

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, segala aspek dalam kehidupan manusia juga semakin berkembang, tidak terkecuali dalam hal transaksi. Transaksi secara umum dapat diartikan situasi atau kejadian yang melibatkan unsur lingkungan dan mempengaruhi posisi keuangan. Dimana setiap transaksi harus dibuatkan keterangan tertulis seperti faktur, nota penjualan atau kuitansi yang biasa disebut dengan bukti transaksi. Menurut Skousen (2009 : 71) melalui bukunya yang berjudul Pengantar Akuntansi, mengungkapkan bahwa transaksi adalah pertukaran barang dan jasa (baik individu, perusahaan-perusahaan dan organisasi lain) atau kejadian lain yang memiliki pengaruh ekonomi atas bisnis. Dengan adanya acuan dari pengertian – pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa perkembangan dalam hal transaksi mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yang awalnya hanya diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, kini juga dapat dikatakan bahwa transaksi adalah kegiatan yang sudah sangat sering dilakukan dan terjadi di tengah – tengah masyarakat kita.

Transaksi tentunya mengandung sistem pembayaran di dalamnya. Sistem pembayaran yang dulunya hanya sebatas tukar menukar barang (barter), uang, cek, dan lain-lain kemudian berevolusi menjadi sebuah transaksi dengan sistem pembayaran yang tidak membutuhkan barang atau wujud fisik untuk melakukannya, yakni sistem pembayaran yang berbasis *online*. Sistem pembayaran yang dapat dibilang baru ini, dinilai akan semakin mempermudah masyarakat dalam bertransaksi, baik antar

perorangan maupun antar perusahaan untuk kebutuhan dalam kehidupan sehari – hari. Tidak sampai disitu saja, saat ini pun mulai bermunculan perusahaan – perusahaan yang meluncurkan *platform* sistem pembayaran berbasis *digital* yang mengukung konsep dompet digital atau yang biasa disebut *e-wallet* yang dapat digunakan secara *online* maupun *offline*. Salah satu dari perusahaan tersebut adalah DANA. [DANA](#) pada tanggal 21 Maret 2018 secara resmi telah diperkenalkan sebagai salah satu layanan pembayaran digital di Indonesia. Berbasis *open-platform* (sama seperti halnya Alipay dari Cina), DANA diharapkan bisa menjadi solusi bagi kegiatan transaksi digital non-tunai, baik secara *online* maupun *offline*.

DANA dinahkodai oleh Vincent Henry Iswaratioso, *Country Head* Alipay Indonesia yang sebelumnya juga menjabat sebagai *co-founder* dari sebuah layanan *digital payment* **INDOMOG**, perusahaan yang menawarkan Solusi Pembayaran Online (*Online Payment Solution*). Perusahaan ini memiliki beragam metode pembayaran yang dirancang untuk kemudahan penggunaan oleh seluruh lapisan masyarakat dengan jangkauan distribusi terluas di Indonesia. **INDOMOG** memiliki jalur distribusi terbesar di Indonesia diantaranya outlet-outlet *modern channel* terkemuka di Indonesia, *mobile agents* dan ribuan warnet (warung internet) yang tersebar hingga pelosok daerah. Sebelum resmi diperkenalkan dengan nama DANA, tersiar [kabar bahwa startup ini merupakan perusahaan patungan antara Ant Financial \(Alipay\) dengan PT. Elang Mahkota Teknologi \(EMTEK\)](#). Meskipun mengadopsi teknologi dari Ant Financial, namun investor utama DANA merupakan perusahaan Indonesia, yakni grup EMTEK.

Hadirnya DANA di tengah – tengah masyarakat Indonesia memberikan manfaat yang sangat besar. Platform *e-wallet* asli buatan Indonesia ini menawarkan banyak

keuntungan bagi para penggunanya, seperti promo menarik dari fendor – fendor terkait, dapat membayar tagihan, terkoneksi dengan berbagai platform *e-commerce* besar, koneksi *merchant*, sistem saldo yang simple, dan berbagai keuntungan lainnya. Sayangnya masih banyak masyarakat Indonesia, khususnya di Kota Solo yang belum mengetahui kelebihan – kelebihan dari platform tersebut, dan masih banyak yang melakukan transaksi dengan pembayaran secara tunai ataupun via *mobile banking*.

Maraknya sistem pembayaran digital baru yang banyak bermunculan dan beredar, baik berbasis aplikasi maupun fasilitas dari *platform e-commerce* dengan sederet kelebihannya, menambah daftar saingan baru bagi aplikasi DANA. Pendaftar baru yang bermunculan tidak hanya menyediakan berbagai fasilitas yang menguntungkan masyarakat, tetapi juga diimbangi dengan cara promosi yang memadai. Ditambah lagi kompetitor tersebut hadir di tengah kondisi yang serba sulit seperti saat ini, yang menuntut sistem transaksi yang mudah, cepat, efektif, dan menguntungkan baik dari segi aksesibilitas maupun ekonomi, yang seolah menjawab kebutuhan masyarakat.

Oleh karena itu media promosi yang bisa mewakili DANA dalam menyampaikan visi dan misinya untuk membantu masyarakat Indonesia dalam bertransaksi baik *online* maupun *offline* sangat diperlukan. Tujuan lainnya adalah sebagai wajah baru media promosi DANA khususnya di Kota Solo, agar menimbulkan persepsi baru di benak masyarakat, bahwa DANA dan segala kelebihannya siap menemani kembali masyarakat dalam bertansaksi, berbelanja, dan menabung khususnya bagi masyarakat di Kota Solo dalam menyambut kembalinya aktivitas normal masyarakat. Untuk itu pemilihan media promosi yang efektif, menarik, dan mudah di ingat sangat dibutuhkan, untuk menarik kembali minat konsumen dan

menjadi sarana promosi alternatif untuk mengikat calon pengguna baru dan media promosi yang paling cocok digunakan adalah *motion graphic*. *Motion Graphic* memiliki nilai lebih sebagai sarana promosi karena dapat diaplikasikan ke dalam berbagai bentuk media, mulai dari video profil perusahaan, video promosi, sarana branding, dan sarana bercerita.

Motion graphic sangat berguna, khususnya di zaman modern ini, dimana media penyalur pesan yang unik, yang menggabungkan komunikasi secara visual melalui gerak (*motion*) atau suara (*audio*) memiliki nilai lebih dalam banyak sisi. Fungsi *Motion Graphic* sebagai media promosi adalah untuk menjelaskan produk dengan lebih mudah dan informatif, sehingga kelebihan tersebut dapat dimanfaatkan untuk membuat iklan yang seunik dan semenarik mungkin. Dalam proses pembuatannya pun lebih mudah dan menghemat waktu, karena sudah adanya software pendukung yang dapat menggabungkan gambar, video, serta suara dan dapat digunakan dalam bisnis, karena dapat menjelaskan produk dengan baik. Fungsi *Motion Graphic* untuk iklan adalah dapat menjelaskan produk dengan baik, sehingga kelebihan tersebut dapat dimanfaatkan untuk para pembuat iklan yang kreatif.

Dalam mempromosikan brand nya, DANA sudah banyak melakukan banyak promosi menarik dengan berbagai macam media dan tema yang beragam, yang tentu saja menarik dan inovatif baik dalam bentuk gambar, video, animasi, dan berbagai media lain yang tersebar di berbagai platform. Tetapi untuk beberapa wilayah, seperti Kota Solo yang notabnya masih kurang responsif, diperlukan sebuah media promosi yang unik, menarik, dan dapat membekas di benak masyarakat untuk mendapatkan perhatian bahkan timbal balik dari konsumen maupun calon konsumennya. Untuk itu *motion graphic* dengan tema Kebudayaan Solo dibutuhkan.

Pemilihan Kebudayaan Solo dirasa cukup efektif mengingat masyarakat Indonesia, khususnya Solo memiliki rasa bangga yang besar terhadap budaya dan kearifan lokalnya. Dengan mengkolaborasikan konsep modern ala DANA dan konsep Budaya Solo, akan menghasilkan konsep *motion graphic* yang unik, karena Budaya Solo yang biasanya identik dengan tradisional, kali ini akan direalisasikan dalam wujud *motion graphic*, yang notabahnya tergolong modern. Hal tersebut dapat menumbuhkan minat warga Solo.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep rancangan *motion graphic* sebagai sarana publikasi yang tepat untuk memperkenalkan platform DANA kepada masyarakat Indonesia, khususnya di Kota Solo.
2. Bagaimana rancangan *motion graphic* sebagai sarana publikasi yang menarik, informatif, dan komunikatif khususnya bagi di Kota Solo.

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui konsep rancangan *motion graphic* sebagai media promosi yang tepat untuk memperkenalkan platform DANA kepada masyarakat Indonesia, khususnya di Kota Solo.
2. Untuk mengetahui *motion graphic* yang baik digunakan sebagai media promosi yang menarik, informatif, dan komunikatif.

D. Manfaat Perancangan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:

1. Bagi Penulis

Melalui perancangan media promosi DANA, penulis dapat menambah wawasan

dalam teori dan aplikasi dalam Desain Komunikasi Visual (DKV), berupa *motion graphic*, ilustrasi, dan elemen-elemen desain pada DANA.

2. Bagi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta

Sebagai tambahan referensi bahan belajar atau kepastakaan tentang *Motion Graphic* DANA dan menjadi tambahan sumber teori dan meningkatkan khasanah keilmuan terutama dalam mata kuliah Desain Komunikasi Visual (DKV).

3. Bagi DANA

Dengan adanya penelitian mencakup *motion graphic*, ilustrasi, dan elemen-elemen desain dari DANA, diharapkan dapat mendorong dalam meningkatkan promosi dan meningkatkan jumlah pengguna.

E. Tinjauan Pustaka

Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer Vol. 02, No. 02, Juni 2018, pp. 84-97, berjudul “PEMBUATAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK PROYEK PURNA JUAL DATSUN SIGAP” oleh Agesta Budy Saputra, Teknik Multimedia dan Jaringan Politeknik Negeri Jakarta, mengenai pembuatan sebuah media promosi yang memuat visual menarik dan informasi yang lengkap dengan aplikasi Adobe Photoshop, After Effects, dan Illustrator. Jurnal ini berguna bagi tugas akhir dengan judul “PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* “DANA” SEBAGAI SARANA PUBLIKASI DI KOTA SOLO”, karena mengandung informasi penting mengenai bagaimana pembuatan media promosi yang efektif, yang mana haruslah memuat informasi dan visual yang menarik, yang membuat konsumen memahami dan menggunakan produk yang dipromosikan.

(URL : <https://zenodo.org/record/1336878#.XuFST0UzbiU>)

Jurnal Komunikasi KAREBA vol. 2, No.1 Januari – Maret 2013, berjudul “PEMANFAATAN INTERNET SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN PRODUK LOKAL OLEH KALANGAN USAHA DI KOTA MAKASSAR” oleh Ahyuna*, M. Djabir Hamzah**, dan M. Najib HM*** dari *STIMIK Dipanegara Makassar, **Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, *** Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNHAS. Jurnal ini berguna bagi pembuatan tugas akhir dengan judul PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* “DANA” SEBAGAI SARANA PUBLIKASI DI KOTA SOLO”, karena di dalamnya terdapat informasi mengenai besarnya dampak media promosi *online*. Media Promosi yang disebarakan melalui jaringan *online* akan lebih efisien, karena terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu memberikan semakin banyak kemudahan bagi para pengaksesnya.

(URL : <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/346>)

Tugas Akhir “Perancangan Video *Motion Graphics* Promosi Cempaka Music Store” oleh Welly Winata Henry dari Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra dijelaskan bahwa target konsumen yang mayoritas adalah penikmat aplikasi digital streaming dan pengguna sosial media merupakan pasar yang tepat dari media promosi yang berbasis *motion graphic*. Welly menjelaskan, animasi *motion graphic* adalah teknik pengaplikasian media promosi yang paling tepat, karena berupa media yang mengandung pesan, informasi, dan elemen visual secara bersamaan yang dapat menyampaikan pesan dan visual yang baik dalam waktu yang bersamaan. Selain itu penggunaan *motion graphic* juga tidak memakan biaya yang banyak, sehingga keuntungan dapat diperoleh oleh pihak perusahaan dan konsumen sebagai penerima media promosi. Bila dibandingkan dengan proposal saya, karya tugas akhir tersebut memiliki perbedaan

(URL : <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/7268>)

Mia Ellyanti dari FAKULTAS ILMU KOMPUTER UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA YOGYAKARTA, dalam tugas akhirnya yang berjudul “PEMBUATAN MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN MOTION GRAPHIC PADA TOKO BUNGA SUDIRHAM 2 YOGYAKARTA”, menyebutkan bahwa, menarik perhatian konsumen untuk meningkatkan penjualan sebuah produk, maka sebuah promosi yang unik dan kreatif sangat dibutuhkan. Promosi yang unik pasti akan jauh lebih diminati ketimbang promosi biasa yang terkesan membosankan.

(URL : http://repository.amikom.ac.id/files/2017/Publikasi_13.12.7554.pdf)

F. LANDASAN TEORI

1. Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. (Syifaun Nafisah, 2003 : 2)

Perancangan adalah proses pengembangan spesifikasi baru berdasarkan rekomendasi hasil analisis sistem (Mohamad subhan, 2012 : 09)

Jadi dapat disimpulkan, bahwa perencanaan merupakan pembuatan sketsa dari beberapa elemen yang terpisah dalam proses pengembangan spesifikasi baru berdasarkan rekomendasi hasil analisis sistem.

2. Media

Menurut Santoso S. Hamijaya, pengertian media adalah segala bentuk perantara yang digunakan seseorang untuk menyampaikan pesan sehingga sampai kepada penerimanya.

Menurut Arsyad, 2002; Sadiman, dkk., 1990, mengatakan bahwa media (bentuk jamak dari kata medium), merupakan kata yang berasal dari bahasa latin *medius*, yang secara harfiah berarti ‘tengah’, ‘perantara’ atau ‘pengantar’. Oleh karena itu, media dapat diartikan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Media dapat berupa sesuatu bahan (*software*) dan/atau alat (*hardware*).

Dari dua pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media merupakan perantara antara pengirim dan penerima pesan.

3. Promosi

Menurut Swastha dan Irawan , pengertian promosi adalah persuasi satu arah yang di buat untuk mempengaruhi orang lain yang bertujuan pada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang di tawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. (Suryana, 2001: 112)

Dari dua pendapat ahli tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa promosi merupakan sebuah cara dalam mengkomunikasikan sebuah barang atau jasa dengan cara persuasi satu arah terhadap konsumen, agar konsumen dapat mengenal dan tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan.

4. Motion Graphic

Dilansir dari nawadwipa.co.id, Pada umumnya *Motion Graphic* adalah gabungan dari media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis dengan memasukan elemen-elemen yang berbeda seperti desain 2D atau 3D, ilustrasi, animasi, tipografi, fotografi, video dan musik. *Motion graphic* dalam dunia *broadcast* memiliki kehadiran yang sangat kuat, contohnya dalam pembuatan iklan komersial,

berita, hiburan, promo atau sebuah *opening* suatu *program*, *Motion Graphic* dapat disebut juga video yang di animasikan. Selain berbentuk animasi 2D dan 3D, *Motion Graphic* dapat juga berbentuk format GIF. Namun, kini *Motion Graphics* paling banyak mengambil gaya animasi 2D minimalis dengan memadukan warna-warna yang menarik. *Motion Graphic* dapat disajikan dengan beragam gaya. *Motion Graphic* seringkali menggunakan desain yang sederhana, supaya pesan yang ingin disampaikan jadi lebih mudah dipahami. Dengan grafis yang sederhana, kita dapat menyampaikan pesan yang rumit menjadi mudah untuk dimengerti. Beberapa manfaat lain dari penggunaan *Motion Graphics*, antara lain :

1. **Alat Bantu Visual**

Motion Graphics membantu konsumen untuk menggambarkan isi video, terlebih jika isi video berisi data, angka, fakta, dan informasi lain yang susah untuk dijabarkan. Biasanya konsumen tidak akan tertarik / betah jika isi video susah dipahami dan tidak memiliki menarik. Saat konsumen tertarik dan betah melihat isi video maka isi dan pesan video dapat diterima secara utuh. Bahkan *motion graphics* juga bisa kok dikombinasikan dengan video testimoni untuk meningkatkan daya jual *brand*.

2. **Hemat Waktu**

Motion graphics dapat mempersingkat waktu konsumen untuk memahami isi video. Sebagai contoh jika menggunakan video penjelasan produk / *brand* membutuhkan waktu 5 menit, dengan *motion graphics* hanya perlu memakan waktu 2 menit. Dengan durasi yang lebih singkat dan jelas ini, konsumen bisa lebih cepat untuk memberikan keputusan.

3. Pesan Tersampaikan & Dipahami Secara Lebih Utuh

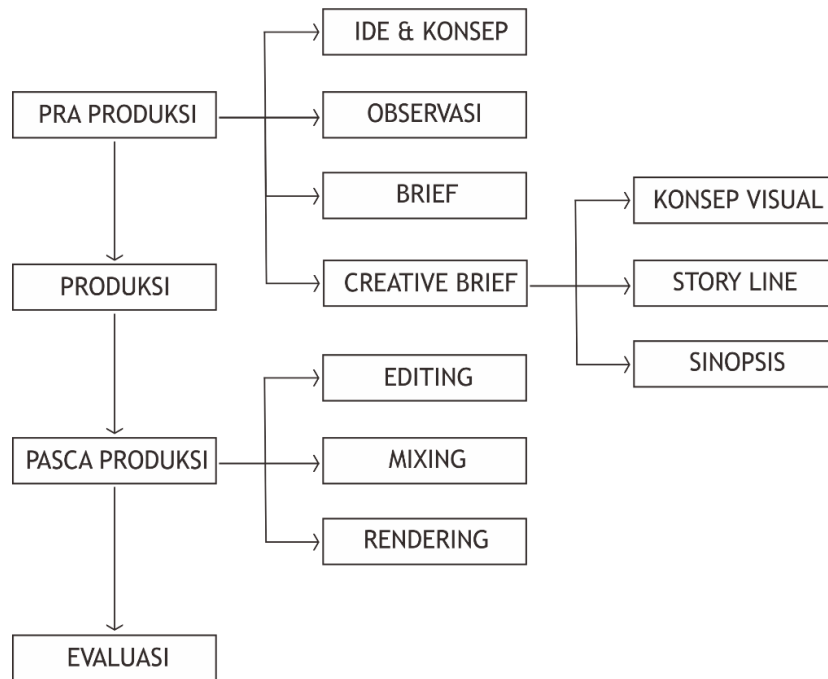
Konsumen dapat memahami 95% lebih informasi yang diterima saat melihat video (*audio* dan *visual*). Saat konsumen disuguhkan visual yang menarik, mulai dari tampilan grafik dan tulisan yang mudah dipahami, maka konsumen akan lebih fokus. Jadi penyebar luasan informasi mengenai produk / *brand* dengan cara yang menarik dan efisien maka *motion graphics* adalah pilihan yang tepat.

4. Informasi Menjadi Lebih Berkesan

Ketika sebuah produk / brand memiliki banyak pesan yang ingin disampaikan, maka durasi video pun akan semakin panjang. Semakin panjang durasinya akan semakin berpengaruh ke jumlah konsumen yang tertarik dengan isi video tersebut hingga selesai.

Dengan menggunakan *motion graphic* maka jumlah data yang banyak tersebut dapat dipadatkan sesuai dengan kebutuhan dan data yang terkesan membosankan menjadi menarik dan mudah dipahami konsumen.

G. METODE PERANCANGAN



Gambar.1

(Metodologi Perancangan)

Sumber (Nonny Aria Shinta, 2013:9 & Deny Christian, 2020)

1. PRA PRODUKSI

Tahap persiapan awal dimana setiap komponen yang diperlukan dipikirkan dengan matang. Persiapan tersebut terdiri dari :

a. Ide dan konsep perancangan

Ide awal “PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* DANA SEBAGAI SARANA PUBLIKASI DI KOTA SOLO” bermula dari masih minim nya pengenalan warga Solo terhadap dompet digital, khususnya DANA, ditengah maraknya aplikasi pembayaran digital yang semakin banyak bermunculan.

Konsep dari *motion graphic* ini mengusung konsep *colorfull*, inovatif, dan *simple* untuk menarik masyarakat dalam mengenal DANA lebih lagi. Jenis desain yang diterapkan dalam pembuatan karya adalah *Flat Design*.

Alasan pemilihan *motion graphic* adalah, karena sangat sederhana dan dapat diterima dengan mudah oleh konsumen. Dalam penerapannya, *motion graphic* ini menggunakan gaya visual *flat design*. *Flat Design* adalah desain dengan pendekatan minimalis yang menekankan kegunaan, dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan, tekstur, berfokus pada tipografi, warna-warna cerah dan ilustrasi dua dimensi. Pengaplikasian ini digunakan karena penggunaan *2D Motion Graphic* tidak memerlukan banyak alat, bahan, maupun teknik jadi perealisasiannya akan cenderung lebih mudah. Selain itu media ini terbilang efektif, karena bukan hanya visualnya dapat diterima dengan mudah media ini juga bisa menjadi sarana informatif yang menghantarkan konsumen pada pesan yang ingin disampaikan dalam sekejap.

b. Survey / Observasi

Merupakan tahap pengamatan sebuah studi kasus atau pembelajaran yang dilakukan dengan mengamati gerai – gerai di mall, *streetfood*, toko – toko sekitar keramaian dan sejenisnya di jam – jam ramai untuk mengamati adakah transaksi yang melibatkan DANA atau tidak.

Pengumpulan informasi yang diperlukan, dilakukan dengan mencari langsung data dari Official Site DANA dan sumber – sumber di lapangan.

c. Brief (Identifikasi Produk)

Pembuatan media promosi DANA dimaksudkan agar masyarakat khususnya di Kota Solo, dapat mengenal dan menggunakan DANA. Adapun beberapa sumber data dan teknik pengumpulannya berikut penjelasannya sebagai berikut :

Sumber Data

- **Wawancara** : Melakukan pencarian informasi langsung dari sumber data akurat perusahaan, sebagai bukti valid dalam pembuatan *MOTION GRAPHIC* DANA SEBAGAI SARANA PUBLIKASI DI KOTA SOLO
- **Pustaka** : Data tertulis yang akan digunakan sebagai acuan dalam perancangan Media Promosi DANA seperti ; buku, jurnal, tugas akhir dan skripsi.
- **Dokumen** : Berupa data penguat yang di dapat langsung dari pihak yang bersangkutan, dimana data utamanya berasal dari company terkait. Data tersebut berguna sebagai penguat hasil karya dalam tugas akhir.

Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Pengamatan yang dilakukan untuk melihat obyek lalu memisahkan antara yang diperlukan dengan yang tidak, diperlukan wawancara dengan narasumber dari DANA. Data yang telah terkumpul tersebut akan digunakan sebagai sumber penelitian perancangan media promosi DANA.

b) Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data tertulis seperti buku, jurnal, tugas akhir, skripsi dan thesis yang terdapat di perpustakaan maupun website.

c) Dokumentasi

Mencakup berbagai foto dan video dari berbagai sumber yang didapatkan dari internet dan media promosi DANA lainnya yang tersebar di berbagai paltform.

d. CREATIVE BRIEF

Pada tahap ini berisikan keterangan kreatif yang dibuat dengan tujuan menonjolkan produk di tengah persaingan. Media yang paling pas adalah *motion graphic* karena

menarik dan kekinian. Media ini nantinya akan dipublikasikan ke berbagai media yang mudah dijangkau masyarakat.

Keunggulan penggunaan *motion graphic* adalah simple, mudah diingat, menarik, dan universal dimana media tersebut sangat mudah menarik perhatian dan cenderung tidak membosankan.

a. Konsep Visual

- Ilustrasi

Dibuat secara manual sebagai sketsa awal dengan menggunakan pensil, bolpen, drawingpen, dan buku yang nantinya akan di lanjutkan ke tahap komputerisasi. Hasil dari komputerisasi tersebut akan disimpan dalam bentuk file jpg dan png.

- Software

Dalam pembuatan ilustrasi digitalnya akan melibatkan aplikasi - aplikasi seperti ;
Adobe Illustrator, CorelDraw, dan Adobe Photoshop.

- Desain ilustrasi

Pada tugas akhir ini ilustrasi dibuat berdasarkan dari segmentasi yang ada dan berbagai aspek lainnya dari hasil observasi sebelumnya.

- Desain ilustrasi pada tugas akhir ini nantinya akan diaplikasikan dalam bentuk media *platform* digital.

b. Story Line

Sebuah rancangan naskah tentang bagaimana DANA dapat menjadi solusi menabung, pembayaran, dan pengelola keuangan dalam berbagai hal yang belum banyak diketahui oleh masyarakat, khususnya di Kota Solo.

c. Sinopsis

DANA adalah sebuah *platform* yang berbasis *eWallet* yang sudah tersebar sampai ke seluruh wilayah di Indonesia, khususnya di Kota Solo. DANA berusaha meyakinkan masyarakat Solo, bahwa melalui DANA berbagai macam permasalahan yang biasa ditemui dalam hal keuangan yang aman, nyaman, cepat, dan praktis dapat diatasi bersama DANA.

2. PRODUKSI

Produksi adalah suatu proses lanjutan setelah pra produksi, dimana bahan baku diubah menjadi barang jadi / menambah nilai suatu produk (barang dan jasa) agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

3. PASCA PRODUKSI

Merupakan salah satu tahap dari proses pembuatan dimana di tahap ini dilakukan setelah tahap produksi selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti editing, pemberian efek khusus, pengoreksian warna, pemberian suara, musik latar, hingga penambahan animasi.

a. Editing

Tahap dimana pengoreksian dari setiap hasil karya yang sudah terbentuk dimaksimalkan dan dibenahi. Proses ini berguna untuk menempatkan setiap ornamen visual sesuai dengan tempatnya.

b. Mixing

Pada tahap ini, pencampuran ornamen – ornamen seperti suara, efek visual tambahan, dan berbagai unsur lainnya digabungkan dalam tempat dan posisinya sesuai dengan rancangan awal

c. Rendering

proses dari membangun gambar dari sebuah model melalui program komputer. Sebuah berkas adegan terdiri dari objek- objek dalam sebuah bahasa atau data struktur, bisa berupa geometri, sudut pandang, tekstur, pencahayaan, dan informasi bayangan sebagai sebuah deskripsi dari adegan virtual

4. EVALUASI

Evaluasi atau proses pengukuran eektivitas strategi akan dilakukan setelah logo dan media promosi diaplikasikan. Proses ini bertujuan untuk melihat sejauh mana tujuan telah tercapai. Evaluasi juga merupakan kegiatan untuk menilai sesuatu secara terencana, sistematis, dan terarah berdasarkan tujuan yang jelas. Fungsi evaluasi adalah untuk mengukur :

1. Tingkat kemajuan suatu kegiatan.
2. Tingkat pencapaian suatu kegiatan sesuai dengan tujuannya.
3. Hal-hal yang harus dilakukan di masa mendatang.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan Tugas Akhir tersebut nantinya akan dituangkan ke dalam beberapa bab dengan susunan sebagai berikut :

• BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas seputar Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat perancangan, landasan teori, metodologi perancangan, dan sistematika

penulisan. Kegunaan dari bab ini ialah sebagai pengantar dan penjelas terkait permasalahan yang timbul dan mejadi masalah, yang selanjutnya akan dibahas dan dianalisa.

- **BAB II IDENTIFIKASI DATA**

Memuat dasar dari konsep rancangan yang nantinya akan digunakan, maka dari itu tinjauan - tinjauan dari berbagai sumber dengan topik yang relevan akan dimuat di bab ini. Selain itu, Identifikasi Data yang berisi kelengkapan segala informasi terkait objek, yang didapat dari proses observasi, wawancara, dan data - data yang akan diperoleh juga dilampirkan.

- **BAB III ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN**

Bab ini akan berisi tentang Analisis Data yang akan menjelaskan konsep perancangan berdasarkan data dan pustaka yang telah diperoleh yang sekiranya dapat mendukung perancangan. Konsep perancangan akan berisi tentang bagaimana proses pembuatan *motion graphic* DANA.

- **BAB IV PERWUJUDAN KARYA**

Dalam bab ini akan berisikan tahapan - tahapan perancangan desain *Motion Graphic* yang sesuai dengan konsep utama, sehingga dapat menghasilkan sebuah media promosi yang baik, yang sesuai dengan teori dan konsep perancangan.

- **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan simpulan dan saran

- **DAFTAR PUSTAKA**

- **DAFTAR ISTILAH**