

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC VIDEO*
IKLAN “MANGANO” EDISI RAMADHAN**



KARYA DESAIN

Oleh:

Pandu Agung Prabowo

NIM : 1112197024

**Tugas Akhir ini diajukan Kepada Fakultas Seni Rupa Institut Seni
Indonesia Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang Desain Komunikasi Visual**

2017

Perancangan Tugas Akhir berjudul:

PERANCANGAN MOTION GRAPHIC VIDEO IKLAN "MANGANO"
EDISI RAMADHAN diajukan oleh Pandu Agung Prabowo, NIM
1112197024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain,
Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggung
jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada Tanggal 9 Agustus 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

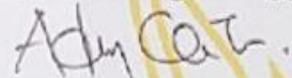
Pembimbing I/Anggota



Drs. M. Umar Hadi, Ms.

NIP: 19580824 198503 1 001

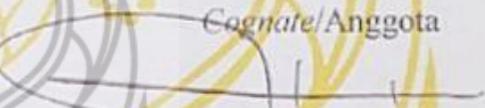
Pembimbing II/Anggota



Aditya Utama, S. Sos., M.Sn.

NIP: 19840909 201404 1 001

Cognate/Anggota



Drs. Hartono Karnadi, M. Sn.

NIP: 19650209 199512 1 001

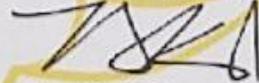
Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual/Anggota



Indiria Maharsi, M.Sn.

NIP: 19720909 200812 1 001

Ketua Jurusan Desain



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.

NIP: 19770315 200212 1 005

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Suastiwi, M.Des.

NIP: 19590802 198803 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pandu Agung Prabowo

NIM : 111 2197 024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul : Perancangan Motion Graphic Video Iklan “Mangano” Edisi Ramadhan

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh perancangan desain yang ada dalam laporan tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan oleh pihak lain di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh pertanggungjawaban dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 9 Agustus 2017

Pandu Agung Prabowo

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala nikmat yang telah Tuhan limpahkan. Berbagai pertolongan, kemudahan yang telah Tuhan ulurkan dari kerabat, orang terdekat, maupun dari bapak ibu dosen sehingga terciptalah perancangan tugas akhir dengan judul “Perancangan Motion Graphic Video Iklan Mangano edisi Ramadhan.”

Ramadhan menjadi sesuatu yang ditunggu-tunggu oleh para umat Muslim di seluruh dunia. Menyantap makanan Sahur dan makanan Berbuka menjadi bagian dari kegiatan di bulan Ramadhan. Keadaan seperti tubuh lemas, haus, lapar, dan mudah mengantuk merupakan contoh keluhan yang banyak dilontarkan oleh mereka yang berpuasa dan hal tersebut hampir terjadi setiap hari. Hal ini tentu tak dapat dibiarkan mengingat bulan puasa harus diisi dengan kegiatan yang bermanfaat. Terkadang para pelaku puasa sangat ingin makan “enak” namun sangat malas sekali jika harus membuat makanan untuk keperluan sahur dan berbuka. Dan tak sedikit orang harus membeli makanan di luar, sehingga dengan adanya iklan Mangano ini, bisa menjadi inspirasi untuk menyiapkan makanan Sahur dan makanan Buka. Untuk melakukan iklan agar dikenal di masyarakat, terutama saat bulan Ramadhan maka produk “Mangano” menggunakan video animasi *Motion Graphic*, karena video iklan animasi yang sederhana ala “*Motion Graphic*” bisa menjadi sebuah solusi alternatif untuk memudahkan melakukan promosi terkait produk tersebut.

Yogyakarta, 9 Agustus 2017

Pandu Agung Prabowo

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah puji syukur selalu dihaturkan kepada pemilik jiwa ini, yang Maha Perkasa dan tidak ada yang lebih perkasa dari pada diri-Nya Dialah Allah Azza Wa Jalla, yang telah melimpahkan pertolongan Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Motion Graphic Video Iklan Mangano edisi Ramadhan” tepat pada waktu yang telah ditentukan. Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Seni dalam program studi Desain Komunikasi Visual.

Dalam menyelesaikan perancangan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan berupa ilmu, saran, masukan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih dan rasa syukur kepada

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
2. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Ibu Dr. Suastiwi, M.Des.
3. Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.
4. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
5. Dosen Wali Bapak FX. Widyatmoko, S.Sn.,M.Sn., terimakasih atas dukungannya selama masa perkuliahan.
6. Dosen Pembimbing I. Bapak Drs. Umar Hadi, MS., terimakasih atas bimbingannya, serta masukan-masukannya yang membangun.

7. Dosen Pembimbing II. Mas Aditya Utama S.Sos., M.Sn., terimakasih atas masukan-masukannya yang mencerahkan.
8. Bapak Kadek Primayudi S.Sn., M.Sn, sebagai koordinator Tugas Akhir yang selalu mengabarkan hal-hal yang berkaitan dengan Tugas Akhir, sehingga membuat mahasiswa semangat.
9. Keluarga tercinta, Orang tuaku, dan saudara-saudara yang telah memberi semangat, dukungan serta doa kepada saya, juga pengorbanan-pengorbananya terhadap saya, juga kasih sayangnya yang tidak tergantikan.
10. Spesial terima kasih untuk dua sahabat yang paling oke, Nova Aditya dan Teo Ageng, yang telah sangat membantu dalam penggarapan.
11. Sahabat-sahabat Burlywood, Cukis, Ipol, Raka, Pajar, Andre, Rama, Fath, Thoma, Basong, Lana, EA, Kais, Eno, Gepeng, Gerbi, Mamad, Popon, Jarmo, Ega, Danang, Hasbi, Bayu, Seno, Titus, dan semuanya yang telah menjadi sahabat selama merantau di kota Jogja tercinta ini.
12. Juga untuk kawan-kawan DKV 2011 yang solid.
13. Rekan-rekan Macroad Linikini, Pak Hagi, Mbak Dowi, Mas Irfan, dan Mbak Angga yang telah memberikan saya kerjaan.
14. Kawan-kawan seperjuangan TA.
15. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan-kabaikan kalian semua, Amin.

ABSTRAK

PERANCANGAN VIDEO MOTION GRAPHIC

“MANGANO” (MAKANAN SIAP SAJI KHAS NUSANTARA)

EDISI RAMADHAN

Oleh: Pandu Agung Prabowo

Indonesia terkenal dengan makanan daerah yang memiliki cita rasa yang tinggi. Beberapa makanan seperti kari ayam, rendang sapi, opor ayam, semur daging dan rendang jengkol merupakan makanan yang paling banyak digemari oleh orang Indonesia, bahkan orang asing, sebab rempah-rempah yang “hanya” ditemukan di Indonesia.

Mangano merupakan salah satu makanan siap saji yang memiliki kepraktisan dalam penyajian, tentu sangat dibutuhkan oleh mereka yang tidak memiliki waktu untuk menyajikan santapan yang bergizi dan nikmat, terutama di saat bulan Ramadhan yang mengharuskan untuk makan makanan Sahur dan makanan Berbuka (*Iftar*).

Perancang kemudian menawarkan strategi untuk memperkenalkan Mangano dengan strategi *video motion graphic* yang bertujuan menyediakan informasi tentang kemudahan, kesehatan, dan kenikmatan produk makanan “Mangano”.

Kata Kunci: Mangano, *Motion Graphic*, Ramadhan

ABSTRACT

GRAPHIC MOTION VIDEO DESIGN

"MANGANO" (READY FOOD SPECIALLY OF NUSANTARA)

RAMADHAN EDITION

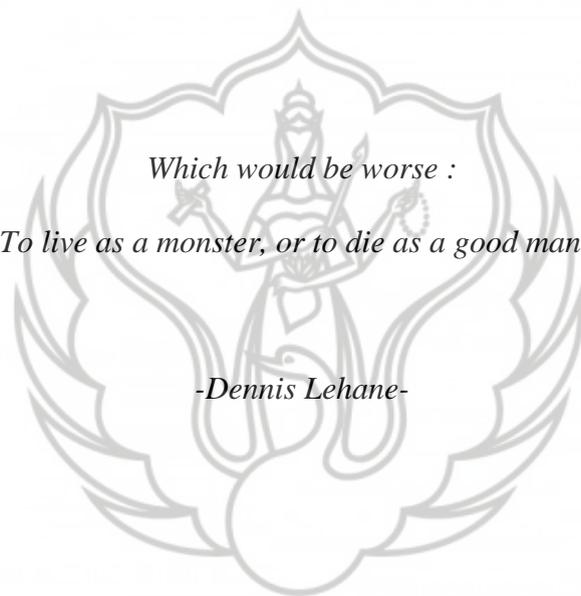
By: Pandu Agung Prabowo

Indonesia is famous for regional food that has a high taste. Some foods such as chicken curry, beef rendang, chicken opor, meat stew and jengkol rendang are the most popular food by Indonesians, even foreigners, because the spices are "only" found in Indonesia.

Mangano is one of the fast food that has practicality in the presentation, of course it is needed by those who do not have time to present a nourishing and delicious meal, especially during Ramadan that requires to eat Sahur food and Iftar meal.

The designer then offers a strategy to introduce Mangano with a motion graphic video strategy aimed at providing information on the convenience, health and enjoyment of "Mangano" food products.

Keywords: Mangano, Motion Graphic, Ramadan



Which would be worse :

“To live as a monster, or to die as a good man ?”

-Dennis Lehane-

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTACK	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Manfaat Perancangan.....	4
E. Batasan Lingkup Perancangan	5
F. Metode Perancangan	6
G. Sistematika Perancangan	9
H. Skema Perancangan.....	11
BAB II. IDENTIFIKSI DAN ANALISIS DATA	12
A. Identifikasi Data	12
1. Tinjauan tentang Animasi dan Motion Grafis	12
a. Animasi.....	12
b. <i>Motion Graphic</i>	13

c. Sinematografi dalam <i>Motion Graphic</i>	19
d. Elemen Visual dalam <i>Motion Graphic</i>	24
2. Tinjauan tentang Iklan	25
a. Iklan (<i>Adversting</i>)	25
b. Tujuan Promosi	26
3. Makanan Siap Saji “Mangano”	28
a. Data Perusahaan	28
b. Sejarah Mangano	28
c. Produk Mangano	30
4. Tinjauan Tentang Media	34
5. Tinjauan Ramadhan	35
a. Sahur	36
b. Buka Puasa (<i>Iftar</i>)	37
B. Analisis Data	37
1. Analisis Kompetitor dan SWOT	37
a. Analisis SWOT iklan sarden ABC	40
b. <i>Matriks Weakness dan Threat</i> iklan sarden ABC	41
c. SWOT <i>Mangano</i>	42
d. <i>Matriks SWOT Mangano</i>	43
e. <i>Unique Selling Preposition (USP)</i>	45
2. Analisis <i>Market Audience</i>	45
a. <i>Survey</i> tentang target pasar	45
b. <i>Survey</i> tentang perilaku target pasar	46
3. Analisis Media	48
4. Segmentasi Audiens Sasaran	51

	a. Demografis	51
	b. Psikologis	52
	c. Geografis	52
	d. Behaviouristis	52
5.	Analisis Perancangan	52
	a. <i>Source</i>	53
	b. <i>Message</i>	53
	c. <i>Chennel</i>	54
	d. <i>Receiver</i>	54
C.	Solusi	54
BAB III. KONSEP PERANCANGAN		55
A.	Pra Produksi	55
1.	Tujuan dan strategi komunikasi	55
	a. Tujuan Komunikasi	55
	b. Strategi Komunikasi	55
2.	Tinjauan, Strategi dan Program Media	56
	a. Tinjauan Media	56
	b. Strategi Media	56
	c. Program Media	58
	d. Jadwal Media	59
3.	Tujuan dan Strategi Kreatif	60
	a. Tujuan Kreatif	60
	b. Strategi Kreatif	61
	c. Jadwal Kreatif	64
4.	<i>Copywrite</i>	64

5. <i>Format</i>	65
6. Program Visual	66
a. Tipografi.....	66
b. Karakter	69
c. Warna	71
B. Produksi	73
1. Pembuatan bahan Animasi	73
a. <i>Modeling</i>	73
b. <i>Texturing</i>	73
c. <i>Riging</i>	74
d. <i>Voice Over</i>	74
e. <i>Animating</i>	74
f. <i>Lighting</i>	74
g. <i>Camera Export</i>	75
2. Pembuatan Elemen Grafis	75
C. Pasca Produksi	75
1. <i>Compositing dan Editing</i>	75
a. <i>Project Setting</i>	76
b. <i>Render Project Setting</i>	76
2. <i>Sound Editing</i>	77
3. <i>Visual Effect</i>	78
4. <i>Final Render</i>	78
D. Media Pendukung	78
1. <i>Poster</i>	78
2. <i>Multi Trip Card</i>	79

3. Mural <i>outdoor</i> gerbong kereta.....	80
E. Biaya Media.....	81
F. Biaya Kreatif.....	81
BAB IV. VISUALISASI	83
A. Ide Konsep	83
1. <i>Mind Mapping</i>	83
2. <i>Story</i>	84
3. <i>Storyline</i>	85
4. <i>Storyboard</i>	86
B. Media Utama	89
1. Desain Karakter	89
2. <i>Screenshot Footage</i>	95
3. <i>Mock Up: Public Information Display</i>	101
C. Media Pendukung.....	102
1. Poster	102
2. Kartu <i>Multi Trip</i>	105
3. Gerbong <i>Outdoor</i>	106
BAB VI. PENUTUP	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
A. Buku.....	110
B. Tautan.....	111
C. Wawancara (<i>Survey</i>).....	111



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mangano adalah brand makanan siap saji khas Indonesia dengan produk utamanya antara lain : rendang sapi, semur daging, kari ayam, opor ayam, dan rendang jengkol. Pada dasarnya Mangano merupakan makanan yang lebih praktis dibanding makanan instan serupa seperti produk sarden, yang membutuhkan proses masak terlebih dahulu sebelum disajikan, berbeda dengan Mangano yang tidak memerlukan proses masak kembali, karena telah dalam proses pemasakan hingga matang saat produksi. Selain lebih praktis, Mangano menjadi makanan instan satu-satunya yang tidak menggunakan bahan pengawet dan MSG, sehingga menjadikan Mangano makanan yang aman untuk dikonsumsi, dan dengan dikemas dengan menggunakan aluminium foil serta dilakukan proses sterilisasi, sehingga membuat produk ini tahan lama dan mudah dibawa seperti halnya makanan kaleng. Kepraktisan dalam penyajian, penyimpanan, kesehatan dan keamanan produk-produk Mangano membuatnya menjadikan makan yang cocok digunakan menjadi makanan hidangan untuk bulan Ramadhan, terutama digunakan ketika Sahur.

Pada bulan Ramadhan, seorang muslim diwajibkan untuk melakukan puasa dari awal pagi, yang dimulai pada saat atahari terbit sampai dengan matahari terbenam. Para pelaku puasa harus kuat menahan segala godaan yang ada, terutama rasa lapar. Banyak manfaat dalam sahur, salah satunya adalah dapat

menambah tenaga saat berpuasa. Waktu Sahur yang tepat dapat dilakukan ketika waktunya tidak terlalu jauh dan tidak terlalu dekat dengan waktu masuk imsak (peringatan untuk berhenti makan sahur agar tidak terlewat hingga masuk matahari terbit).

Sebuah *Survey* online dari Jejak Pendapat App Blog (<https://blog.jakpat.net/kebiasaan-sahur-di-bulan-ramadan/>) merilis sebuah survey tentang salah satu kebiasaan saat melakukan sahur, para pelaku puasa di Indonesia biasanya melakukan sahur paling banyak 1 jam sebelum imsak tiba, bahkan tidak sedikit juga dari mereka yang hanya memiliki waktu 5 menit sebelum waktu imsak tiba, sehingga dibutuhkan hidangan makanan yang cepat untuk disajikan. Para pelaku sahur di Indonesia sering kali tidak merencanakan apapun untuk menyajikan sahur karena ketidaktahuan mereka akan informasi untuk penyajian Sahur yang mudah, padahal banyaknya iklan yang menginformasikan tentang kemudahan penyajian saat Sahur.

Salah satu penyampaian informasi yang sedang berkembang adalah video *motion graphic*, karena visual yang ditampilkan mudah dicerna oleh siapapun yang melihatnya, tanpa memandang usia, pendidikan, serta tingkatan ekonomi. *Motion graphic* berguna dan memungkinkan pemirsa memetik makna dari visual yang ditampilkan dan seperti semua desain atau rancangan, *motion graphic* harus memiliki daya pikat yang menarik perhatian orang, diikuti dengan retensi (daya ingat) dan komprehensi (memahami informasi) sehingga mereka akan disuguhkan pengalaman visual yang menyenangkan. Banyaknya media-media baru hadir untuk menampilkan video *motion graphic* di

masyarakat tentu memudahkan sebuah informasi tersebar luas, seperti iklan luar ruang digital yang saat ini sedang populer sebagai tren sebuah informasi untuk ditampilkan.

Sebuah Iklan luar ruang digital yang bernama “*Public Information Display*” atau yang lebih dikenal dengan PID telah dipasang di seluruh rangkaian kereta listrik Commuter Line Jabodetabek telah membuat sebuah informasi menjadi lebih mudah tersebar, *survey* dilakukan oleh TNS (Taylor Nelson Sofres) menyebutkan bahwa media PID merupakan media yang paling sering dilihat oleh penumpang Commuter Line ketika, tentu saja animo masyarakat di Ibukota cukup tinggi untuk memilih moda transportasi ini. Sebuah berita online Detik News (<https://news.detik.com/berita/d-3497129/penumpang-commuter-line-tembus-angka-1-juta>). merilis sebuah berita yang menyebutkan bahwa PT. KAI Commuter Jabodetabek (KCJ) mencatat pengguna KRL pada Senin 8 Mei 2017 mencapai 1.014.631 pengguna. Angka yang tidak jauh berbeda dengan sebelumnya pada tanggal 5 Mei 2017 lalu, tercatat 1.014.696 pengguna yang sekaligus menjadi catatan tertinggi sepanjang sejarah beroperasinya KRL di Indonesia. Rekor tersebut sejalan dengan tren peningkatan pengguna KRL yang terus bertambah pada April 2017 lalu yang rata-rata mencapai 950 ribu pengguna setiap harinya. Bahkan selama satu bulan terakhir, peningkatan penumpang merata di seluruh stasiun.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *motion graphic* video iklan brand “Mangano” (Makanan siap saji khas Nusantara) edisi Ramadhan yang mampu menampilkan informasi sebuah makanan yang praktis, sehat dan nikmat bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu di Ibukota, terutama disaat mereka harus menyiapkan hidangan Sahur dengan cepat ?

C. Tujuan

Merancang *motion graphic* iklan produk “Mangano” (Makanan siap saji khas Nusantara) edisi Ramadhan yang mampu menampilkan informasi sebuah makanan yang praktis, sehat dan nikmat bagi para masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu di Ibukota, terutama disaat mereka harus menyiapkan hidangan Sahur dengan cepat.

D. Manfaat Perancangan

1. Manfaat bagi Mahasiswa
 - a. Perancangan video iklan *motion graphic* diharapkan dapat menambah wawasan mahasiswa tentang pengetahuan seputar *motion graphic*.
 - b. Memberikan inspirasi agar mampu berinovasi dalam merancang sebuah *motion graphic*.

2. Manfaat bagi Institusi

- a. Sebagai sumber referensi ilmu baru tentang strategi komunikasi visual sebuah *motion graphic* yang kreatif dan efektif.
- b. Sebagai pelopor untuk perancangan-perancangan lain agar penelitian ini terus mengalami penyempurnaan.

3. Manfaat bagi Masyarakat

- a. Ilmu pengetahuan dan informasi tentang produk Mangano, agar produk makin dikenal luas.
- b. Video *motion graphic* menjadi hiburan karena “*audio visual*” adalah media yang menarik perhatian.

E. Batasan dan Lingkup

1. Media utama yang digunakan adalah berupa iklan *motion graphic* berdurasi 60 detik dengan menampilkan informasi tentang kepraktisan produk Mangano yang digunakan saat Ramadhan, terutama saat Sahur. Iklan ini hanya ditayangkan pada media luar ruang digital “*Public Information Display*” yang terdapat di setiap gerbong kereta listrik Commuter Line Jabodetabek, dan yang terdapat di stasiun-stasiun kereta listrik Commuter Line Jabodetabek. Media pendukung seperti *multi trip card*, poster, dan iklan transit berupa *outdoor train wall ad*, dianggap efektif untuk mempermudah penangkapan target pasar yang dituju.

2. Secara geografis target pasar iklan ini adalah mereka para masyarakat laki-laki ataupun perempuan dengan usia 20-40 tahun yang memiliki kesibukan tinggi dan tinggal di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi atau daerah-daerah lain yang terjangkau oleh stasiun pemberhentian kereta listrik Commuter Line Jabodetabek.

3. Waktu penayangan iklan ini dimulai pada awal hingga akhir puasa, yaitu pada tanggal 26 Mei 2017 sampai dengan 26 Juni 2017.

F. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi

Observasi langsung ke lapangan merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala pada objek penelitian. Untuk mendapatkan data tersebut maka dilakukan dengan *survey* dan wawancara kepada perusahaan, serta target market yang merupakan objek penelitian. Sehingga perancangan iklan *motion graphic* ini mampu menjawab keinginan pemilik perusahaan dan target market.

b. Studi Pustaka

Mencari data dengan cara mempelajari dan membaca literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian. Studi literatur ini juga berperan dalam perancangan iklan yang efektif.

c. Internet

Pencarian data melalui internet, data yang dicari adalah data yang berhubungan dengan gaya visual sebuah desain *motion graphic*. Sehingga memudahkan dalam perancangan.

2. Metode Analisis Data

a. SWOT untuk menganalisis iklan kompetitor

Untuk menemukan kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh kompetitor.

b. SWOT untuk menganalisis produk

Untuk menemukan kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh produk.

c. Metode USP (*Unique Selling Proposition*)

Metode USP digunakan karena metode ini berorientasi pada keunggulan atau kelebihan produk yang tidak dimiliki oleh produk kompetitor sehingga dapat menjadi pembeda.

d. SMCR untuk menganalisis sebuah iklan

Dengan menggunakan metode SMCR (*Source, Message, Channel, Receive*). Penggunaan metode ini dinilai lebih efektif dalam perancangan

ini, agar menghasilkan gambaran awal tentang perancangan ini dan sesuai dengan permasalahan yang ada.

e. Survey media, target market dan target audiens

Survey dilakukan oleh lembaga survey TNS (Taylor Nelson Sofres), perusahaan Mangano dan Jajak Pendapat App Blog.

3. Instrumen Perancangan

Setelah semua proses analisis data memperoleh hasil, maka tahap yang dilakukan selanjutnya selama proses perancangan antara lain :

- a. Pencarian data baik melalui internet, buku yang berhubungan dengan *video motion graphic* tentang makanan.
- b. Eksperimen format gaya visual animasi dan pendukungnya yang terdiri dari desain grafis, ilustrasi, tipografi, serta pemilihan warna.
- c. Penyiapan materi yang terdiri dari pengolahan data yang diperoleh baik data verbal maupun visual untuk kemudian dibuat konsep storyboard, karakter, *environment*, serta sinematografi.
- d. Pembuatan *teaser* pendek yang merupakan acuan yang digunakan sebagai pedoman dalam proses desain hingga produksi.
- e. Setelah semua rancangan telah diwujudkan dalam media yang sudah ditetapkan sebelumnya, maka akan dimasukkan ke dalam rangkaian proses produksi dan pasca produksi.

G. Sistematika Perancangan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam BAB Pendahuluan akan dibahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, batasan dan lingkup, metode perancangan, sistematika perancangan dan skema perancangan.

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

Dalam BAB ini akan dibahas tentang identifikasi data yang berupa tinjauan tentang motion graphic, iklan, produk Mangano, media luar ruang, dan tentang Ramadhan. Selain itu dalam bab ini juga membahas tentang analisis data yang berupa data kompetitor, analisis dan segmentasi target pasar, analisis media dan analisis perancangan serta solusi.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

BAB ini akan membahas seputar perencanaan, yang dimulai dengan hal-hal yang dilakukan sebelum produksi, yaitu dengan membahas seputar strategi komunikasi, strategi media, strategi kreatif, copywrite, format, dan program visual. Setelah itu dilanjutkan dengan proses produksi yang membahas tentang pembuatan bahan motion graphic dan pembuatan elemen grafis. Terakhir pembahasan setelah produksi yang membahas tentang

compositing and editing, sound editing, visual effect dan final render. Pembahasan tentang media pendukung, biaya media dan kreatif juga dibahas pada BAB ini.

BAB IV VISUALISASI

Dalam BAB ini akan membahas mengenai bentuk visual dari keseluruhan perancangan. Mulai dari ide konsep yang membahas *mind mapping, story, storyline dan storyboard.* Lalu dilanjutkan dengan pembahasan seputar media utama yang membahas tentang desain karakter, *screenshot footage,* dan *mock up: Public Information Display.* Terakhir pembahasan tentang media pendukung yang terdiri dari poster, *multi trip card* dan desain *outdoor wall ad* pada gerbong kereta.

BAB V PENUTUP

Setelah melewati tahapan-tahapan pembahasan, maka pada BAB ini akan membahas tentang kesimpulan dan saran.

H. Skema Perancangan

