

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK
SOSIAL MEDIA INSTAGRAM “BAR MOTOR”



Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mengambil Mata Kuliah Tugas Akhir

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

RETZKIE ARIEFFIANO DIAZ

42319120027

Dosen Pembimbing :

Nandang Wahyu Setia Abdi Buana, S.Sn, M.IKom

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2025

	LEMBAR PERNYATAAN LAPORAN TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCUBUANA	
---	---	---

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Retzkie Arieffiano Diaz
 Nomor Induk Mahasiswa : 42319120027
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan Mata Kuliah/ Skors/ DO.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 13 Agustus 2025

Yang memberikan pernyataan,



Retzkie Arieffiano Diaz

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Retzkie Arieffiano Diaz
NIM : 42319120027
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Motion Graphic Untuk Sosial Media Instagram "Bar Motor"

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Nandang Wahyu Setia Abdi Buana, S.Sn, M.Ikom
NIDN : -
Ketua Penguji : Nandang Wahyu Setia Abdi Buana, S.Sn, M.Ikom
NIDN : -
Penguji 1 : Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds
NIDN : 0317078006
Penguji 2 : Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0318017604



Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan/
Fakultas Desain dan Seni Kreatif



(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

ABSTRAK

Perancangan video *motion graphic* untuk BAR Motor, bengkel spesialis BMW di Bekasi, bertujuan meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas komunikasi pemasaran melalui video yang menggabungkan elemen *motion graphic* dengan *real-life footage*. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan target audiens, teridentifikasi kebutuhan untuk penyajian pesan yang jelas, visual yang menarik, serta distribusi konten yang tepat sasaran. Proses perancangan berfokus pada desain komunikasi visual dengan penekanan pada elemen warna, tipografi, animasi *motion graphic*, dan narasi yang menguatkan citra profesional BAR Motor. Media utama berupa video promosi yang dirancang khusus untuk *platform* Instagram Reels serta berbagai media digital lainnya. Evaluasi dilakukan melalui uji coba langsung dengan audiens sasaran untuk mengukur respons serta efektivitas penyampaian pesan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan keterlibatan audiens dan penguatan citra BAR Motor sebagai bengkel terpercaya dan profesional. Rancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan pengembangan konten promosi efektif di sektor otomotif, khususnya layanan bengkel.

Kata Kunci: desain video promosi, *motion graphic*, *real life footage*, *branding*, pemasaran digital, bengkel BMW, BAR Motor.

ABSTRACT

This motion graphic video design project for BAR Motor, a BMW specialist workshop in Bekasi, aims to enhance visual appeal and marketing communication effectiveness through a video that integrates motion graphic elements with real-life footage. Based on observations and interviews with the target audience, there is a clear need for delivering clear messages, attractive visuals, and appropriately targeted content distribution. The design process focuses on visual communication with an emphasis on color, typography, motion graphic animation, and narration that strengthen BAR Motor's professional image. The primary medium is a promotional video specifically tailored for Instagram Reels and various other digital platforms. Evaluation was conducted through direct testing with the target audience to measure response and message delivery effectiveness. The evaluation results show increased audience engagement and strengthened BAR Motor's image as a trusted and professional workshop. This design is expected to serve as a reference for developing effective promotional content in the automotive sector, particularly workshop services.

Keywords: *promotional video design, motion graphics, real-life footage, branding, digital marketing, BMW workshop, BAR Motor.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk meraih gelar Sarjana Desain Strata Satu (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Meruya, Jakarta Barat. Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Nandang Wahyu Setia Abdi Buana, S.Sn, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dan motivasi selama proses penyusunan laporan ini.
2. Keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan moral.
3. Rekan-rekan di Program Studi DKV yang membantu dalam proses diskusi dan motivasi.
4. BAR Motor (Rahman, Farhan, dll.) yang telah memberikan kesempatan dan informasi yang diperlukan dalam perancangan ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah berkontribusi dalam penyelesaian laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jakarta, 17 Juli 2025

Penulis

Retzkie Arieffiano Diaz

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Rumusan Masalah Perancangan.....	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Manfaat Perancangan	3
BAB II METODE PERANCANGAN.....	4
2.1 Orisinalitas	4
2.2 Target Perancangan	7
2.2.1 Demografis.....	7
2.2.2 Psikografis.....	7
2.2.3 Geografis.....	7
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi.....	7
2.3.1 Relevansi Studi	7
2.3.2 Konsekuensi Studi.....	8
2.4 Skema Proses Perancangan	15
2.4.1 Menentukan Masalah	15
2.4.2 Pengumpulan Data.....	15
2.4.3 Perancangan Konsep	16

2.4.4	Tahap Pre-Production	19
2.4.5	Tahap Production.....	20
2.4.6	Tahap Post-Production	21
2.4.7	Uji Kelayakan Karya	23
2.4.8	Realisasi Karya	23
2.4.9	Pameran Karya	23
BAB III DATA DAN ANALISIS PERANCANGAN		24
3.1	Positioning & Konsep Desain.....	24
3.1.1	Positioning Karya.....	24
3.1.2	Konsep Desain	25
3.2	Strategi Desain Visual	26
3.2.1	Strategi Pesan.....	26
3.2.2	Strategi Visual	27
3.2.3	Strategi Distribusi Karya	27
BAB IV HASIL KARYA DKV		29
4.1	Deskripsi Karya	29
4.1.1	Visual Karya	29
4.1.2	Strategi Hasil Relevansi Karya dengan Masalah Perancangan.....	36
4.2	Pameran Karya	46
4.3	Hasil Uji Desain	47
4.5	Evaluasi Perancangan Karya.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		57
DAFTAR NARASUMBER/ INFORMAN		61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi atau Karya Sejenis	6
Tabel 2. 2 Biaya perancangan dan produksi	14
Tabel 3. 1 Elemen dan deskripsi untuk perancangan video	25
Tabel 4. 1 Distribusi Karya Instagram Reels	41
Tabel 4. 2 Distribusi Karya Instagram Story	42
Tabel 4. 3 Distribusi Karya untuk Pameran (Brosur Cetak)	43
Tabel 4. 4 Distribusi Karya untuk Pameran (Poster Cetak).....	43
Tabel 4. 5 Distribusi Karya untuk Pameran (Stiker)	44
Tabel 4. 6 Distribusi Karya untuk Pameran (Oil Tag)	45
Tabel 4. 7 Pameran Hari Pertama	46
Tabel 4. 8 Pameran Hari Kedua	47
Tabel 4. 9 Kategori dan Rincian dari Target Audiens.....	48
Tabel 4. 10 Evaluasi Perancangan Karya	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Ilustrasi prinsip animasi. Sumber (animost.com)	11
Gambar 2. 2 Logo software Adobe After Effects, Illustrator, dan Photoshop. (Sumber: Adobe Inc.)	12
Gambar 2. 3 Logo software Canva. (Sumber: Canva Pty Ltd.).....	12
Gambar 2. 4 Apple Mac Mini M4 (Sumber: Sukhdeep/ iPhone Visuals).....	13
Gambar 2. 5 Audio Technica ATH-PRO700MK2 (Sumber: google.com)	13
Gambar 2. 6 Apple iPhone 14 Pro Max (Sumber: gsmarena.com)	14
Gambar 2. 7 Skema Proses Perancangan (Sumber: Pribadi)	15
Gambar 2. 8 Gradasi warna	17
Gambar 2. 9 Font Poppins Bold	17
Gambar 2. 10 Logo BAR Motor	18
Gambar 2. 11 Storyboard (Sumber: Pribadi)	19
Gambar 2. 12 Foto atau cuplikan dari footage saat production (Sumber: Pribadi)	21
Gambar 2. 13 Tangkapan layar atau screenshot dari software Adobe After Effects pada saat tahap Post-Production	23
Gambar 2. 14 Tangkapan layar atau screenshot dari Sosial Media Instagram dan TikTok BAR Motor	23
Gambar 4. 1 Gradarsi Warna	32
Gambar 4. 2 Font Poppins Bold	34
Gambar 4. 3 Fitur Adobe After Effects Tracker (Sumber: Pribadi)	35
Gambar 4. 4 Fitur Adobe After Effects Motion Blur, Graph Editor, Keyframing	36
Gambar 4. 5 Tangkapan layar atau screenshot dari hasil Umpan Balik Pengguna saat Pameran.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Bukti Bimbingan/ Asistensi Dosen	63
Lampiran 2 - Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir	64
Lampiran 3 - Catatan Revisi Dosen PengujiLampiran 4 - Lembar Pernyataan Similarity Check.....	65
Lampiran 5 - Hasil Turnitin	69
Lampiran 6 - Dokumentasi Pameran	70
Lampiran 7 - Lembar Kuisisioner	72

