



**PERANCANGAN VIDEO *MOTION GRAPHICS* TUGU
PAHLAWAN DAN MUSEUM SEPULUH NOPEMBER
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh :

Sasono Handito Vadly

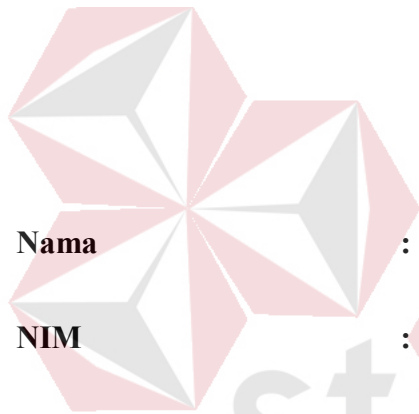
14420100032

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM
SURABAYA
2017**

**PERANCANGAN VIDEO *MOTION GRAPHICS* TUGU PAHLAWAN DAN
MUSEUM SEPULUH NOPEMBER SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik :



Disusun Oleh :

Nama : SASONO HANDITO VADLY

NIM : 14420100032

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2017

LEMBAR MOTTO



“Intropeksi diri sangat penting itu menuju kesuksesan”

LEMBAR PERSEMBAHAN



Kupersembahkan teruntuk Orang tua tercinta, serta pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini. Terima kasih banyak

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN PERANCANGAN VIDEO *MOTION GRAPHICS* TUGU PAHLAWAN DAN MUSEUM SEPULUH NOPEMBER SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Laporan Kerja Praktik oleh

Sasono Handito Vadly

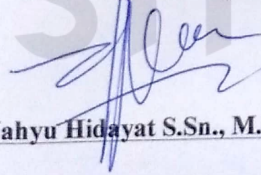
NIM : 14.42010.0032

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 20 Desember 2017

Disetujui :

Dosen Pembimbing



Wahyu Hidayat S.Sn., M.Pd

NIDN. 0710057804

Penyelia



M.T. Agustiono

NIP. 196908272008011012

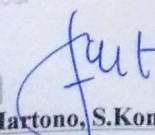
Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



FAKULTAS TEKNOLOGI
DAN INFORMATIKA

stikom


Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN. 0726027101

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Sasono Handito Vadly
NIM : 14420100032
Program Studi : S1 – Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **“PERANCANGAN VIDEO *MOTION GRAPHICS*
TUGU PAHLAWAN DAN MUSEUM SEPULUH
NOPEMBER SEBAGAI MEDIA PROMOSI”**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Desember 2017

Yang menyatakan,




Sasono Handito Vadly
NIM : 14420100032



ABSTRAK

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

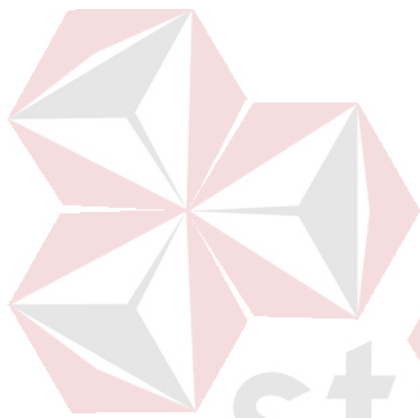
stikom
SURABAYA

ABSTRAK

Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember merupakan salah satu tempat bersejarah dan menyajikan berbagai macam peninggalan sejarah tentang perang sepuluh 10 November yang terjadi di Surabaya. Rata – rata mereka datang ke tempat ini untuk mengetahui sejarah mengenai perang yang terjadi di Surabaya, namun sayangnya kedua objek wisata ini minim akan promosi yang berguna untuk memperkenalkan objek wisata ini.

Solusi dari permasalahan tersebut adalah membuat perancangan Video *Motion Graphics* Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Sebagai Media Promosi, dengan adanya video *motion graphics* tersebut maka kedua objek wisata ini mempunyai mempunyai alat untuk mempromosikan atau memperkenalkan objek wisata tersebut. Dalam perancangan video *motion graphics* tersebut, peneliti menggunakan data dari pihak UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember, maka selanjutnya adalah masuk kedalam pembuatan video *motion graphics* tersebut. Tahap pertama adalah pembuatan konsep dari data yang sudah ada, selanjutnya adalah pencarian referensi dan pembuatan sketsa/storyboard. Setelah itu adalah pembuatan karakter dan elemen-elemen yang ada di video *motion graphics* tersebut.

Kata Kunci : *Motion Graphics, Video, Media Promosi.*



KATA PENGANTAR

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Video *Motion Graphics* Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Surabaya Sebagai Media Promosi” ini dapat diselesaikan dengan baik.

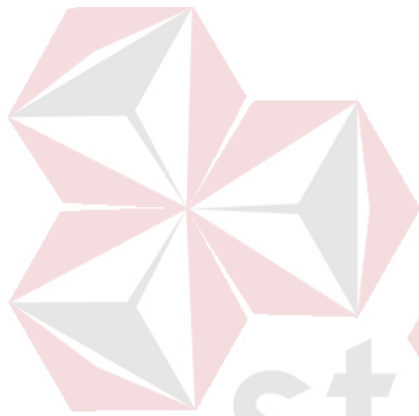
Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Stikom Surabaya.

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Yang terhormat **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
2. Yang terhormat **Siswo Martono, S.Kom., M.M** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah membimbing dan memberikan saran dalam mengerjakan laporan kerja praktik ini.
3. Yang terhormat **Wahyu Hidayat, S.Sn., M.Pd** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberi dukungan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini.
4. Ibu **Neng Resti Sri Hartanti, S.STP** selaku Pimpinan Instansi UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Surabaya.

5. Bapak **M.T Agustiono** selaku Sub Unit Konservasi dan Preparasi UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Surabaya.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materiil dalam proses penyelesaian laporan ini

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan.

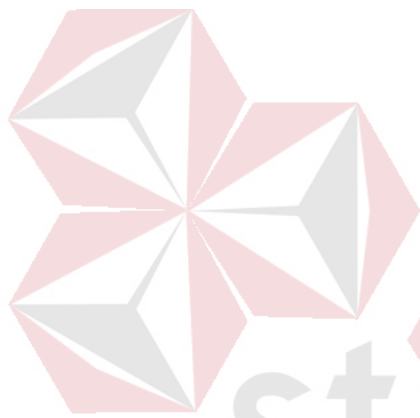


Surabaya, 20 Desember 2017

Sasono Handito Vadly

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA



DAFTAR ISI

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Masalah	4
1.5 Manfaat Masalah	4
1.6 Pelaksanaan	5
1.7 Sistematika	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1 Museum Sepuluh Nopember	7
2.2 Visi.....	8
2.3 Misi	9
2.4 Struktur Organisasi.....	9
2.4.1 Kepala Unit Pelaksanaan Teknis Dinas	9
2.4.2 Kepala Sub Bagian Tata Usaha	10
2.4.3 Kelompok Jabatan Fungsional.....	11
BAB III LANDASAN TEORI.....	12
3.1 Video <i>Motion Graphic</i>	12
3.1.1 Definisi Video Motion Graphic	12
3.2 Media Promosi	14
3.2.1 Definisi Media Promosi.....	14
3.3 Strategi Media Promosi	15
3.3.1 ATL (<i>Above The Line</i>).....	15
3.3.2 BTL (<i>Below The Line</i>).....	16
3.2 Elemen Dasar Desain	16
3.2.1 Garis	16
3.2.2 Bentuk	17

3.2.3	Warna	17
3.2.4	Ruang	17
3.2.5	Tekstur	17
3.2.6	Ukuran.....	18
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN		19
4.1	Penjelasan Pekerjaan	19
4.2	Penentuan Konsep	19
4.2.1	Infografis.....	19
4.2.2	Motion Graphics.....	21
4.3	Perancangan Karya.....	23
4.3.1	Sketsa Storyboard.....	23
4.4	Penentuan Software.....	25
4.4.1	Adobe Illustrator	25
4.4.2	Adobe After Effect	26
4.4.3	Adobe Premiere Pro CC 2017	27
4.5	Implementasi Karya	30
BAB V PENUTUP.....		39
5.1	Kesimpulan	39
5.2	Saran	40
DAFTAR PUSTAKA.....		41
DAFTAR LAMPIRAN.....		42
BIODATA PENULIS.....		51



DAFTAR GAMBAR

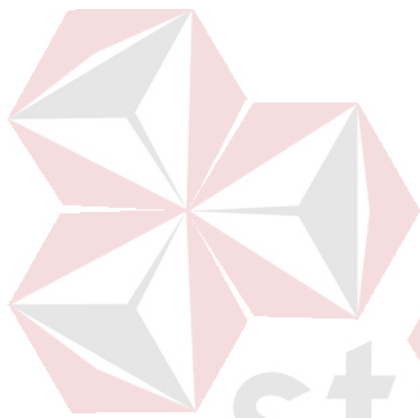
INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Museum Sepuluh Nopember	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	9
Gambar 4.1 Skema Perancangan Karya	23
Gambar 4.2 Sketsa Storyboard Video <i>Motion Graphics</i>	24
Gambar 4.3 Scene 1	30
Gambar 4.4 Scene 2	31
Gambar 4.5 Scene 3	32
Gambar 4.6 Scene 4	33
Gambar 4.7 Scene 5	34
Gambar 4.8 Scene 6	35
Gambar 4.9 Scene 7	36
Gambar 4.10 Scene 8	37
Gambar 4.11 Scene 9	38





DAFTAR LAMPIRAN

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1, Surat Keterangan Kerja Praktik	42
Lampiran 2, Form KP-5	43
Lampiran 3, Form KP-5	44
Lampiran 4, Form KP-6	45
Lampiran 5, Form KP-6	46
Lampiran 6, Form KP-6	47
Lampiran 7, Form KP-7	48
Lampiran 8, Form KP-7	49
Lampiran 9, Form KP-6 Karu Bimbingan	50
BIODATA PENULIS	51





BAB I
PENDAHULUAN

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah industri pariwisata di Indonesia memiliki potensi yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan negara Indonesia memiliki beberapa tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi. Bidang pariwisata diyakini sanggup menyediakan pertumbuhan ekonomi secara cepat dalam hal pendapatan, taraf hidup, dan berbagai sektor lainnya. Selain itu juga, tempat pariwisata yang ada di Indonesia memiliki ciri khas tersendiri yang dapat menambah daya tarik dan memikat para turis mancanegara maupun domestik untuk mengunjunginya.

Kota Surabaya merupakan salah satu destinasi wisata yang patut dikunjungi. Surabaya lebih di kenal oleh masyarakat sebagai kota pahlawan, pariwisata kota surabaya seharusnya mampu memunculkan identitas pariwisata yang terkait dengan pariwisata sejarah. Banyak bangunan bersejarah yang terdapat di Kota Surabaya di antaranya tugu pahlawan, jembatan merah, gedung niaga, gedung RRI dan lain sebagainya yang merupakan ikon sejarah dari Surabaya.

Menurut Harian Birawa, kota Surabaya belum menjadi tujuan favorit wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya publikasi tempat dan media promosi yang bisa menunjang wisatawan agar datang ke destinasi yang di tuju. Selain itu, Kepala Disbudpar Jatim, Jarianto menyatakan bahwa banyak objek wisata Surabaya

yang tidak terurus dengan baik. Apalagi Kota Surabaya dikenal sebagai kota Pahlawan yang mempunyai banyak sekali sejarah yang dapat dikenalkan kembali kepada masyarakat, Tugu Pahlawan adalah salah satunya yang sering dikunjungi oleh para wisatawan. Hal ini terjadi dikarenakan bangunan ini merupakan berkumpulnya semua dokumentasi sejarah kota Surabaya. Namun meskipun banyak wisatawan yang berkunjung ke Tugu Pahlawan akan tetapi publikasi dan media promosi dari Tugu Pahlawannya sendiri pun masih sangat minim (Agustiono 2017:7).

Sehingga dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa Tugu Pahlawan membutuhkan media promosi yang bisa menjelaskan dan memperkenalkan ke wisatawan domestik maupun mancanegara. Sebelumnya Tugu Pahlawan masih menggunakan brosur sebagai pengenalan akan tetapi media brosur ini dianggap kurang optimal. Oleh karena itu, tujuan dari kerja praktik ini adalah untuk mampu memberikan asumsi pada Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Surabaya dalam media promosi melalui video *motion graphic*. Dengan mengikuti perkembangan arus jaman pada era globalisasi serta meningkatkan kualitas diatas, Video *motion graphic* beserta aplikasinya sekaligus menjadi sarana informasi. Karena komponen-komponennya membantu para wisatawan dengan menyediakan informasi seputar Tugu Pahlawan. Sehingga informasi tersebut bisa mudah diingat karena media promosi yang unik dan tidak membosankan berupa video *motion graphic*.

Promosi berasal dari bahasa Inggris “*promote*” yang berarti meningkatkan atau mengembangkan. Promosi adalah segala macam bentuk

komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan, (Zimmerer (2002). Definisi video menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang disusun oleh Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (1989 : 609) “Video adalah bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi atau rekaman gambar hidup; rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi”.

Dalam video *motion graphic* semua informasi dapat dengan cepat untuk dipahami, karena media yang disampaikan berupa visual dan audio. Dengan video *motion graphic* tersebut dapat akan mudah di implementasikan di berbagai media terutama media digital, seperti youtube, website official perusahaan, sosial media, dan sebagainya. Selain menyampaikan semua informasi mengenai perusahaan, video *motion graphic* bisa dijadikan media promosi untuk meningkatkan brand awarness dari Tugu Pahlawan. Dengan video *motion graphic* tersebut mempermudah masyarakat untuk bisa tahu segala informasi yang ada di Tugu Pahlawan Surabaya.

Hal inilah yang menjadi acuan dalam pembuatan laporan kerja praktek yakni dengan proyek Perancangan Video *Motion Graphics* Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu Bagaimana Menciptakan Video *Motion Graphics* Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Sebagai Media Promosi ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dapat diambil dari rumusan masalah yaitu hanya terbatas pada pembuatan video *motion graphics*.

- Durasi selama 90 detik, objek video berupa vector digital dan animasi 2D.

1.4 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah di atas, tujuannya, yaitu untuk membuat Video *Motion Graphics* Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Sebagai Media Promosi.

1.5 Manfaat Masalah

Manfaat yang diperoleh dari kerja praktik ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil laporan kerja praktik ini dapat menjadi referensi atau kajian teoritis khususnya dalam bidang video bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual.
- b. Hasil laporan kerja praktik ini dapat menjadi acuan bagi masyarakat khususnya dalam bidang keilmuan video dan animasi 2D.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil laporan kerja praktik ini dapat diaplikasikan langsung oleh Tugu Pahlawan Surabaya

- b. Hasil laporan ini bermanfaat bagi perusahaan khususnya pada media promosi.

1.6 Pelaksanaan

Pelaksanaan Kerja Praktik

Tempat : UPTD Tugu Pahlawan Surabaya – Jawa Timur

Alamat : Jl. Pahlawan

Waktu : 03 Juli 2017 sampai dengan 12 Agustus 2017

1.7 Sistematika

Penulisan Di dalam penyusunan laporan ini secara sistematis diatur dan disusun dalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub. Adapun urutan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan yang terbagi menjadi dua yaitu tujuan utama serta tujuan khusus, manfaat yang terbagi menjadi dua yaitu secara teoritis dan praktis, pelaksanaan kerja praktik dan sistematika penulisan laporan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum tentang UPTD Tugu Pahlawan secara umum, visi dan misi, struktur organisasi.

BAB III : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi konsep dasar atau teori-teori yang terkait dengan judul yang diambil penulis, dengan mengambil data-data dari buku– buku

referensi yang berguna untuk memecahkan masalah yang terjadi di dalam UPTD Tugu Pahlawan.

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab keempat ini merupakan hasil implementasi karya dan penjelasan tentang makna yang ada di dalam karya tersebut yang berasal dari latar belakang masalah pada bab ke satu.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari pembuatan video *motion graphic* sebagai media promosi pada UPTD Tugu Pahlawan.





BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

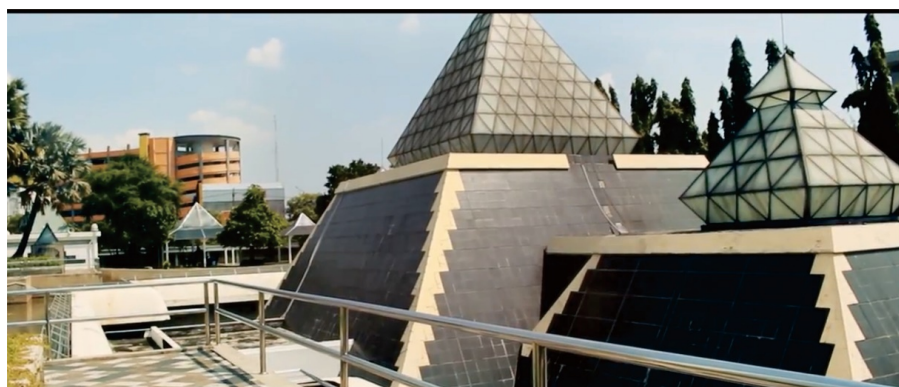
2.1 Museum Sepuluh Nopember

Museum Sepuluh Nopember merupakan museum yang didirikan sebagai bentuk kenangan atas keberanian arek-arek surabaya pada pertempuran yang menimbulkan ratusan hingga ribuan orang gugur pada tanggal 10 November

1945. Museum yang di resmikan pada tahun 2000 dan di bangun pada tahun 1998 yang berlokasi di dekat Tugu Pahlawan.

Museum Sepuluh Nopember memiliki koleksi senjata rampasan tentara Jepang pada era penjajahan Jepang, serta memiliki rekaman asli pidato bung tomo yang berapi – api membangkitkan semangat perjuangan melawan penjajah kepada seluruh warga Indonesia khususnya warga Surabaya. Museum 10 Nopember juga mempunyai koleksi pribadi dari bung tomo antara lain buku harian bung tomo , bendera bataleon 1, gelas sovenir dari pertemuan di semarang.

Mesuem Sepuluh Nopember ingin memberitahukan kepada masyarakat tentang jangan sekali kali melupakan jasa para pahlawan, dengan menggambarkan situasi kota Surabaya yang telah di hancurkan, dijajah, dan dirampas hak – hak warga surabaya, serta menggambarkan semangat masyarakat Surabaya dalam meraih kemerdekaan atas penjajahan, dengan bermodal doa, bambu runcing, dan senjata rampasan warga surabaya tidak gentar melawan tentara penjajah yang di senjatai lengkap.



Gambar 2.1 Museum Sepuluh Nopember.
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Nama Instansi pemerintahan : Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh

Nopember Surabaya

Alamat : Jl. Pahlawan Surabaya

Kelurahan : Alun- alun Contong

Kecamatan : Bubutan

Kota : Surabaya

Kode Pos : 60174

Telepon Kantor : (031) 3571100

Nomor Fax : (031) 3571100

Email : museumsepuluhnopember@yahoo.com

2.2 Visi

Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember sebagai tempat tujuan wisata nyaman dan berbudaya.

2.3 Misi

1. Melestarikan sejarah dan budaya bangsa Indonesia
2. Meningkatkan daya tarik wisata dengan kreasi, inovasi dan inisiasi
3. Mengembangkan sarana dan prasarana
4. Meningkatkan wisatawan domestik maupun internasional

2.4 Struktur Organisasi

UPTD TUGU PAHLAWAN,
MUSEUM, BALAI PEMUDA, DAN
TAMAN HIBURAN RAKYAT



Tabel 2.1 Struktur Organisasi

2.4.1 Kepala Unit Pelaksanaan Teknis Dinas

Berdasarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 82 Tahun 2016 pasal 6, Kepala UPTD memiliki tugas sebagai berikut:

1. Pelaksanaan penyusunan rencana program.
2. Pelaksanaan pengelolaan dan pemeliharaan Balai Pemuda, Gedung Nasional Indonesia, Tugu Pahlawan, Museum Sepuluh Nopember, dan Taman Hiburan Rakyat.
3. Pelaksanaan fasilitasi dan pelayanan Balai Pemuda, Gedung Nasional Indonesia, Tugu Pahlawan, Museum Sepuluh Nopember, dan Taman Hiburan Rakyat.
4. Pemrosesan administrasi perizinan/ rekomendasi terkait pemanfaatan sarana dan prasarana Balai Pemuda, Gedung Nasional Indonesia, Tugu Pahlawan, Museum Sepuluh Nopember, dan Taman Hiburan Rakyat.
5. Pelaksanaan pemungutan retribusi dan pendapatan lain serta menyetorkan ke kas umum Daerah.

6. Pelaksanaan urusan keuangan , kepegawaian, rumah tangga dan UPTD.
7. Pelaksanaan ketatausahaan UPTD.
8. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas.
9. Pelaksanaan tugas- tugas lain yang diberikan oleh kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

2.4.2 Kepala Sub Bagian Tata Usaha

Berdasarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 82 Tahun 2016

Pasal 7, Kepala Sub Bagian Tata Usaha memiliki tugas sebagai berikut:

1. Menyusun perencanaan dan Kegiatan Operasional
2. Melakukan urusan administrasi umum, keuangan, rumah tangga, perlengkapan dan peralatan
3. Melaksanakan kebersihan, keamanan dan ketertiban
4. Melaksanakan administrasi kepegawaian
5. Melaksanakan pembinaan organisasi dan ketatalaksanaan
6. Melaksanakan koordinasi penyusunan laporan kegiatan
7. Melaksanakan tugas- tugas lain yang diberikan oleh kepala UPTD sesuai dengan tugas dan fungsinya

2.4.3 Kelompok Jabatan Fungsional

1. Berdasarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 82 Tahun 2016
Pasal 8, Kelompok jabatan fungsional adalah sebagai berikut: Walikota berwenang untuk menetapkan kelompok jabatan fungsional pada UPTD sebagaimana dimaksud dalam pasal 4 ayat (1 huruf c)

2. Kelompok jabatan fungsional sebagaimana dimaksud pada ayat (1), terdiri atas sejumlah tenaga dalam jabatan fungsional keahlian dan jabatan fungsional keterampilan
3. Jenis, Jenjang dan jumlah jabatan fungsional ditetapkan oleh walikota berdasarkan kebutuhan dan beban kerja, sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.





BAB III
LANDASAN TEORI

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Video *Motion Graphic*

3.1.1 Definisi Video Motion Graphic

Motion graphic adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music. Penggunaan *motion graphic* yang umum adalah sebagai *title sequence* (adegan pembuka) film atau serial TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar-putar di sebuah siaran, dan dengan adanya internet, animasi berbasis web, dll.

Menurut Ahli Teori Perfilman Michael Betancourt, dalam artikelnya yang berjudul *The Origins of Motion Graphics*, yang terdapat di Cinegraphic pada tanggal 6 Januari 2012, *motion graphic* adalah media yang menggunakan rekaman video dan / atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia. *Motion graphic* biasanya ditampilkan melalui teknologi media elektronik, tetapi dapat ditampilkan melalui petunjuk didukung teknologi (misalnya *thaumatrope*, *phenakistoscope*, *stroboscope*, *zoetrope*, *praxinoscope*, dan *flip book* juga). Istilah ini berguna untuk membedakan *still graphics* dari grafis

dengan penampilan yang berubah dari waktu ke waktu (*transforming graphics*).

Motion graphic telah melampaui metode-metode seperti *footage frame-by-frame* dan animasi. *Motion graphic* ini mampu mengkalkulasikan dan mengacak perubahan dalam sebuah citra untuk menciptakan ilusi akan gerakan dan transformasi. Animasi komputer mampu menggunakan ruang informasi lebih kecil (memori komputer) dengan *tweening* secara otomatis, proses *rendering* perubahan-perubahan utama sebuah citra dalam sebuah waktu yang ditentukan. Hal tersebut disebut sebagai *keyframe*. Program *Adobe Flash* contohnya, menggunakan animasi komputer *tweening* juga animasi *frame-by-frame* dan video.

Karena tidak ada definisi *motion graphic* yang diterima secara universal, bentuk awal bidang tersebut masih diperdebatkan. Ada presentasi yang dapat diklasifikasikan sebagai *motion graphic* pada awal 1800-an. Michael Betancourt adalah orang yang pertama kali menulis survei mendalam sejarah *motion graphic*, menyatakan bahwa akar *motion graphic* adalah *visual music* dan film abstrak tahun 1920-an oleh Walther Ruttmann, Hans Richter, Viking Eggeling, dan Oskar Fischinger.

Salah satu penggunaan pertama dari istilah "*motion graphic*" adalah dengan animator John Whitney, yang pada tahun 1960 mendirikan sebuah perusahaan bernama *Motion Graphics Inc*. Saul Bass adalah pelopor utama dalam pengembangan judul urutan film. Karyanya termasuk urutan judul untuk film-film populer seperti *The Man With The Golden Arm* (1955), *Vertigo* (1958), *Anatomy of a Murder* (1959), *North*

by *Northwest* (1959), *Psycho* (1960), dan *Advise & Consent* (1962). Desain nya yang sederhana, namun efektif dikomunikasikan suasana film.

Motion graphic Design adalah sebuah subset dari Multimedia yang menggunakan elemen grafis dan prinsip-prinsip desain grafis dalam konteks pembuatan film atau produksi video melalui animasi atau teknik perfilman lainnya. Contohnya adalah tipografi kinetik dan grafis-grafis yang sering terlihat dalam sebuah pembukaan (*title sequence*) film, atau *opening sequence* untuk serial TV, juga animasi *web-based*, bahkan hingga logo 3D stasiun TV yang kerap dipakai dalam sebuah saluran TV (contohnya: Ikan Indosiar). Meski *motion graphic* design telah ada selama beberapa dekade, akhir-akhir ini dengan majunya teknologi maka *motion graphic design*-pun telah mengalami kemajuan yang eksponensial dalam konteks kemitakhiran teknis. Berisikan penjelasan tujuan berkarya dan/atau perancangan termasuk prosedur identifikasi gagasan dan penetapan konsep.

3.2 Media Promosi

3.2.1 Definisi Media Promosi

Media Promosi adalah sarana mengkomunikasikan suatu produk atau jasa atau *brand* atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas. Dimana dengan promosi ini diharapkan seseorang bisa mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan diri pada suatu barang/jasa/produk/*image*/perusahaan yang menjadi sasarannya. Salah satu bagian penting dari promosi adalah menentukan media promosi yang paling tepat. Misalnya surat kabar, televisi, radio, majalah, dan lain-lain.

Dalam perancangan ini, media promosi berperan penting, karena media promosi dapat mengangkat atau mengenalkan suatu produk kepada masyarakat Indonesia terutama pada kawasan Jawa Timur. Dengan adanya media promosi dapat menyadarkan khayalak masyarakat, bahwa Tugu Pahlawan layak untuk dikunjungi atau menjadi destinasi wisata yang menarik di daerah Pasuruan. Menurut Sitohang (2008: 116) dalam penelitian Promosi Kepariwisata dan Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menyatakan bahwa publisitas yang dilakukan akan membawa pengaruh besar bagi peningkatan kunjungan wisatawan.

3.3 Strategi Media Promosi

3.3.1 ATL (*Above The Line*)

Menurut website bitebrands.co *Above The Line* (ATL) adalah aktifitas marketing/promosi yang biasanya dilakukan oleh manajemen pusat sebagai upaya membentuk *brand image* yang diinginkan. *Above The Line* masuk ke dalam kategori kegiatan pemasaran yang dikenai komisi biro iklan dan dimasukkan ke dalam *cost of sales* yang nantinya akan mengurangi laba kotor yang dimiliki atau *gross profit*. Dalam iklan ATL untuk target *audience* lebih luas dikarenakan media yang digunakan seperti media cetak dan elektronik dapat melintasi batas-batas geografis. Contoh media yang digunakan ATL biasanya menggunakan televisi, radio, media cetak (koran, majalah, dan lain-lain).

3.3.2 BTL (*Below The Line*)

Menurut website bitebrands.co *Below The Line* (BTL) adalah segala aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan di tingkat retail/konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen supaya *aware* dengan produk kita. Contohnya; program bonus/hadiah, *event*, pembinaan konsumen, dan lain-lain. Aktifitas ini biasanya dilakukan oleh kantor perwakilan di daerah yang menjadi area pemasarannya. *Below The Line* adalah bentuk iklan yang tidak disampaikan atau disiarkan melalui media masa, dan biro iklan tidak memungut komisi atas penyiaran/pemangannya. Kegiatan promosi *Below The Line* (BTL) suatu *brand* paling banyak dilakukan melalui *event*. Dengan *event* konsumen berhubungan langsung dengan *brand*, sehingga bisa terjadi komunikasi antara *brand* dengan konsumen. Contoh media dalam *Below The Line*: leaflet, brosur atau *booklet*, katalog, *backdrop*, *name tag*, dan lain-lain.

3.2 Elemen Dasar Desain

3.2.1 Garis

Garis adalah sebuah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik dengan titik yang lainnya sehingga tergambarlah sebuah garis dengan bentuk lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Mampu membuat keteraturan, mengarahkan pandangan dan memberikan kesan bergerak serta memiliki karakter tertentu. Penggunaan garis dapat diaplikasikan dalam pembuatan grafik atau bagam.

3.2.2 Bentuk

Bentuk adalah seperangkat garis yang ditempatkan berdekatan, memiliki diameter, tinggi dan lebar. Ini merupakan obyek 2 (dua) dimensi. Berdasarkan sifatnya, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu huruf, simbol, dan bentuk nyata (*form*).

3.2.3 Warna

Warna merupakan media paling akhir dalam komunikasi simbolik dan yang terpenting. Warna dibagi menjadi dua *section*, warna yang timbul karena sinar (RGB) dan warna yang dibuat dalam unsur tinta atau cat (CMYK). Dengan warna desainer dapat menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau menarik perhatian serta menegaskan sesuatu.

3.2.4 Ruang

Ruang adalah jarak yang memisahkan antar sesuatu. Biasanya digunakan memisahkan atau menyatukan elemen *layout*. Ruang juga berfungsi sebagai tempat istirahat bagi mata. Dalam bentuk fisiknya, pengidentifikasi ruang digolongkan menjadi dua unsur, yaitu objek (*figure*) dan latar belakang (*background*).

3.2.5 Tekstur

Tekstur merupakan sebuah visualisasi dari permukaan yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Pada prakteknya, tekstur sering dikategorikan sebagai corak dari suatu permukaan benda. Tekstur dapat menambah dimensi dan kekayaan sebuah *layout*, menegaskan atau membawa ke dalam sebuah rasa/emosi tertentu.

3.2.6 Ukuran

Ukuran adalah seberapa besar atau kecil sesuatu hal. Perbandingan ukuran satu bentuk terhadap bentuk lainnya. Dengan menggunakan elemen ini kamu dapat menciptakan kontras dan penekan (emphasis) pada obyek desain, sehingga orang akan tahu sisi menarik atau menonjol dari desain itu dan melihatnya terlebih dahulu.





BAB IV
DESKRIPSI PEKERJAAN

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Sebelum melakukan penentuan konsep serta sketsa, perlu adanya sebuah riset dalam pembentukan kata kunci yang akan digunakan untuk penentuan desain melalui hasil *brainstorming* yang dilakukan. Setelah menemukan kata kunci, lalu penentuan konsep dengan mengikuti bentukan dari unsur kata kunci yang ditemukan tersebut. Hingga pada proses implementasi media yang akan digunakan dalam bentuk video.

4.2 Penentuan Konsep

Konsep merupakan dasar utama dalam membuat perancangan desain sebagai acuan pembuatan sebuah desain (<http://sir.stikom.edu>). Dalam pembuatan video *motion graphics* Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember konsep perancangan dibentuk melalui data-data yang telah diperoleh dari perusahaan, sehingga konsep yang diangkat dalam pembuatan video *motion graphics* Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember adalah infographic dan media interaktif.

4.2.1 Infografis

Infografis berasal dari kata Infographics dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari Information + Graphics adalah bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat.

Grafik informasi atau lebih dikenal dengan istilah infografis adalah salah satu bidang yang berkembang pesat dalam media massa setelah desainer dapat mengkombinasikan antara informasi dari ranah berita ke piranti lunak komputer yang mutakhir untuk menjelaskan cerita yang tidak dapat diceritakan oleh teks dan foto.

Perkembangan infografis yang luar biasa ini adalah sederhana, karena infografis seringkali dapat menjelaskan cerita yang terlalu membosankan jika dijelaskan melalui kata-kata dan tidak lengkap jika dijelaskan melalui foto saja. Penggunaan infografis dapat diaplikasikan dalam presentasi, laporan tahunan, konten penelitian, blog, dan newsletter. Ini akan membuat orang tertarik karena ia memberi tahu mereka cerita menggunakan elemen visual yang akan menjaga kepentingan mereka menyediakan mereka dengan informasi yang dapat diserap dalam sekejap. Sebagai konsumen kita ingin angka dan statistik untuk mendukung informasi yang kita baca, tapi konsumen ingin pula angka dan statistik tersebut menjadi visual menarik dan tidak selalu berbasis teks. Sebuah infografis memberikan kemudahan bagi pembaca. Sebagian besar orang adalah pelajar visual, sehingga infografis menguntungkan mereka dan manfaat jangka panjang bisnis.

Infografis dapat dimanfaatkan untuk belajar, marketing, presentasi, dan masih banyak lainnya. 40% orang lebih mudah merespon informasi secara visual dibandingkan tekstual. 12% infografis dapat menaikkan traffic website. (<http://www.erickazof.com/apa-itu-infografis/>, diakses 25 November 2014).

Perlu dipahami bahwa: Infographic adalah teknik menyajikan informasi secara visual/grafis, sehingga mudah dipahami oleh pembaca. Banyak orang salah mengartikan dengan menyebut kata infografik adalah karena pada infografis sering terlihat ada grafik (chart) apapun itu grafik batang/pie chart. Padahal infographic sendiri itu masih sangat luas daripada hanya sekedar chart. Kemungkinan lainnya adalah orang menyebutkan kata infographic (dalam Bahasa Inggris) secara lisan, lalu terdengar sebagai Infografik dalam Bahasa Indonesia.

Kata graphic dalam kata Infographic itu berarti visual, gambar, yang jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia adalah grafis, bukan grafik. Sama seperti penulisan yang benar adalah desain grafis, bukan desain grafik. Metode estetika yang digunakan untuk mengkaji nilai estetis sebuah infografis dari ragam hias, tema, pola, pengolahan data, komposisi, ilustrasi. Ikonografi juga merupakan persoalan ikon yang memperkatakan mengenai objek dan makna. Di dalam sebuah infografis data teks yang sudah ada diilustrasikan dalam bentuk simbol yang mempunyai makna. Representasi visual (ilustrasi/fotografi) mempunyai kekuatan menarik atensi secara langsung dan memiliki peran persuasi visual yang besar dalam tampilan suatu infografis.

4.2.2 Motion Graphics

Motion graphics adalah salah satu kategori dalam animasi yang membuat animasi dengan banyak unsur desain dalam tiap-tiap komponennya. Dalam sebuah motion graphics membutuhkan proses yang panjang meliputi preproduksi, produksi dan pasca produksi. Preproduksi

sendiri memiliki peranan penting agar tahapan selanjutnya dapat memberikan guidance atau petunjuk untuk proses produksi atau proses pengerjaan animasi. Preproduksi mencakup riset, pembuatan cerita, script, screenplay, karakter, environment disain dan storyboard. Melalui storyboard ini akan ditentukan angle kamera, blocking, set, dan banyaknya peran pembantu yang terlibat dalam sebuah scene. Storyboard juga berguna sebagai acuan produksi dalam melakukan rekaman atau pembuatan tiap scene secara berurutan atau sesuai prioritas yang efisien.

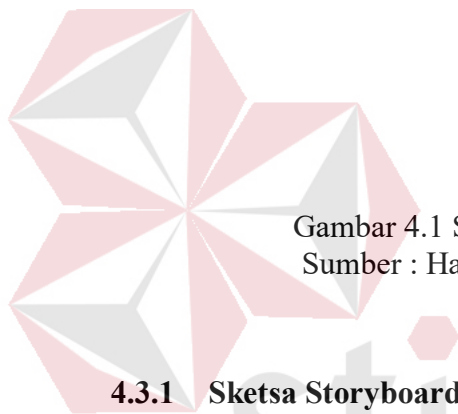
Contoh yang digunakan adalah pembuatan iklan menggunakan animasi motion graphic dimana storyboard memiliki peranan penting sebagai blueprint setiap adegan dan memberikan petunjuk untuk melakukan transisi gerakan, layout, blocking, serta mendefinisikan gerakan kamera yang semuanya harus dilakukan berkala dalam produksi animasi. Melakukan perencanaan dahulu sebelum membuat animasi atau motion graphic akan membuat pekerjaan lebih teratur, rapi, dan lebih efisien dalam waktu pengerjaannya.

4.3 Perancangan Karya

Setelah mengetahui konsep yang dipakai untuk perancangan karya, maka dilakukanlah tahap perancangan karya. Dimulai dari pencarian referensi video *motion graphics* Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember yang ingin digunakan yang sesuai dengan konsep lalu diakhiri dengan pembuatan video *motion graphics*.

DATA

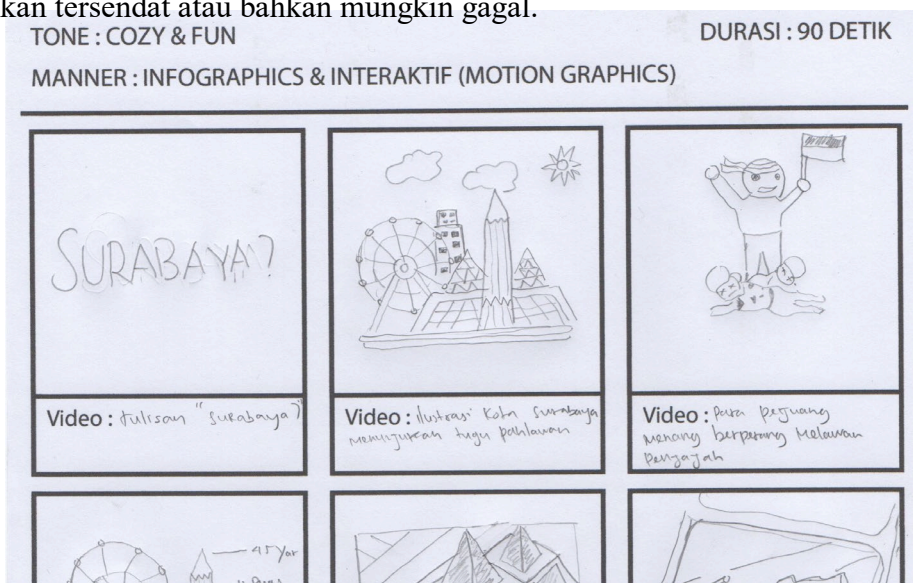
BRAINSTORMING



Gambar 4.1 Skema Perancangan Karya
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

4.3.1 Sketsa Storyboard

Pembuatan konsep storyboard dan rancangan efek sound dan sudut angle kamera dan juga durasi setiap scene. Menurut Cristiano (2005), *Storyboard* digunakan untuk mengurangi beban waktu dan biaya bagi sang produser. Bayangkan betapa rumitnya sebuah proyek besar yang tidak terencana, tentu akan mengakibatkan kelangsungan pengerjaan proyek itu akan tersendat atau bahkan mungkin gagal.





Gambar 4.2 Sketsa Storyboard Video *Motion Graphics*
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Setelah membuat storyboard dengan beberapa alternative scene, selanjutnya di buat threatment dengan tujuan untuk menjelaskan detail cerita.

4.4 Penentuan Software

Setelah pembuatan sketsa story board, setelah itu melakukan pembuatan video *motion graphics* sesuai dengan storyboard yang ada. Proses pembuatan

pertama melalui Adobe Illustrator CC 2015 yang berbentuk vector dan melanjutkan pada proses penggabungan yang menggunakan aplikasi Adobe After Effect CC 2017. Proses penggabungan ini dilakukan untuk membuat sebuah objek yang berbentuk vector dan dijadikan satu kesatuan agar menjadi sebuah video *motion graphics*.

Dalam mengaplikasikan sebuah video *motion graphics* maka perlu ditambahkan *background music*, yang dibuat di Adobe Premiere Pro CC 2017.

4.4.1 Adobe Illustrator

Merupakan perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang dikhususkan untuk editor grafis vektor terkemuka, pengeditan foto atau gambar dan pembuatan efek

Sama seperti dengan Adobe Photoshop, Adobe Illustrator memiliki hubungan erat dengan beberapa perangkat lunak penyunting media, animasi, dan authoring buatan Adobe lainnya. Kompatibilitas dengan Inkscape, format asli Inkscape adalah SVG, yang didukung oleh AI, namun dua implementasi tidak 100% kompatibel. Inkscape juga ekspor ke PS , EPS dan PDF, format yang dapat mengenali Illustrator.

1. Kelebihan

- a. Mudah diintegrasikan dengan software Adobe yang lain.
- b. Untuk pengerjaan ilustrasi sangat bertenaga dan ringan.
- c. Fitur lengkap, seperti palet layar di Adobe Photoshop yang sering digunakan desainer grafis untuk mengkoordinasi layar.
- d. Memiliki beberapa efek yang ada di photoshop.
- e. Dapat membuka file-file besar, tanpa ada gejala lag.

- f. Kualitas warnanya sangat baik, warna output di monitor dengan print outnya hampir mendekati sama.
- g. Warna tampilan interface yang menarik.

4.4.2 Adobe After Effect

Adobe After Effects adalah salah satu software compositing yang populer dan telah digunakan secara luas dalam pembuatan video, multimedia, film dan web. After Effects terutama dipakai dalam penambahan efek khusus seperti efek petir, hujan, salju, ledakan bom, dan efek khusus lainnya.

After Effects telah membantu para praktisi perfilman Hollywood dalam menghasilkan film-film dengan efek khusus yang spektakuler. Spawn, Titanic, Deep Rising, The Jackal adalah beberapa judul film yang telah memanfaatkan potensi After Effects. Adanya kesamaan interface antara After Effects dengan keluarga Adobe yang lain seperti PhotoShop memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam pemakaiannya. Integrasi After Effects bersama dengan PhotoShop, Illustrator, dan Premiere akan menghasilkan karya yang sebelumnya sulit dibayangkan untuk diwujudkan. Pada versi terbarunya, After Effects CC memiliki fitur yang lebih memudahkan bagi para profesional dalam menghasilkan efek khusus yang inovatif namun dengan tengat waktu yang terbatas. Beberapa fitur yang terdapat di adobe after effects diantaranya :

1. Preset yaitu ukuran yang akan digunakan pada project (jika memilih preset maka akan mempengaruhi “Width And Height” secara

otomatis akan muncul sesuai yang dipilih) dan saat membuat project untuk tune televisi atau periklanan televisi maka harus menggunakan (PAL D1/DV Square Pix, 768 x 576), apabila untuk pembelajaran dapat menggunakan ukuran (Medium, 320 x 240) Pixel Aspect Ratio gunakan “Square Pixels”.

2. Frame Rate yaitu perhitungan frame per second yang memiliki arti, jika menggunakan 30 FPS berarti dalam satu detik menggunakan 30 gambar. Akan tetapi standart perfilman di Indonesia hanya menggunakan 25 FPS. Di Jepang juga menggunakan standart FPS yaitu 25 FPS untuk pembuatan film kartun.

4.4.3 Adobe Premiere Pro CC 2017

Adobe Premiere Pro adalah sebuah program penyunting Video berbasis non-linear editor (NLE) dari Adobe Systems. Itu adalah salah satu produk software dari Adobe Creative Suite, tetapi juga bisa dibeli sendirian. Bahkan kalau dibeli sendirian, itu termasuk Adobe Encore dan Adobe OnLocation. Walaupun yang dua versi pertama hanya tersedia untuk Windows, versi CS3 tersedia baik untuk Windows maupun Mac OS X. CS3 tersedia dalam Bahasa Inggris, Bahasa Perancis, Bahasa Jerman, Bahasa Jepang, Bahasa Italia, dan Bahasa Spanyol.

Adobe Premiere Pro merupakan program pengolah video pilihan bagi kalangan profesional, terutama yang suka bereksperimen. Program ini banyak digunakan oleh perusahaan Pembuatan Film/Sinetron, Broadcasting, dan Pertelevisian. Salah satunya adalah BBC dan The

Tonight Show. Adobe Premiere Pro sudah sering digunakan untuk film-film, seperti Dust to Glory, Captain Abu Raed,[4] dan Superman Returns dan untuk tempat lain seperti Confessions Tour oleh Madonna.

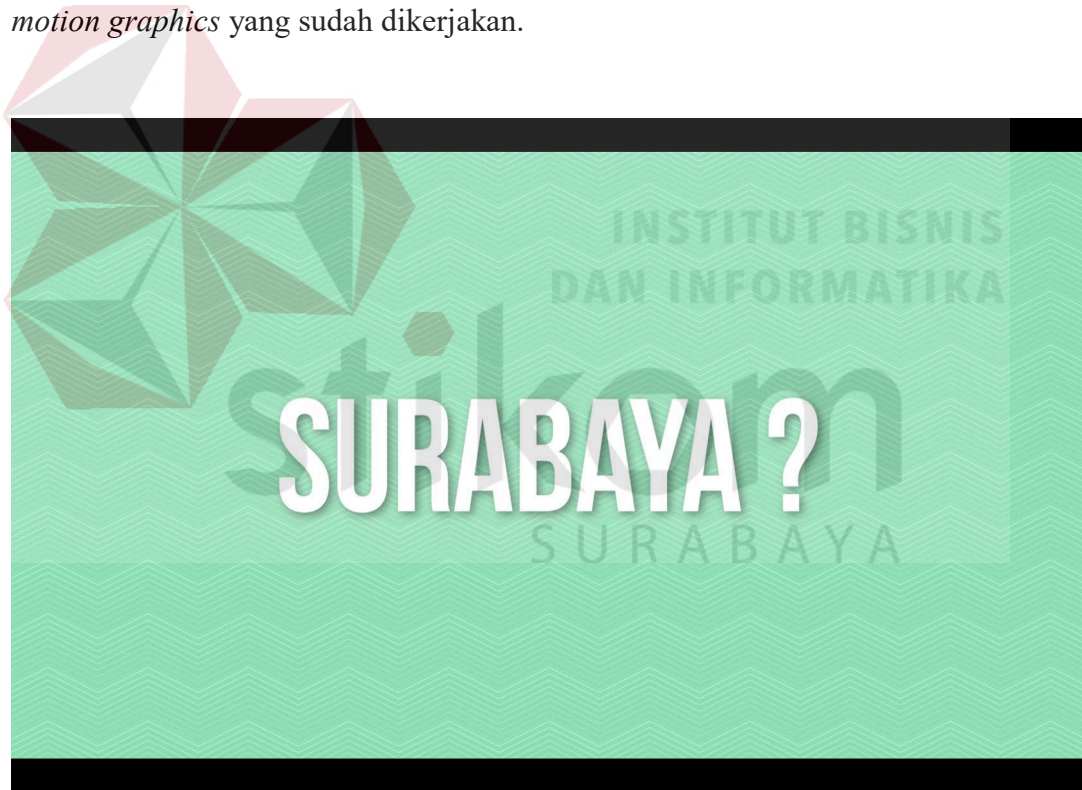
Adobe Premiere Pro memiliki sekitar 45 efek video dan 12 efek audio, yang bisa untuk mengubah pola tampilan dan menganimasikan klip video dan audio. Beberapa efek memerlukan kartu grafis yang berkualitas tinggi. Namun dari 45 efek itu, hanya 3 efek saja yang memerlukan kartu grafis kelas tinggi (misal. AMD atau NVIDIA) agar bisa diaplikasikan pada klip video. Anda juga bisa menambahkan produk efek dari pihak ketiga yang mendukung Adobe Premiere Pro. Disamping itu, Adobe Premiere Pro juga memiliki sekitar 30 macam transisi (perpindahan antar-klip) sehingga peralihan antara klip video satu ke klip video selanjutnya lebih dinamis. Sama seperti efek, beberapa transisi juga memerlukan kartu grafis yang berkualitas tinggi seperti AMD atau NVIDIA. Ada 5 transisi yang memerlukan kartu grafis AMD atau NVIDIA agar bisa diaplikasikan.

Adobe Premiere Pro memiliki fitur - fitur penting, antara lain Capture (perekam video) Monitor, Trim (alat pemotong klip) Monitor, dan Titler (Pembuat teks judul) Monitor. Pada efek-efek video Adobe Premiere Pro terdapat Keyframe seperti yang terdapat pada Adobe After Effects (cara menganimasikannya juga hampir sama). Pada Titler, anda bisa membuat teks judul/title dan mengubah properti dari teks itu seperti mengubah bentuk huruf, memberi dan mengubah warna, memberi kontur, garis luar (outline), membuat animasi pergerakan atau animasi

teks berjalan (roll and/or crawl), bisa juga untuk memberi shapes/bangun datar agar tampilan judul/teks video terlihat lebih menarik. Tahap terakhir adalah export/output/menyimpan proyek dalam bentuk video dan didistribusikan ke berbagai media yang bisa menampilkan format video.

4.5 Implementasi Karya

Berikut ini adalah hasil dari pengabungan elemen *motion graphics* yang telah dibuat dari Adobe Illustrator CC 2015 dan digabungkan untuk menjadi sebuah video di Adobe After Effect CC 2017. Berikut ini adalah scene video *motion graphics* yang sudah dikerjakan.



Gambar 4.3 Scene 1
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Sesuai dengan sketsa story board, pada scene pertama ini peneliti membuat teks dengan tulisan “SURABAYA” bertujuan untuk menunjukkan bahwa *video motion graphics* ini membahas sesuatu yang ada di kota Surabaya.



Gambar 4.4 Scene 2
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Pada scene ke 2 menunjukkan ilustrasi Tugu Pahlawan Surabaya, menceritakan betapa menariknya kota Surabaya dan langsung menuju pada Monumen Tugu Pahlawan Surabaya.



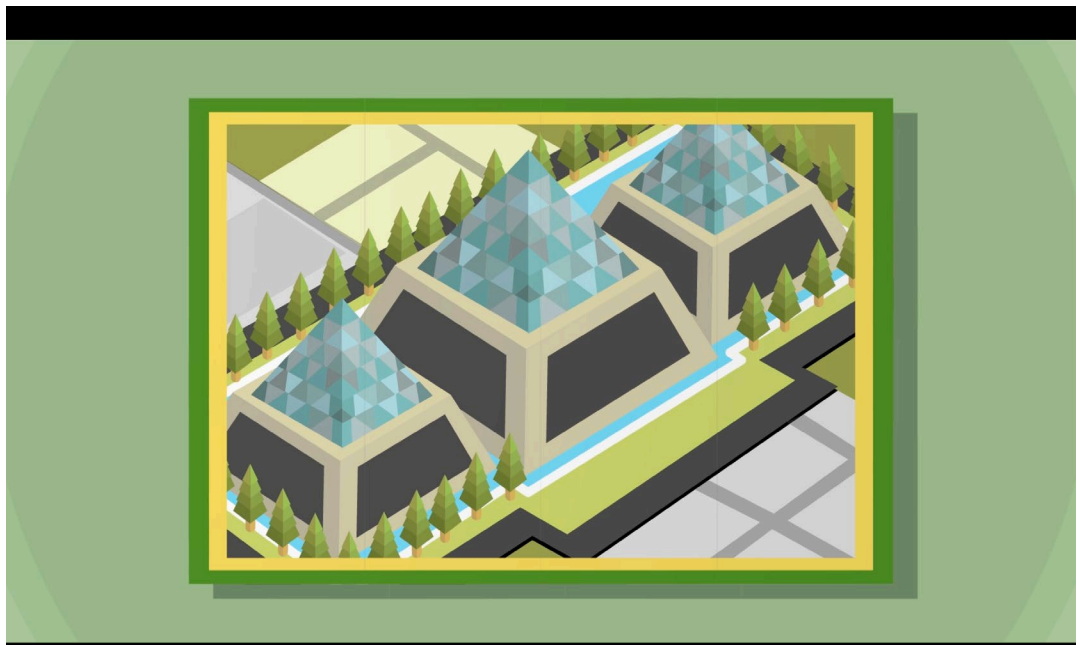
Gambar 4.5 Scene 3
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Scene ke 3 menunjukkan ilustrasi pada tanggal 10 November 1945 dari para pejuang yang berperang melawan penjajah. Pada karakter pejuang disimbolkan dengan Bambu Runcing yang menjadi suatu senjata pada saat perang melawan penjajah. Dan karakter penjajah digambarkan dengan karakter yang berpaikan tentara serta senjata api yang digunakan melawan pejuang dari kota Surabaya. Dan pada akhirnya pejuang dari kota Surabaya memenangkan perang tersebut.



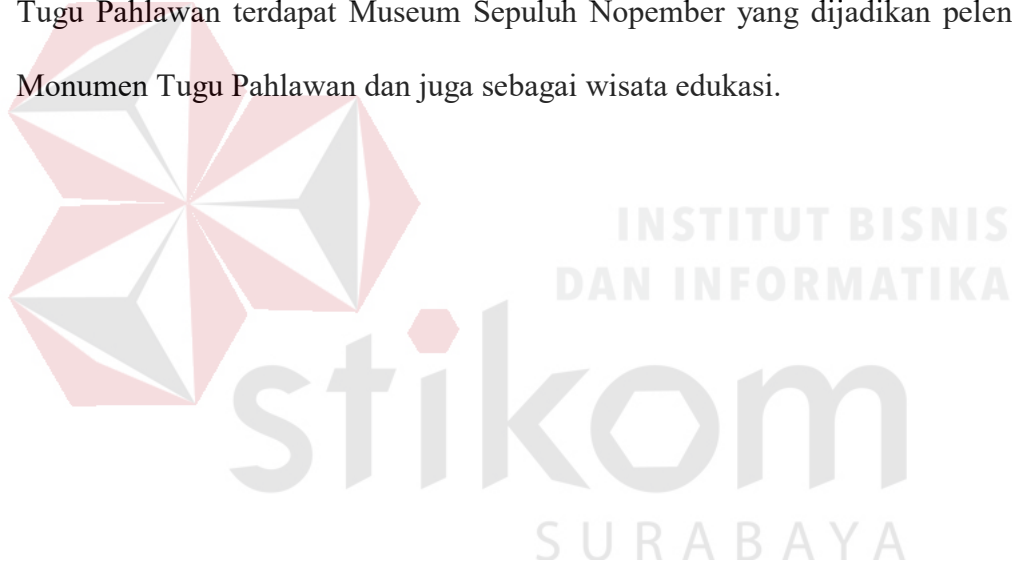
Gambar 4.6 Scene 4
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Pada scene 4 memberi informasi tentang bentuk Monumen Tugu Pahlawan secara detail, mulai dari Tinggi, Ruas dan Lengkungan.



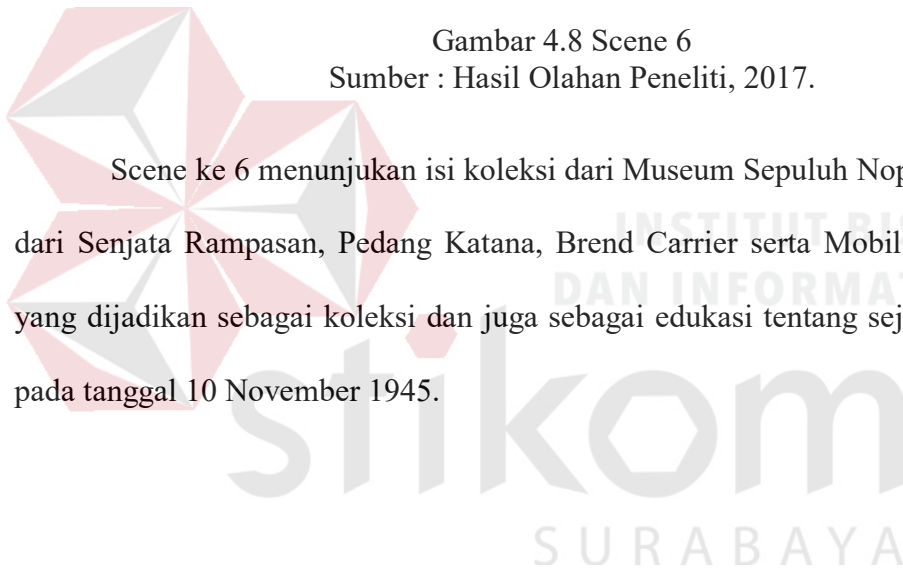
Gambar 4.7 Scene 5
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Scene ke 5 menunjukkan ilustrasi yang menunjukkan bahwa di Monumen Tugu Pahlawan terdapat Museum Sepuluh Nopember yang dijadikan pelengkap Monumen Tugu Pahlawan dan juga sebagai wisata edukasi.



Gambar 4.8 Scene 6
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Scene ke 6 menunjukkan isi koleksi dari Museum Sepuluh Nopember mulai dari Senjata Rampasan, Pedang Katana, Brend Carrier serta Mobil Bung Tomo yang dijadikan sebagai koleksi dan juga sebagai edukasi tentang sejarah perang pada tanggal 10 November 1945.





Gambar 4.9 Scene 7
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Scene ke 7 tidak jauh beda dari scene ke 6. Pada scene ke 7 juga menunjukkan koleksi yang ada di Museum Sepuluh Nopember.



Gambar 4.10 Scene 8
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Scene ke 8 menunjukkan ilustrasi Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember ditempatkan pada ilustrasi koran yang dijadikan sebagai pemanis dalam video *motion graphics* ini.



Gambar 4.11 Scene 9
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Scene ke 9 adalah scene terakhir yang menunjukkan logo dari Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember sebagai penutup dari video *motion graphics* Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember.



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA



BAB V

PENUTUP

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan implementasi, perancangan video *motion graphics* yang dibuat menggunakan Adobe Illustrator CC 2015, Adobe After Effect CC 2017 dan Adobe Premiere CC 2017 untuk penggabungan setiap potongan-potongan video yang telah dibuat. Dengan pemberian sound effect membuat video menjadi semakin hidup dan komunikatif. Teknik perancangan konsep storyboard, brainstorming, treatment sangat membantu dalam pembuatan video *motion graphics* UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember.

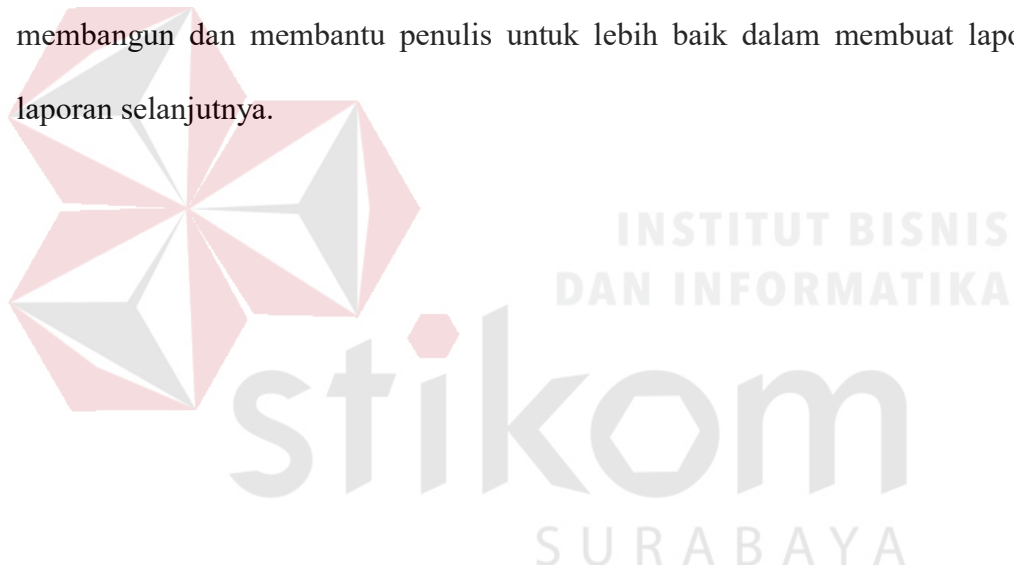
Dan dengan adanya laporan Kerja Praktek ini penulis dapat memahami bagaimana sebuah proses desain dalam sebuah lingkungan kerja yang professional, selain itu banyak hal yang dapat dipelajari dalam melaksanakan Kerja Praktek di UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Surabaya salah satunya yaitu kinerja dan proses pembuatan video *motion graphics*. Di dalam perancangan video *motion graphics* terdapat proses yang dilakukan selama kerja praktek, diantaranya mengerti akan detail proses riset dan penelitian, penentuan konsep, pembentukan storyboard, hingga perancangan video *motion graphics*.

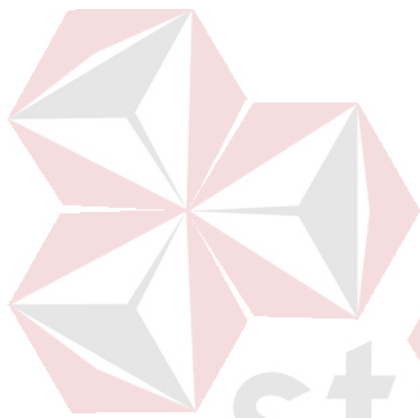
Terdapat perbedaan antara dunia kerja dengan dunia perkuliahan, karena kita semua yang bergeliat dengan dunia desain harus selalu mengikuti sistem dan aturan yang telah ditetapkan oleh kantor tersebut. Dalam dunia kerja, mahasiswa

pun dituntut lebih berpikir kreatif dan inovatif supaya bisa bersaing. Lain halnya dengan dunia perkuliahan, dimana kita bisa mengembangkan secara maksimal dan luas daya kreatifitas. Sedangkan pada dunia kerja kita di tuntut untuk mengikuti tuntutan dan permintaan klien.

5.2 Saran

Penulis berharap, meskipun laporan ini masih jauh dari kata sempurna namun laporan yang telah dibuat secara maksimal ini dapat mencakup segala aspek. Namun untuk itu penulis masih sangat berharap kritik dan saran yang dapat membangun dan membantu penulis untuk lebih baik dalam membuat laporan-laporan selanjutnya.





DAFTAR PUSTAKA

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Baksin, A. 2009. *Pengantar Vidiografi*. Bandung: Widya Padjadjaran.

Cannon, Joseph P, William D. Perreault, Jerome McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI Offset.

Nugroho, Sarwo. 2014. *Teknik Dasar Videografi*. Yogyakarta: ANDI.

Sumber Diambil dari Internet:

<http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-tujuan-promosi.html> Diakses pada tanggal 27 Agustus 2017 Pukul 13.00 WIB.