

RANCANG BANGUN MEDIA PROMOSI DIGITAL MENGUNAKAN MODEL PROTOTYPE DI PT STUDIO ATAS

Yudi Irawan Chandra¹, Sarah Lanna Zagita², Kosdiana³, Marti Riastuti⁴

STMIK Jakarta STI&K^{1,3,4}, Sekolah Tinggi Desain Interstudi²

*Correspondence author: Sarah Lanna Zagita, sarahlannaz@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstrak. Di Era digital ini, banyak sekali media dan informasi yang mudah diterima dan diakses. Berkembangnya teknologi dan persaingan di industri kreatif membuat para pengusaha mengubah cara mereka bersaing dengan perusahaan lain melalui media audio visual sebagai daya tarik utama mereka. PT PT Studio Atas sebagai Rumah Produksi yang berkonsentrasi dengan video konten kreatif dari video hingga audio menawarkan jasa pembuatan video yang bisa diolah dengan baik. Perusahaan ini menawarkan berbagai macam service bervariasi seperti Brand Campaign Shooting, Animation *Motion graphic*, Event Documentation, Company Profile, dan Foto Produk UMKM. Penelitian ini menghasilkan media digital marketing yang menjadi sebuah media promosi brand atau produk dalam menggunakan media digital atau internet dalam bentuk *Motion graphic* di PT PT Studio Atas. Model Prototype dipilih karena merupakan suatu paradigma baru dalam metode pengembangan perangkat lunak dimana metode ini tidak hanya sekedar evolusi dalam dunia pengembangan aplikasi, tetapi juga merevolusi metode pengembangan aplikasi yang lama yaitu sistem sekuensial yang biasa dikenal dengan nama SDLC atau Waterfall Development Model.

Kata Kunci: Video, Promosi, Model Prototype

Abstract. In this digital era, a lot of media and information are readily accepted and accessed. The development of technology and competition in the creative industry makes entrepreneurs change the way they compete with other companies through audio-visual media as their main attraction. PT PT Studio Atas, as a Production House that concentrates on creative video content from video to audio, offers video creation services that can be adequately processed. This company offers a variety of services such as Brand Campaign Shooting, Animation, *Motion graphics*, Event Documentation, Company Profile, and UMKM Product Photos. This study resulted in digital marketing media, which became a media for brand or product promotion using digital media or the internet in the form of *Motion graphics* at PT PT Studio Atas. The prototype model was chosen because it is a new paradigm in software development methods where this method is not only an evolution in the world of application development but also revolutionizes the old application development method, namely a sequential system commonly known as SDLC or Waterfall Development Model.

Keywords: Video, Promotion, Prototype Model

Pendahuluan

Berkembangnya teknologi dan persaingan di industri kreatif, para pengusaha telah mengubah cara mereka bersaing dengan perusahaan lain dengan media audio visual sebagai daya tarik utama mereka (Akhlishon dan Rachman 2022). Digital marketing ialah proses atau perencanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan media apa yang akan didistribusikan (Naimah dkk 2020; Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya 2018). Tujuan digital marketing menjadi sebuah

media promosi brand atau produk dalam menggunakan media digital atau internet sehingga banyak perusahaan yang berkompetisi dalam industri. Penggunaan media visual sendiri juga berdampak positif bagi pengguna internet. Sebagai media publisitas bagi perusahaan yang memberikan terobosan-terobosan baru, salah satu manfaatnya adalah menarik lebih banyak penggemar. Media visual yang saat ini sedang digandrungi oleh industri kreatif dan menjadi salah satu keunggulan untuk memberikan informasi yang lebih akurat dan lebih menarik untuk ditonton (Firmansyah dkk 2022).

Promosi punya peran penting, khususnya pada bidang pemasaran. Promosi merupakan salah satu bentuk pengenalan atau penawaran terhadap suatu produk atau jasa kepada calon konsumen. Dengan promosi, sebuah produk atau jasa dapat dengan mudah dikenali oleh khalayak. Ada beragam jenis promosi yang bisa dilakukan dalam kegiatan pemasaran. Semua jenis ini selalu berdasar pada tujuan promosi yang ada. Tujuan promosi adalah mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang, mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan, mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang gerak yang lebih banyak. Untuk tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak dukungan tenaga penjualan bagi produk lama atau baru atau mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru.

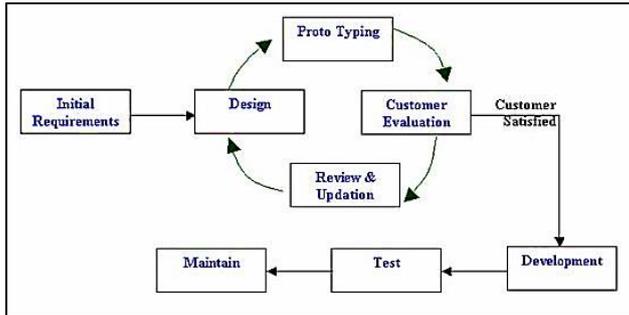
Dalam beberapa tahun terakhir industri kreatif memperkenalkan perusahaan untuk menggunakan media video informasi dengan efek visual yang menarik dan mudah dipahami sebagai terobosan besar dalam memberikan informasi yang andal (Leonita dan Jalinus 2018; García Reyes 2013). Oleh karena itu, di era informasi yang cepat dan akurat, visualisasi sangat dicari dan menjadi salah satu cara tercepat untuk memberikan informasi. Hasil pengamatan adalah bahwa setiap perusahaan menggunakan company profile sebagai media utama untuk memberikan citra perusahaan, baik dari segi visi dan misi perusahaan. Ketertarikan pelanggan terhadap perusahaan juga bergantung pada informasi yang diberikan dan citra merek perusahaan (Desca Refita Putri 2017; Fadhly Abdillah, Damar Adhiguna 2017).

PT PT Studio Atas memiliki platform atau jaringan khusus untuk mendapatkan informasi acara dan video promosi sudah ada. Tetapi dengan perkembangan teknologi ini, video promosi telah tertinggal jauh. Sehingga video promosi dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman untuk berkembang lebih baik dan lebih menarik (Puspitarini and Nuraeni 2019).

Motion graphic itu sendiri pun juga menjadi solusi terbaik dalam era digital ini, penggunaan Adobe After Effect menjadi salah satu solusi dalam perancangan branding PT PT Studio Atas. Perusahaan ini memfokuskan kepada media visual menjadi salah satu terobosan yang tepat dalam keadaan era digital ini (Indika dan Jovita 2017). Adapun tujuan perancangan ini adalah untuk meningkatkan promosi dan informasi perusahaan PT PT Studio Atas melalui pemanfaatan promosi digital menggunakan media sosial berbasis audio dan visual sebagai media utama. Promosi video motion tersebut akan disebar dalam platform Instagram, Youtube dan Web utama PT PT Studio Atas.

Metode

Dalam teknik Prototype, perangkat lunak disajikan kepada pelanggan. Masukan pelanggan digunakan untuk membuat perangkat lunak yang memenuhi kebutuhan mereka (Purnomo dan Purnomo 2017). Prototipe dapat diubah dan ditampilkan sampai kesepakatan dicapai pada bentuk perangkat lunak. Metode ini menunjukkan model kertas, model kerja, dan program sistem perangkat lunak. Pengembang akan menentukan kebutuhan pengguna, memeriksa sistem, dan melakukan studi kelayakan, termasuk model antarmuka, metodologi prosedural, dan teknologi. Gambar 1 menunjukkan diagram alir dari Model Prototype:



Gambar 1 Diagram Alir Model Prototype
(Sumber: Chandra and Riastuti 2021)

Berikut adalah tahapan – tahapan Proses Pengembangan dalam Model Prototype, yaitu :

- a. Pengumpulan kebutuhan
Bersama-sama, pelanggan dan pengembang merancang format perangkat lunak yang lengkap, menentukan semua persyaratan, dan membuat sketsa sistem yang akan dikembangkan.
- b. Membangun prototyping
Merancang desain sementara yang menekankan layanan pelanggan (misalnya, dengan membuat format input dan output).
- c. Evaluasi prototyping
Evaluasi ini dilakukan oleh klien untuk menentukan apakah prototipe yang diproduksi sesuai dengan spesifikasi pelanggan atau tidak. Jika perlu, langkah selanjutnya akan diambil. Namun, jika hal ini tidak terjadi, prototyping direvisi dengan mengulangi prosedur sebelumnya.
- d. Mengkodekan sistem
Pada titik ini, prototyping yang disepakati diubah menjadi aplikasi yang sesuai.
- e. Menguji sistem
Proses pengujian terjadi setelah sistem diubah menjadi perangkat lunak yang siap digunakan.
- f. Evaluasi Sistem
Klien menganalisis apakah perangkat lunak yang dikirimkan memenuhi harapan mereka. Jika ya, proses akan dilanjutkan ke level berikutnya; jika tidak, tahap sebelumnya akan diulang.
- g. Menggunakan sistem
Perangkat lunak yang disetujui pelanggan siap digunakan. Metodologi pembuatan prototipe ini bekerja paling baik dalam situasi berisiko tinggi dan tidak terstruktur. Kebutuhan pengguna yang berfluktuasi atau tidak terduga memerlukan solusi mendesak ketika keterlibatan pengguna diperlukan dan waktu terbatas. Model ini bekerja dengan baik ketika sistem yang diharapkan masih baru dan tahap penggunaan yang singkat.

Kelebihan Model Prototype:

1. Pelanggan berpartisipasi aktif dalam pengembangan sistem sehingga keluaran produk dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien
2. Kebutuhan didefinisikan dengan lebih baik
3. Komunikasi pengguna-pengembang yang baik
4. Cocok untuk sistem kecil, seperti sistem kantor

Kekurangan Model Prototype:

1. Kurang fleksibel

2. Pengembang terkadang menggunakan sistem operasi yang tidak perlu dan algoritma yang buruk
3. Tidak cocok untuk sistem global seperti sistem operasi
4. Pengembang sering menggunakan aplikasi sederhana dan tidak aman untuk menghemat waktu

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, digunakan beberapa metode yang bersangkutan sesuai dengan topik, antara lain:

1. Wawancara
Mengadakan wawancara atau tanya jawab seperti kendala atau teknis
2. Observasi
Melakukan observasi atau pengamatan secara langsung di lapangan atau di tempat yang bersangkutan dengan topik
3. Studi Pustaka
Membaca buku-buku yang berkaitan dengan topik ataupun dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan

Hasil dan Pembahasan

Dalam merancang dan membangun video *Motion graphic* di PT PT Studio Atas menggunakan model Prototype dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis Kebutuhan Hardware dan Software

Hardware atau yang sering disebut perangkat keras menjadi media utama penulis dalam membantu proses perancangan iklan *Motion graphic* PT Studio Atas ini. Penulis menggunakan komputer dengan spesifikasi:

- a. Brand : Acer Nitro 5 AN515-52
- b. OS : Windows 10 Home 64bit
- c. Processor : Intel® Core™i5-8300H (2.30 GHz (8CPUs) up to 2.3 GHz.) NVIDIA® GeForce® GTX 1050 with 4 GB of GDDR5
- d. Memory : 8 RAM, DDR4, 1 TB HDD

Perancangan video *Motion graphic* untuk PT Studio Atas ini memerlukan perangkat lunak yang dapat memberikan hasil yang terbaik dan memuaskan tentu saja dengan konsep yang sudah ditentukan sebagai berikut:

- a. *Adobe Illustrator 2019* : Digunakan sebagai media utama dalam tahap pra-produksi hingga produksi yang meliputi pembuatan desain.
- b. *Adobe Photoshop 2019* : Digunakan sebagai media pendukung dalam tahap pra-produksi hingga produksi yang meliputi pembuatan desain.
- c. *Adobe After Effect 2019*: sebagai media utama dalam tahap Produksi bagian menganimasikan atau membuat desain yang telah dibuat di *Adobe Illustrator 2019*.
- d. *Adobe Media Encoder* : Digunakan sebagai media untuk *Export File* video yang sudah selesai dibuat motion dari *Adobe After Effect*

2. Desain dan Prototipe

Dalam tahap ini dilakukan serangkaian proses persiapan yang dibutuhkan sebelum memasuki proses produksi yang dibutuhkan agar proses produksi sesuai dengan konsep yang ditentukan. Berikut storyline untuk media utama yang dirancang seperti terlihat pada tabel 1:

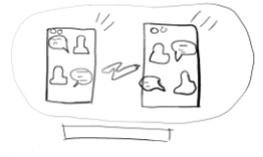
Tabel 1 *Storyline Iklan (PT Studio Atas)*

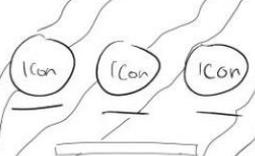
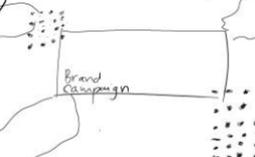
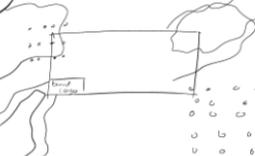
SCENE	VIDEO	AUDIO	DURASI
-------	-------	-------	--------

1.	Character wanita dengan gaya santai	Bingung mau bikin Video <i>creative</i> atau promosi perusahaan?	12 detik
2.	Aset gambar Handphone sedang mengetik	Sudah kesana kemari, tetapi saran dari beberapa relasi membuat bimbang?	5 detik
3.	Typography	Tenang disini tempatnya!	3 detik
4.	Logo PT Studio Atas	Di PT Studio Atas	2 detik
5.	Aset gambar jalanan dan typography tulisan <i>Easy way</i>	Di PT Studio Atas akan diberikan kemudahan	3 detik
6.	Aset gambar papan tulisan Price	Dimulai dengan harga yang bisa disesuaikan dengan <i>brief</i> ,	5 detik
7.	Aset gambar praproduksi, produksi dan pasca produksi	ketelitian dalam Pra-Produksi, Produksi, Hingga pasca Produksi dengan Team yang berpengalaman.	9 detik
8.	Video <i>Brand Campaign shooting, animation Motion graphic, event documentation, dan company profile</i>	Kami melayani <i>Brand Campaign Shooting, Animation Motion graphic, Event Documentation, dan Company Profile.</i>	10 detik
9.	Typography <i>our client</i>	<i>Client</i> kita sudah Banyak loh!	2 detik
10.	Video Blibli, Plaza Indonesia, BCA kaskus TV.	Seperti Blibli.com, Disney, Plaza Indonesia, BCA, Kaskus TV dan masih banyak lagi!	15 detik
11.	Character wanita dengan gaya santai	Masih Ragu? Yuk sini <i>Brief</i> -nya dulu	4 detik
12.	Logo PT Studio Atas dan Tagline video konten berkualitas	PT Studio Atas, Video Konten Berkualitas.	5 detik

Storyboard adalah sebuah desain sketsa gambar yang disusun secara berurutan sesuai dengan naskah cerita yang telah dibuat (Taylor dkk 2021). Fungsinya untuk menggambarkan alur cerita secara garis besar mulai dari awal, pertengahan, hingga akhir. Dalam membuat sebuah konten dalam bentuk video maupun animasi, terdapat beberapa langkah untuk menyusun kedua hal tersebut agar dapat membuat konten yang menarik dan interaktif. Storyboard adalah langkah awal untuk membuat sebuah konten yang menarik, dapat berupa video, film, dan animasi. Tahap selanjutnya setelah membuat *storyline* adalah *storyboard*. Berikut *storyboard* dari iklan *Motion graphic* ini seperti pada tabel 2:

Tabel 2 Storyboard Iklan (PT Studio Atas)

NO	SCENE	AUDIO	DURASI
1.		Bingung mau bikin Video <i>creative</i> atau promosi perusahaan?	12 detik
2.		Sudah kesana kemari, tetapi saran dari beberapa relasi membuat bimbang?	5 detik
3.	Tenang Disini Tempatnya Tenang Disini Tempatnya Tenang Disini Tempatnya Tenang Disini Tempatnya	Tenang disini tempatnya!	3 detik

4.		Di PT Studio Atas	2 detik
5.		Di PT Studio Atas akan diberikan kemudahan	3 detik
6.		Dimulai dengan harga yang bisa di sesuaikan dengan brief,	5 detik
7.		ketelitian dalam Pra-Produksi, Produksi, Hingga pasca Produksi dengan Team yang berpengalaman.	9 detik
8.		Kami melayani <i>Brand Campaign Shooting, Animation Motion graphic, Event Documentation, dan Company Profile.</i>	10 detik
9.		Client kita sudah Banyak loh!	2 detik
10.		Seperti Blibli.com, Disney, Plaza Indonesia, BCA, Kaskus TV dan masih banyak lagi!	15 detik
11.		Masih Ragu? Yuk sini <i>Brief</i> -nya dulu	4 detik
12.		PT Studio Atas, Video Konten Berkualitas.	5 detik

Moodboard adalah kumpulan atau komposisi gambar, visual dan objek lain yang biasanya dibuat untuk tujuan desain ataupun presentasi dengan klien atau orang lain. Pada dasarnya, moodboard memang sangat penting bagi desainer karena dapat membantu mereka untuk

mengetahui cara membuat tema untuk suatu proyek desain. Dengan kata lain, moodboard bisa menjadi panduan bagi desainer dalam mengembangkan proyek bisnis (Anggarini dkk 2020).

Moodboard yang digunakan dalam perancangan video ini sesuai dengan warna logo dari PT Studio Atas yaitu hijau *cyan* gelap, kuning *mustard* dan biru tua seperti terlihat gambar 2:



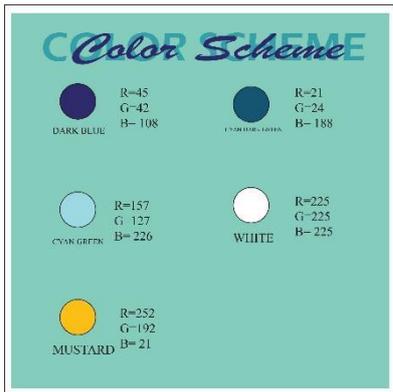
Gambar 2 Mood Board

Tipografi menjadi salah satu istilah yang sudah tidak asing telinga seorang graphic designer. Tipografi adalah suatu teknik dalam memilih dan menata huruf dengan indah dalam suatu ruang yang tersedia. (“The Fundamentals of Typography - Gavin Ambrose, Paul Harris - Google Buku” n.d.). Pada umumnya, tipografi memang tidak hanya digunakan untuk desainer saja, melainkan untuk sastra ataupun seni murni. Sastra menggunakan tipografi puisi untuk membuat susunan katanya semakin indah dan enak dibaca. Sehingga, tipografi pada puisi umumnya disajikan dalam bentuk yang beragam dengan tujuan yang berbeda-beda. Sementara itu, seni murni menggunakannya untuk mengubah huruf menjadi sebuah bentuk karya. Namun, tipografi saat ini memang sering digunakan oleh desainer, terutama saat membuat desain pamflet dan sebagainya. Penggunaan Tipografi dalam karya ini menggunakan 3 elemen yaitu menggunakan jenis font *Eras Demi ITC*, *Franklin Gothic Heavy*, dan *Myriad Variable Concept* terlihat pada gambar 3:



Gambar 3 Tipografi

Skema warna yang dipilih menggunakan warna dasar dari warna logo PT Studio Atas itu sendiri, yaitu warna *cyan green*, *cyan dark green*, *mustard* dan putih selain ditambahkan warna yang mendukung lainnya seperti warna *Dark Blue*, terlihat pada gambar 4 :



Gambar 4 Skema Warna

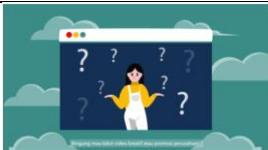
3. Evaluasi dan Review

Tahap selanjutnya adalah meminta evaluasi dan review dari pihak PT Studio Atas. Apabila masih ada desain yang tidak sesuai maka rancangan diperbaiki dan didiskusikan kembali sampai rancangan video sudah sesuai dengan keinginan dan dilanjutkan pada tahap selanjutnya yaitu pembuatan video *Motion graphic*.

4. Hasil Rancangan

Pembuatan *Motion graphic* ini memiliki 12 scene utama yang terlihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3 Hasil Rancangan *Motion graphic*

NO	SCENE	KETERANGAN
1.		Berisi karakter dengan pertanyaan video kreatif dengan vektor awan.
2		Menggambarkan dua handphone yang sedang berkomunikasi.
3		Menggambarkan tipografi yang memiliki waktu yang berbeda sehingga memberikan efek yang berkedip.
4		Berisikan logo PT Studio Atas dengan menggunakan efek Easy Ease.

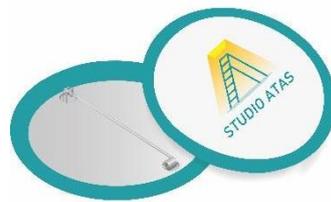
5		<p>Menggunakan vektor yang menggambarkan jalanan dan waktu yang mengimplementasikan dengan adanya kemudahan memberikan jalan yang mudah</p>
6		<p>Memberikan brief yang dengan harga yang sesuai dan diberikan warna yang sudah disesuaikan.</p>
7		<p>Menjelaskan point-point utama dalam pelaksanaan pembuatan media kreatif di PT Studio Atas</p>
8		<p>Memberikan sebuah Panel untuk penampilan video yang sudah dikerjakan oleh PT PT Studio Atas</p>
9		<p>Memiliki tipografi yang memiliki waktu berbeda sehingga memberikan efek berkedip</p>
10		<p>Memberikan sebuah Panel untuk penampilan video yang sudah dikerjakan oleh PT PT Studio Atas.</p>
11		<p>Terdapat karakter wanita kembali sambil menanyakan apakah ragu dengan PT Studio Atas</p>
12		<p>Penutup dengan logo PT Studio Atas dengan menggunakan easy ease</p>

Media Pendukung memiliki tujuan mempromosikan media utama. Perancangan media pendukung dapat menjadi suatu pengenalan kepada orang banyak terhadap media utama. Media pendukung merupakan media yang bersifat pemberian dan dapat digunakan oleh

khalayak. Diantaranya Billboard, Iklan Youtube, Poster Twitter, Iklan Website. Biasanya media gimmick berupa peralatan yang biasanya dipakai oleh khalayak dalam kegiatannya sehari-hari, selain itu media gimmick ditambah dengan media merchandise yaitu media tambahan dari media gimmick yang sifatnya sering dipakai sehari-hari oleh khalayak seperti Souvenir: T-shirt, Totebag, Kalender, Sticker, Gantungan Kunci dan Mug. Media pendukung PT Studio Atas berupa:

1. Pin

Menggunakan kertas Inkjet agar warna lebih cerah dan detail. Dengan ukuran 58 mm. Penggunaan Pin ini juga memiliki makna untuk promosi secara *offline*. Pengambilan warna menggunakan warna dasar dari warna PT Studio Atas yaitu Hijau Cyan. Dengan skema Hijau Cyan C: 69,53 M:67,19 Y: 63,67 K:73,83. Putih: C: 69,53 M: 67,19 Y: 63,67 K: 73,83; terlihat pada gambar 5 :



Gambar 5 Stiker PT Studio Atas

2. T-shirt

Media pendukung *T-shirt* menggunakan bahan *cotton combed 30*, penggunaan *T-shirt* ini juga sebagai *merchandise* untuk para *Customer* dan juga para karyawan. Pemilihan warna hitam ini juga bertujuan sebagai salah satu official baju yang bisa digunakan ketika syuting, dikarenakan pada saat syuting dominan menggunakan warna hitam karena warna yang tidak memantulkan cahaya. Dengan skema warna Hitam C: 74,97 M: 67,92 Y:67,05 K:90,15; terlihat pada gambar 6:



Gambar 6 T-shirt PT Studio Atas

3. Bucket Hat

Penggunaan *Bucket Hat* menjadi sorotan terbaru dari *Marchandise* PT Studio Atas dikarenakan dengan perubahan zaman yang ada *bucket hat* juga bisa menjadi salah satu kegunaan dikala syuting *outdoor*. Menggunakan bahan kain *Drill*, yaitu bahan secara umum untuk pembuatan Topi apapun. Dengan skema warna Hitam C: 74,97 M: 67,92 Y:67,05 K:90,15; terlihat pada gambar 7:



Gambar 7 Topi PT Studio Atas

4. Stiker

Stiker menjadi salah satu media promosi secara *offline*, dan bisa di tempelkan dimana saja dan kapan saja. Stiker menggunakan bahan *Vinyl* dikarenakan bisa bertahan di cuaca ekstrim di luar ruangan juga memiliki daya rekat yang sangat kuat. Dengan skema warna *Cyan green* C: 69,53 M:67,19 Y: 63,67 K:73,83. Putih: C: 69,53 M: 67,19 Y: 63,67 K: 73,83; terlihat pada gambar 8:



Gambar 8 Stiker PT Studio Atas

Simpulan

Dari hasil pembahasan dalam pembuatan iklan *Motion graphic* sebagai media promosi PT PT Studio Atas, penggunaan media sosial dengan mengambil karakteristik visual dan audio visual menjadi salah satu kunci utama dalam pengembangan koneksi PT Studio Atas dalam menarik perusahaan lain untuk bekerjasama. Setelah melewati tahap pengujian secara online feedback positif bahwa informasi yang diberikan dapat dipahami isi dari *Motion graphic* ini. Mereka menyukai animasi dan warna yang menjadi salah satu daya tarik dari PT Studio Atas.

Motion graphic yang telah buat dapat membantu perusahaan PT Studio Atas dalam promosi iklan *Motion graphic* PT Studio Atas. Sehingga para perusahaan yang ingin mengetahui lebih banyak informasi PT Studio Atas dapat informasi yang singkat dan akurat. Dengan menggunakannya media sosial menjadi target utama dan menjadikan salah satu langkah besar. Penggunaan Adobe After Effect menjadikan salah satu media utama sangat membantu menjadikan video *Motion graphic* lebih menarik. Adapun kelemahan pada aplikasi ini harus menggunakan perangkat keras yang memadai. Dikarenakan penggunaan Aplikasi After Effect sangat mengambil banyak media penyimpanan. Sehingga aplikasi sering mengalami *Not Responding*. Jika ingin menggunakan aplikasi yang lebih nyaman dengan kapasitas lebih rendah maka dapat menggunakan Adobe Flash sebagai alternatif. Adapun beberapa saran terhadap pembuatan iklan *Motion graphic* PT Studio Atas yaitu sebaiknya menggunakan durasi yang lebih singkat dan memberikan alur cerita yang lebih menarik dan lebih kreatif dari *Motion graphic* yang sudah dibuat.

Daftar Pustaka

- Akhlishon, Machadz Abdul Adli, and Anung Rachman. 2022. "Perancangan Web Advertisement Sebagai Media Promosi Guru Bahasa Indonesia Miftah." *Jurnal Desain* 9 (2): 232–43. <https://doi.org/10.30998/JD.V9I2.10136>.
- Anggarini, Anggi, Dwi Agnes Natalia Bangun, dan Irpan Saripudin, Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, and Politeknik Negeri Jakarta. 2020. "Alternatif Model Moodboard sebagai Metode Berpikir Kreatif dalam Pengembangan Konsep Visual." *Journal Printing and Packaging Technology*. Vol. 1.
- Bisnis Terapan, Jurnal, Deru R Indika, and Cindy Jovita. 2017. "Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen." *Jurnal Bisnis Terapan* 1 (01): 25–32. <https://doi.org/10.24123/JBT.V1I01.296>.
- Chandra, Yudi Irawan, and Marti Riastuti. 2021. "Perancangan Aplikasi Pendaftaran Peserta Bimbingan Pendidikan Kepemudaan 87 Jakarta" 22 (2): 109–19.
- Desca Refita Putri, Yesty. 2017. "Pembuatan Motion Graphics Sebagai Media Sosialisasi & Promosi Untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas." *KOPERTIP : Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika Dan Komputer* 1 (2): 85–92. <https://doi.org/10.32485/kopertip.v1i02.16>.
- Fadhly Abdillah, Damar Adhiguna, Agus Sevtiana. 2017. "Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi STMIK CIC Dengan Teknik Motion Graphic Menggunakan Perangkat Lunak Komputer Graphic." *Desain Komunikasi Visual Dan Multimedia* 7 (1): 74–85.
- Firmansyah, Yerry Kahaditu, Megahnanda Alidyan Kresnawati, Ade Kusuma, and Prayudi Prayudi. 2022. "Desain Pengembangan Prasarana Guna Menunjang Digital Branding Wisata Pesisir (Studi Kasus: Desa Kalanganyar, Sidoarjo, Jawa Timur)." *Jurnal Desain* 9 (2): 174–87. <https://doi.org/10.30998/JD.V9I2.10231>.
- García Reyes, Luis Enrique. 2013. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Leonita, Emy, and Nizwardi Jalinus. 2018. "Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur." *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi* 18 (2): 25–34. <https://doi.org/10.24036/invotek.v18i2.261>.
- Naimah, Rahmatul Jannatin, Muhammad Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, dan Agus Pebrianto. 2020. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2 (2): 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>.
- Purnomo, Dwi, and Dwi Purnomo. 2017. "Model Prototyping Pada Pengembangan Sistem Informasi." *JIMP (Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan)* 2 (2). <https://doi.org/10.37438/jimp.v2i2.67>.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, Shandy. 2018. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm)." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1 (1): 1–17.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi." *Jurnal Common* 3 (1): 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>.

Taylor, Christa L., James C. Kaufman, and Baptiste Barbot. 2021. "Measuring Creative Writing with the Storyboard Task: The Role of Effort and Story Length." *The Journal of Creative Behavior* 55 (2): 476–88. <https://doi.org/10.1002/JOCB.467>.

"The Fundamentals of Typography - Gavin Ambrose, Paul Harris - Google Buku." n.d. Accessed September 15, 2022. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=5WLYdDc5do0C&oi=fnd&pg=PP2&dq=typography&ots=9SKFEOf9y9&sig=werK06GtE4-eY1kEy6n30m7YwVI&redir_esc=y#v=onepage&q=typography&f=false.

