

Pembuatan Video Iklan Motion Graphic Pada Perusahaan CV Leo Printing Batam

Febby Anggellya¹, Bayu Syahputra, S.Kom., M.A.²

Universitas Internasional Batam
email: 2131093.febby@uib.edu, bayu@uib.ac.id

Abstrak

Pada proyek "Pembuatan dan Perancangan Video Iklan Motion Graphic Pada Perusahaan CV Leo Printing Batam" bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan popularitas produk CV. Leo Printing melalui konten video yang menarik dan informatif. CV. Leo Printing, yang berlokasi di Batam, Kepulauan Riau, adalah perusahaan percetakan yang menyediakan berbagai jenis produk percetakan. Penelitian ini menggunakan metode ADDIE yang mencakup lima tahap yaitu analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. Prosesnya dimulai dari pengumpulan informasi dan penyusunan konsep, hingga pembuatan elemen visual dan video menggunakan aplikasi Adobe After Effects dan Premiere Pro. Hasil video iklan diimplementasikan dan dievaluasi untuk memastikan kualitas dan kesesuaiannya dengan kebutuhan mitra. Evaluasi dilakukan melalui umpan balik dari mitra, yang digunakan untuk melakukan revisi dan perbaikan. Video iklan ini diharapkan dapat lebih efektif menjangkau target pasar dan meningkatkan citra perusahaan CV. Leo Printing. Saran untuk pengembangan lebih lanjut meliputi analisis berkala terhadap kinerja video di media sosial dan peningkatan keterlibatan dengan pelanggan melalui interaksi aktif, serta inovasi dalam bidang motion graphic dan digital marketing untuk memastikan konten tetap relevan dan kompetitif.

Kata Kunci: *CV Leo Printing, motion graphic, iklan video, metode ADDIE, visibilitas produk.*

Abstract

The project "Creation and Design of a Motion Graphic Advertising Video for CV Leo Printing Batam" aims to increase the visibility and popularity of CV. Leo Printing's products through engaging and informative video content. Located in Batam, Riau Islands, CV. Leo Printing is a printing company that offers a variety of printing products. This research employs the ADDIE method, which includes five stages : analysis, design, development, implementation, and evaluation. The process begins with information gathering and conceptualization, followed by the creation of visual elements and videos using Adobe After Effects and Premiere Pro. The resulting advertising videos were implemented and evaluated to ensure their quality and alignment with the partners' needs. Evaluation was conducted through partner feedback, which informed revisions and improvements. This advertising video is expected to more effectively reach the target market and enhance the company image of CV. Leo Printing. Suggestions for further development include periodic analysis of the video's performance on social media, increased customer engagement through active interaction, and continuous innovation in motion graphics and digital marketing to ensure the content remains relevant and competitive.

Keywords: *CV Leo Printing, motion graphic, advertising video, ADDIE method, product visibility.*

Pendahuluan



Gambar 1.1 Perusahaan CV. Leo Printing

Terdapat perusahaan CV. Leo Printing yang ditampilkan pada gambar 1.1. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan percetakan yang berlokasi di Jln. Bukit Beruntung Ruko Puriloka Block D No. 9 Sungai Panas, Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau. Perusahaan ini menyediakan berbagai jasa percetakan seperti brosur, kop surat, amplop, kartu nama, faktur, surat jalan, kwitansi, *map*, buku, majalah, *company profile*, *ID card*, spanduk, *banner*, stiker indoor/outdoor, *x-banner*, *roll up banner*, dan lainnya.

Dengan dukungan tenaga kerja yang profesional dan peralatan canggih, CV. Leo Printing berkomitmen memberikan pelayanan terbaik dalam hal harga, waktu, dan kualitas. Perusahaan ini berupaya menjadi mitra kerja yang andal dan terpercaya dengan tujuan mewujudkan dan memberikan layanan serta produk terbaik kepada klien. Selain fokus pada keindahan karya, CV. Leo Printing juga menekankan efisiensi, keamanan, ketepatan waktu, serta kemampuan karya tersebut untuk berkomunikasi dengan masyarakat secara efektif dan kreatif.

Visi perusahaan adalah menjadi perusahaan percetakan yang profesional, kreatif, dan smart, sementara misinya adalah terus

berinovasi dan mengembangkan diri, meningkatkan daya saing di bidang industri percetakan dan *digital printing* menuju persaingan *global*, serta memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan, khususnya karyawan, klien, dan pihak terkait.

Sebagai perusahaan percetakan yang menyediakan berbagai produk kreatif, CV. Leo Printing memiliki potensi besar untuk memberikan manfaat kepada klien yang membutuhkan jasa cetak. Promosi produk melalui foto-foto yang dibagikan di media sosial telah dilakukan sebagai salah satu bentuk media promosi (Umbara, 2021).

Namun, CV. Leo Printing masih membutuhkan konten pengenalan produk berbasis video sebagai iklan gambar bergerak untuk mempromosikan produk-produk tersebut. Dalam rangka memenuhi kebutuhan ini, penulis dari Fakultas Ilmu Komputer Universitas Internasional Batam dengan keahliannya dalam bidang multimedia berencana untuk membuat sebuah video *motion graphic* tentang iklan produk percetakan yang ada di perusahaan CV. Leo Printing.

Masalah

CV. Leo Printing telah melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan produk-produknya, salah satunya melalui pembagian foto-foto produk di media sosial (Umbara, 2021). Namun, upaya ini masih dirasa kurang efektif untuk mencapai visibilitas dan daya tarik yang maksimal.

Masalah yang dihadapi oleh CV. Leo Printing adalah kurangnya konten pengenalan produk berbasis video yang dapat menarik perhatian lebih banyak calon klien dan memperkuat citra perusahaan.

Konten video, khususnya video *motion graphic* (Idris et al., 2022), dengan harapan yang digunakan untuk meningkatkan

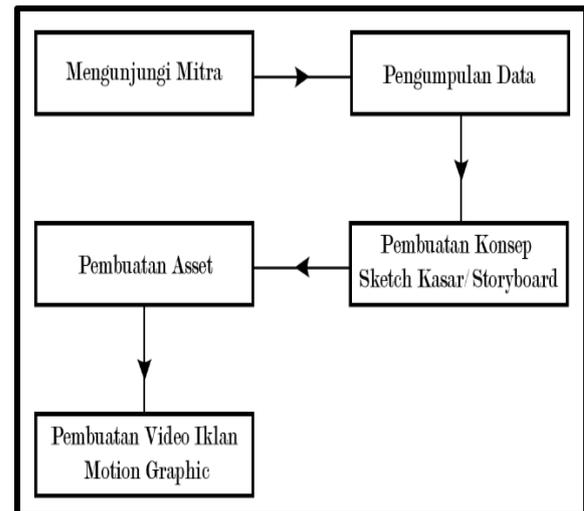
visibilitas dan popularitas produk, meningkatkan peluang penjualan, dan memperbaiki citra produk perusahaan (Wawolumaya et al., 2022).

Video *motion graphic* menawarkan kelebihan dalam menyampaikan informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Namun, pembuatan video *motion graphic* membutuhkan proses yang kompleks dan terstruktur, mulai dari pengumpulan informasi, pencarian referensi, penyusunan konsep, perancangan elemen visual, hingga produksi dan evaluasi video.

Dengan demikian, proyek ini bertujuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh CV. Leo Printing melalui pembuatan video iklan *motion graphic* yang menarik dan informatif. Diharapkan hasil proyek ini dapat memberikan manfaat nyata bagi CV. Leo Printing dalam meningkatkan visibilitas dan popularitas produk-produknya, serta memperkuat citra perusahaan di mata klien dan masyarakat luas..

Metode

Terdapat proses bagaimana penulis melaksanakan proyek video iklan yang berbasis *motion graphic* pada perusahaan CV. Leo Printing dan tersusun menjadi bentuk visual flowchart yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

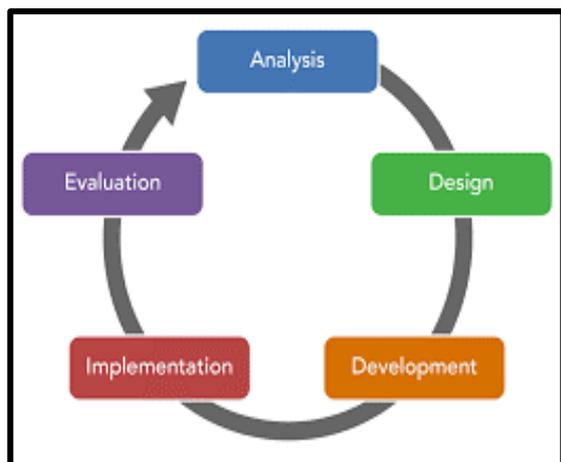


Gambar 3.1 FlowChart

Pada gambar 3.1 *flowchart* yang telah ditampilkan diatas merupakan teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam proses penelitian ini, dapat dilihat melalui proses pertama yaitu mengunjungi mitra. Kegiatan tersebut dilakukan setelah menentukan lokasi mitra dan mendapatkan izin dari mitra, tahap selanjutnya adalah pengumpulan data yaitu melakukan wawancara terhadap mitra sebagai metode untuk mengumpulkan info info penting yang diperlukan untuk bahan pengeditan video *motion graphic* pada penelitian ini, setelah mendapatkan data yang diperlukan kemudian penulis mulai membuat konsep sketch kasar seperti storyboard, setelah proses tersebut telah disetujui oleh pihak mitra maka akan dilanjutkan pada proses pembuatan asset yang sesuai dengan storyboard tersebut. Selanjutnya memasuki ke tahap pembuatan video iklan *motion graphic* yang merupakan tahap dimana memasukkan animasi dan asset seperti warna, backsound, dan lainnya serta revisi dari mitra sebagai sentuhan akhir untuk menyelesaikan dan memfinalisasikan penelitian project video *motion graphic* ini. Metode yang akan digunakan pada proyek “Pembuatan dan Perancangan Video Iklan Motion Graphic Pada Perusahaan CV Leo Printing Batam” adalah metode ADDIE.

Metode ADDIE merupakan sebuah pendekatan sistematis dalam merancang

dan mengembangkan materi pembelajaran.



Gambar 3.2 ADDIE

Pada gambar diatas yaitu gambar 3.2 ADDIE, mempunyai 5 jenis tahap yaitu *analysis* (analisa), *design* (desain), *development* (pengembangan), *implementation* (implementasi), dan *evaluation* (evaluasi) (Wahyudi et al., 2022). Dalam setiap tahapan, pendekatan ADDIE memungkinkan penulis untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program pembelajaran secara aktif.

Proses perancangan luaran pada project, dimulai dari observasi dan melakukan wawancara terhadap project ini. Observasi untuk mencari tahu tentang mitra serta wawancara yang merupakan sebuah pertemuan sosial yang sangat akrab, di mana orang-orang melakukan interaksi bersama dengan mengajukan dan menjawab pertanyaan (Knott et al., 2022).

Tujuan pada tahap wawancara adalah untuk mendapatkan izin melalui pihak mitra serta informasi yang dibutuhkan dalam melakukan proses pembuatan video iklan yang berbasis *motion graphic* yang bertujuan untuk mempromosikan produk produk mitra. Mencari dan Menyusun proposal hingga laporan yang diperlukan untuk proses dokumentasi tertulis secara keseluruhan, Serta merencanakan

penjadwalan project yang spesifik untuk melakukan project secara terjadwal dan rapi (Sinamo, 2020).

Selanjutnya pada tahap pelaksanaan project, terdapat proses proses pembuatan dalam sebuah project seperti yang telah digambarkan pada gambar 3.2. Dimulai dari *analysis* (analisa), *design* (desain), *development* (pengembangan), *implementation* (implementasi), dan *evaluation* (evaluasi).

Analysis

Tahap analisis, yaitu melakukan pengumpulan dan mencari informasi melalui sumber terpercaya dengan wawancara (Deu, 2022), serta mencari berbagai referensi dan konsep-konsep yang mendukung dalam perancangan video iklan.

Design

Pada tahap desain yaitu merancang dan menyusun konsep dari hasil yang telah dianalisis seperti bahan foto produk, informasi company profile, visi dan misi mitra, konsep referensi video iklan, dan lainnya untuk proses pembuatan project serta perancangan objek elemen visual yang diperlukan dalam pembuatan video.

Development

Tahap pengembangan, video tersebut akan dibuat melalui aplikasi *after effect* serta saat pengembangan tersebut, penulis akan memasukkan gerakan animasi yang diperlukan seperti transisi, gerakan kiri dan kanan, dan lainnya. Serta prinsip animasi tertentu, salah satunya seperti timing yang dapat mendukung konsep video tersebut. Timing tersebut bisa dicontohkan seperti sebuah objek yang diberikan performa berdasarkan kecepatan dan akurasi sehingga dapat memberikan dampak penyampaian yang kuat dalam sebuah animasi, sehingga memberikan visual yang menarik pada video animasi tersebut (Ilmiah & Pendidikan, 2023).

Implementation

Hasil video akan diberikan kepada mitra untuk dijadikan bahan konten di sosial media. Seperti konten yang akan di unggah pada reels Instagram.

Evaluation

Mendapatkan umpan balik atau masukan melalui hasil video iklan yang berbasis *motion graphic* yang telah diimplementasikan sehingga penulis dapat mengetahui apa yang perlu di revisi dan apa yang perlu dikembangkan lagi. Disamping itu umpan balik juga bermanfaat bagi penulis yang dapat membantu mengidentifikasi masalah, serta meningkatkan ide untuk meningkatkan kualitas dalam video tersebut sehingga pengalaman penulis dapat bertambah seiring waktu berjalan (Chan et al., 2021).

Dalam kegiatan project pembuatan video ini, berlangsung pada awal bulan April hingga July paling lama.

Pembahasan

Dalam perancangan luaran kegiatan, hasil yang dirancang berupa video iklan yang berbasis *motion graphic* tersebut telah terselesaikan. Proses yang telah dilalui oleh penulis tersebut dimulai dari mengumpulkan informasi, menyusun konsep kasar dengan tertulis, desain dan edit gambar yang diperlukan, penyusunan elemen elemen dengan alur yang sesuai di konsep yang telah tersedia pada composition *after effect*, malakukan pengembangan pada proses pembuatan video seperti menambahkan suara dan lainnya, kemudian hasil video dikirimkan ke pihak mitra untuk mendapatkan masukan dan dijadikan bahan konten di sosial media.

Konsep Sketch Kasar			
No.	Scene	Gambar/konsep	Keterangan
1	1	<p>"Anda butuh jasa percetakan?"</p> <p>Seperti : "Jenis jenis produk percetakan"</p> <p>"Contoh :"</p> 	<p>Scene awal yang terdapat text bertuliskan "anda butuh jasa percetakan?" sebagai pembuka video/intro.</p>
2	2		<p>Di scene ini akan memunculkan jenis jenis produk apa aja yang disediakan oleh Leo Printing. Seperti : Stiker mobil, box, buku, poster, id card, pin gantung, mug full colour, stiker tinta tahan air, stiker bahan khusus pelek setir, kalender dan kalender meja, kop surat, menu restoran, kartu nama, browser full colour, stempel emboss, stempel auto/manual, branding mobil, papan nama, Neon box, umbul umbul, standing x-banner, roll up banner, mini standing x banner ukuran a3.</p>

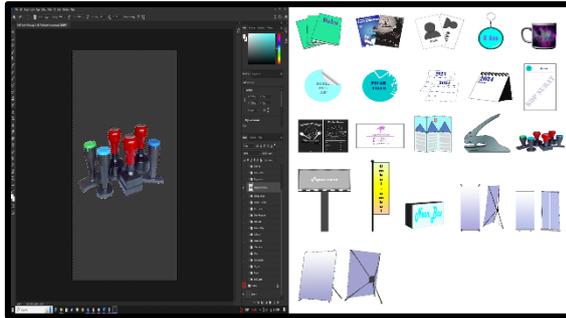
Gambar 4.1 Konsep Kasar Hal 1

Konsep Sketch Kasar			
No.	Scene	Gambar/konsep	Keterangan
			
3	3	<p>Solusinya :</p> 	<p>Transisi ke logo perusahaan.</p>
4	4	<p>"Mengapa leo printing? Karena leo printing telah memproduksi berbagai produk seperti :"</p> <p>"gambar/foto produk yang pernah di buat"</p>	<p>Di scene ini akan menampilkan text yang memuliskan "mengapa leo printing?" dan text "karena leo printing telah memproduksi berbagai produk seperti :". selanjutnya akan ditampilkan gambar/foto hasil produk yang pernah diproduksi oleh perusahaan.</p>
5	5	<p>Logo</p> <p>Alamat dan nomor telepon</p>	<p>Di scene ini akan mempromosikan alamat dan nomor perusahaan percetakan Leo printing.</p>

Gambar 4.2 Konsep Kasar Hal 2

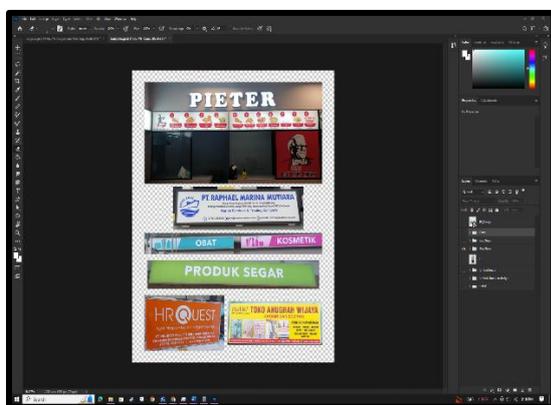
Pada gambar 4.1 Konsep Kasar Hal 1 dan 4.2 Konsep Kasar Hal 2 diatas merupakan isi dari penyusunan konsep kasar yang tertulis, konsep tersebut bermanfaat bagi penulis untuk proses pembuatan video sehingga dapat mempermudah bagi penulis ketika ingin memulai pembuatan video iklan yang berbasis *motion graphic*. Di gambar tersebut terdapat 5 scene yang akan dibuat di dalam video *motion graphic*

sebagai gambaran awal dalam alur video iklan tersebut.



Gambar 4.3 Proses Pembuatan dan Edit Gambar Jenis Produk

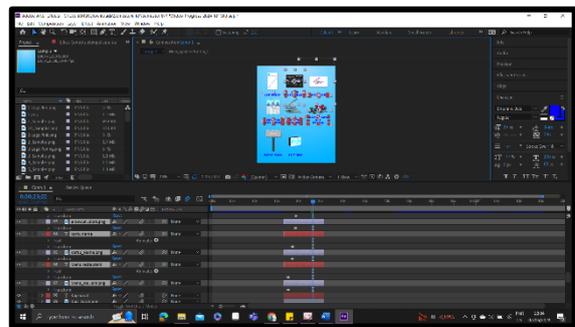
Pada gambar 4.3 Proses Pembuatan dan Edit Gambar Jenis Produk diatas merupakan gambaran proses editan, desain tersebut digunakan untuk bahan video pada scene 2, aplikasi yang digunakan pada proses pengeditan desain yaitu *adobe photoshop cc 2019*. Jumlah yang di desain terdapat 21 desain yang telah di buat dan di edit. Referensi dari desain gambar tersebut didapatkan melalui gambar asli yang diberikan oleh pihak mitra, sehingga penulis mendesain Sebagian *object* menjadi versi 2 dimensi, yang bertujuan untuk meminimalisir resiko terkenanya plagiat ketika hasil video telah di unggah di sosial media.



Gambar 4.4 Proses Penyusunan Gambar Produk

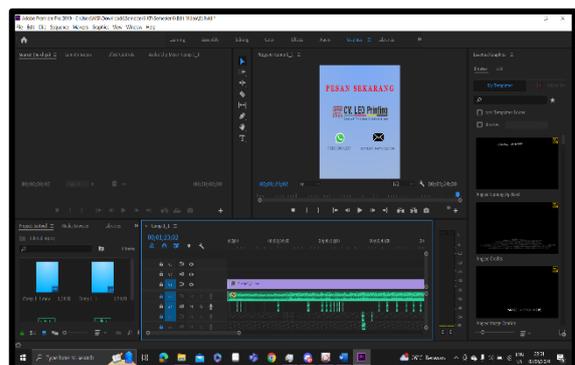
Pada gambar 4.4 Proses Penyusunan Gambar Produk diatas merupakan proses penyusunan produk gambar yang telah dihasilkan oleh mitra, disini penulis

melakukan pengeditan seperti memotong gambar yang diperlukan dan tidak diperlukan. Selanjutnya menyusun sebagian jenis urutan produk sesuai dengan sepemahaman penulis, setelah selesai pengeditan, penulis akan meneruskan proses tersebut pada tahap proses pengembangan video. Pada bagian gambar produk, pengerjaan terdapat pada scene 4 di konsep sketch kasar yang tertulis.



Gambar 4.5 Proses Pembuatan Video Motion Graphic

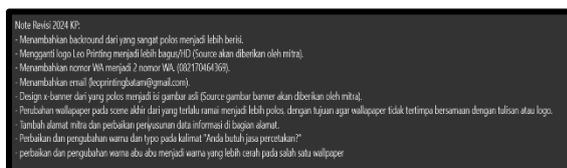
Pada gambar 4.5 Proses Pembuatan Video *Motion Graphic* diatas adalah gambar proses pembuatan video *motion graphic*, yang dimana penulis menyusun semua desain untuk di urutan dan dianimasikan menjadi sebuah video. Penulis menyusun alur video bedasarkan konsep alur yang telah dibuat pada *sketch* kasar yang terdapat di gambar 4.1 Konsep Kasar Hal 1 dan 4.2 Konsep Kasar Hal 2. Aplikasi yang digunakan pada proses pembuatan video adalah *adobe after affect 2019*.



Gambar 4.6 Proses Pengeditan Sound dan Baksound Pada Video Motion Graphic

Pada gambar 4.6 Proses Pengeditan Sound dan Backsound Pada Video *Motion Graphic* diatas merupakan gambar proses pengeditan *sound* dan *backsound* pada video *motion graphic*, disini penulis melakukan penyusunan *sound effect* sesuai dengan animasi dan transisi yang terdapat pada hasil video, yang bertujuan untuk membuat video tersebut lebih menarik dan tidak terasa kosong. Untuk *sound effect*, penulis menggunakan *sound library* youtube dengan jenis lagu instrument yang berguna untuk mengisi *backsound* pada video tersebut. Aplikasi yang digunakan untuk melakukan proses pengeditan *backsound* dan *sound effect* tersebut menggunakan aplikasi *adobe premier pro* 2019.

Pada tahap implementasi luaran, Setelah penulis menghasilkan video pertama yang telah selesai pada tahap pengeditan, penulis akan memberikan hasil video tersebut kepada mitra untuk melakukan evaluasi. Apabila pada video yang dianalisa oleh mitra tersebut masih kurang, maka penulis akan menerima revisi revisi yang diberikan oleh pihak mitra tersebut.



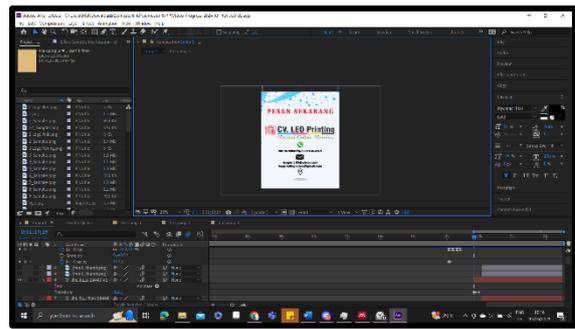
Gambar 4.7 Revision Notes

Gambar 4.7 *Revision Notes* diatas merupakan list revisi yang pernah dikerjakan oleh penulis. Hal tersebut seperti perbaikan pada *backround*, *fonts*, warna dan *design* lainnya.

Gambar 4.8 Revisi Akhir Scene

Gambar 4.8 Revisi Akhir *Scene* diatas merupakan salah satu revisi dibagian akhir scene. Disini terdapat perubahan *backround* yang awalnya polos biru menjadi putih dan sedikit desain yang berwarna biru, terdapat juga perubahan

terhadap posisi dan animasi pada *object*



serta tulisan, penambahan tulisan juga terdapat pada email dan nomor mitra yang menjadi 2 jenis.

Setelah tahap pembuatan dan pengembangan video serta masukan dari mitra seperti revisi-revisi yang telah diselesaikan, pihak mitra akan melakukan pengunggahan video iklan tersebut. Di sini, penulis dapat melakukan analisis dan pemantauan terhadap video yang telah diunggah dengan tujuan untuk menilai apakah konten yang dihasilkan menarik dan dapat menyesuaikan dengan target pasar. Selain itu, penulis dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan yang ada sehingga dapat melakukan perbaikan yang lebih baik di masa depan.

Simpulan

Pada proyek "Pembuatan dan Perancangan Video Iklan Motion Graphic Pada Perusahaan CV Leo Printing Batam" telah dirancang dengan tujuan untuk meningkatkan visibilitas dan popularitas produk CV. Leo Printing melalui konten video yang menarik dan informatif. Dengan memanfaatkan metode ADDIE, penulis berhasil mengumpulkan informasi, merancang konsep, mengembangkan elemen visual, dan mengimplementasikan video iklan *motion graphic*. Proses evaluasi juga dilakukan untuk memastikan bahwa video memenuhi standar kualitas dan dapat diterima oleh mitra. Dengan adanya video iklan ini, dengan harapan dapat lebih efektif dalam menjangkau target pasar dan meningkatkan citra perusahaan CV. Leo Printing.

Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah melakukan analisis berkala terhadap kinerja video iklan di berbagai *platform* sosial media yang bertujuan untuk memaksimalkan dampak dari video iklan *motion graphic* yang telah dibuat. Analisis ini penting untuk mengukur efektivitas dan dampak dari konten yang diunggah, sehingga dapat dilakukan optimasi konten di masa mendatang. Selain itu, perlu meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan melalui interaksi aktif di sosial media.

Dengan melibatkan pelanggan, misalnya melalui tanya jawab, survei, atau kontes, perusahaan dapat meningkatkan engagement dan memperkuat hubungan dengan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan daya tarik produk. Berinovasi dan mengikuti tren terbaru dalam bidang *motion graphic* dan digital marketing. Dengan mengikuti perkembangan terbaru, perusahaan dapat memastikan kontennya tetap relevan, menarik, dan mampu bersaing di pasar yang dinamis.

Daftar Pustaka

- Chan, K. W., Li, S. Y., Ni, J., & Zhu, J. J. (2021). What Feedback Matters? The Role Of Experience In Motivating Crowdsourcing Innovation. *Production and Operations Management*, 30(1), 103–126. <https://doi.org/10.1111/poms.13259>
- Deu, I. (2022). Film Animasi Pengenalan Stock Investment dengan Metode Motion Graphic. *Journal of Information System and Technology*, 3(2), 62. <https://doi.org/10.37253/joint.v3i2.6795>
- Idris, I., Pangaribuan, H. R., & Khair, R. (2022). Perancangan Motion Graphic Video Animasi Sebagai Sarana Iklan Promosi Dan Informasi. *Data Sciences Indonesia (DSI)*, 2(2), 60–66. <https://doi.org/10.47709/dsi.v2i2.1929>
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2023). 12 Prinsip Animasi Dalam Film Stopmotion “Shaun The Sheep.” 9(September), 59–68.
- Knott, E., Rao, A. H., Summers, K., & Teeger, C. (2022). Interviews in the social sciences. *Nature Reviews Methods Primers*, 2(1). <https://doi.org/10.1038/s43586-022-00150-6>
- Sinamo, P. (2020). Analisa Penjadwalan Waktu Dan Anggaran Biaya Proyek Dengan Metode Work Breakdown Structure (Wbs). *Digital Repository Universitas Medan Area*.
- Umbara, F. W. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis (JMSAB)*, 4(2), 572–581. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.366>
- Wahyudi, A., Dwi Agustin, R., Ambarawati, M., & Utomo, I. B. (2022). Pengembangan Media Aplikasi Geotri Pada Materi Geometri Berbasis Mobile Learning. *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik (JI-MR)*, 3(2), 62–70.
- Wawolumaya, E. D., Tampi, D. L., Rogahang, J. J., & ... (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rose Collection. ... : *Journal Of ...*, hal 2. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/Innovative/article/view/3344%0Ahttps://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/Innovative/article/download/3344/2197>