasih sudah selalu kuat dan berjuang sampai akhir.

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Tania Iqlima Ramadhani  
Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 13 Januari 1999  
NIM : 201721893  
Program Studi : Manajemen Konvensi dan Event

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul : **“Perancangan Motion Graphic Sebagai Media Promosi di Maximum Ultimate Organizer”** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara – cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas apa etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan – peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 18 Oktober 2021

mbuat pernyataan,  
  
METERAI  
TEMPIL  
25AJX456379672

Tania Iqlima Ramadhani

201721893

## ABSTRAK

*Motion Graphic* adalah salah satu metode promosi yang ampuh di era *Digital* ini. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan penonton untuk menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Untuk membuat *Motion Graphic* yang baik perlu dilakukan tahapan produksi yang matang. Dari mulai pencarian ide sampai tahap produksi, karena pesan harus disampaikan secara jelas agar penonton memahami isi video tersebut. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini yaitu membuat Perancangan *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi Di Event Maximum Ultimate Organizer. Tahapan produksi *Motion Graphic* yang ideal yaitu Konsep Awal, Script Writing, Storyboard, Sound dan Animation (Slembrouck, 2012). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Terdapat 3 informan yang diantaranya creative *Marketing* Maximum Ultimate Organizer, *Motion Graphic* Expert dan Pengguna jasa *Motion Graphic*. Dalam penelitian ini digunakan Teknik Berkarya dilengkapi alat software maupun hardware yang digunakan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu video *Motion Graphic* yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan perusahaannya di berbagai platform media social. Hal ini ditinjau berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis bahwa perusahaan belum pernah menggunakan *Motion Graphic* sebagai metode promosinya. Penulis memberikan rekomendasi kepada Maximum Ultimate Organizer mengenai penggunaan *Motion Graphic* sebagai metode promosi perusahaan yang diharapkan dapat menjadi masukan bermanfaat bagi perusahaan.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Motion Graphic*

## **ABSTRACT**

*Motion Graphics are one of the most powerful proMotional methods in this Digital era. This method aims to increase the interest of the audience to use the services of the company. To make a good Motion Graphic, it is necessary to hold a mature production. Starting from the idea search to the production stage, because the message must be conveyed clearly so that the audience understands the content of the video. Therefore, the purpose of this research is to make a Motion Graphic Design as a ProMotional Media at the Maximum Ultimate Event Organizer. The ideal Motion Graphic production stages are Initial Concept, Script Writing, Storyboard, Sound and Animation (Slembrouck, 2012). The method used in this study is a qualitative approach with a descriptive method. There are 3 informants including creative Marketing Maximum Ultimate Organizer, Motion Graphic Expert and Motion Graphic service user. In this study, the work technique was used, complemented by the software and hardware used. The results obtained in this study are Motion Graphic videos that can be used by companies to promote their companies on various social media platforms. This is reviewed based on the results of observations and interviews conducted by the author that the company has never used Motion Graphics as a method of proMotion. The author provides recommendations to Maximum Ultimate Organizer regarding the use of Motion Graphics as a company proMotion method which is expected to be useful input for the company.*

*Keywords: Digital Marketing, Motion Graphic*

## KATA PENGANTAR

Tiada kata lain selain mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya penulisan Proyek Akhir penelitian ini dengan judul “PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI MAXIMUM ULTIMATE ORGANIZER”

Penyusunan Proyek Akhir ini merupakan salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan Program Diploma IV Program Studi Manajemen Konvensi dan *Event* di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyajian Penelitian Proyek Akhir ini, penulis menyadari masih belum mendekati sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan koreksi dan saran yang sifatnya membangun sebagai bahan masukan yang bermanfaat demi perbaikan dan peningkatan diri dalam bidang ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian Proyek Akhir ini banyak pihak yang telah berperan serta memberikan dukungan, baik secara moril maupun materil, sehingga pada akhirnya laporan ini dapat terselesaikan dengan sebaik mungkin. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

Segala kehormatan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM.Par., selaku Ketua Jurusan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Marsianus Raga, MM.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Konvensi dan *Event*.



4. Bapak Haryadi Damawan selaku dosen pembimbing 1 (satu)
5. Bapak Dendy Sundayana, S.Si., MM.Par. selaku dosen pembimbing 2 (Dua).
6. Kedua orang tua yang senantiasa selalu memberikan semangat, dukungan dan doanya untuk penulis.
7. Petra Kartika Kusuma yang telah membantu penulisan dan terus menerus memberikan dukungan moral dan semangat untuk penulis.
8. Klaudia Putri Embangsari yang telah membantu penulisan dan terus menerus memberikan dukungan moral dan semangat untuk penulis.
9. Kepada Farditto dan teman – teman satu perjuangan dari MBK 2017 yang telah mendukung dalam proses penyusunan Proposal Penelitian.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya sebagai masukan bagi pihak Maximum Ultimate Organizer.

Bandung, 14 September 2021

Penulis  
Tania Iqlima Ramadhani

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Teori.....	7
1. <i>Digital Marketing</i> .....	7
2. <i>Motion Graphic</i> .....	8
3. Kerangka Pemikiran.....	12
BAB III.....	13
METODE PENELITIAN.....	13
A. Rancangan Penelitian.....	13
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	13
C. Pengumpulan Data.....	14
D. Teknik Berkarya.....	16
A. Alat.....	16
E. Jadwal Penelitian.....	19
BAB IV.....	20
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	20
A. Hasil Penelitian.....	20
B. Pembahasan.....	22
BAB V.....	33
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	33
A. Kesimpulan.....	33

B. Rekomendasi .....	34
DAFTAR PUSTAKA .....	44
LAMPIRAN .....	46

## DAFTAR GAMBAR

### GAMBAR

1. KERANGKA PEMIKIRAN .....	12
2. Logo Maximum Ultimate Organizer .....	14
3. Logo Aplikasi Biteable .....	23
4. Tampilan Aplikasi Biteable .....	23
5. <i>Storyboard</i> .....	27
6. <i>Storyboard</i> .....	28
7. <i>Storyboard</i> .....	29
8. Animasi Karakter .....	30
9. Animasi Character .....	31
10. Animasi Character .....	31
11. Animasi Character .....	31
12. Animasi Character .....	32

## DAFTAR TABEL

TABEL

1. JADWAL PENELITIAN .....	19
----------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN

IZIN LOKUS .....	46
SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	47
TRANSKRIP WAWANCARA .....	49
TABEL PEDOMAN WAWANCARA.....	54
DOKUMENTASI WAWANCARA.....	55

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Maman. Muhidin, Sambas Ali, 2011. Dasar – Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Pustaka Setia
- Betancourt, Michael. (2012): “The Origins of *Motion Graphic*”
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary *Marketing*. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, pp. 18-33).
- Gallagher, Rebecca & Paldy, Andrea. 2007. *Exploring Motion Graphics, The Art and Techniques of Creating Imagery for Film and New Media*. Penerbit Thomson
- Kleindl, B.A. & Burrow, J.L. (2005). *E-Commerce Marketing*. United States of America: South Western
- Lapau, Buchari. 2012. *Metode Penelitian Kesehatan: Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Patton, M. Q. 1990. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park: Sage Psikologi Sosial Vol.1, No.32-47.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Slembrouck, Paul Van. (2012). How to produce *Motion Graphic*. Retrieved from
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV, Alfabeta
- Widyoko, Eko Putro. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Yusuf, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Gabungan. Jakarta:  
Kencana