

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	2
1.2.1. Identifikasi Masalah	2
1.2.2. Rumusan Permasalahan	3
1.3. Fokus Permasalahan.....	3
1.3.1. Apa (<i>What</i>).....	3
1.3.2. Siapa (<i>Who</i>)	3
1.3.3. Kenapa (<i>Why</i>)	3
1.3.4. Kapan (<i>When</i>).....	3
1.3.5. Dimana (<i>Where</i>).....	3
1.3.6. Bagaimana (<i>How</i>)	3
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.5. Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1. Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2. Metode Analisis Data	5
1.6. Kerangka Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB 2 LANDASAN TEORI	8
2.1. Strategi Desain	8
2.1.1. Analisis Internal	8
1. Analisis SWOT	8
2.1.2. Analisis External.....	9
1. Analisa PEST.....	9
2. <i>Porter's 5 Forces</i>	11
3. Analisis STP	13
2.1.3. Analisis Pasar	16
1. <i>Product Life Cycle</i>	16
2. <i>Ansoff Matrix</i>	17
2.1.4. Analisis Kompetitor.....	18
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	19
1. <i>Marketing Mix</i>	19
A. <i>Product</i>	19
B. <i>Price</i>	19
C. <i>Place</i>	20
D. <i>Promotion</i>	20

<i>E. People</i>	20
<i>F. Process</i>	20
<i>G. Physical Evidence</i>	21
2. AISAS	21
<i>A. Attention</i>	21
<i>B. Interest</i>	21
<i>C. Search</i>	22
<i>D. Action</i>	22
<i>E. Share</i>	22
3. Pemasaran B2B	22
<i>A. Define Market</i>	23
<i>B. Generating Awareness</i>	23
2.3. DKV	27
2.3.1. Unsur Desain Komunikasi Visual	27
2.3.2. Komposisi Desain Komunikasi Visual	30
2.4. Multimedia.....	33
1. Teks	33
2. Grafik.....	33
<i>A. Raster (Bitmap)</i>	34
<i>B. Vector</i>	34
3. Video	34
4. Audio	34
2.5. <i>Motion Graphic</i>	34
2.4.1. <i>Komponen Motion Graphic</i>	35
1. <i>Storyline dan Storyboard</i>	35
2. <i>Moodboard</i>	35
3. <i>Infografik</i>	35
4. <i>Ilustrasi</i>	36
5. <i>Ikon</i>	36
6. <i>Tipografi</i>	36
7. <i>Spatial Transformation</i>	37
8. <i>3D</i>	38
9. <i>Direction</i>	38
10. <i>Frame Mobility</i>	39
11. <i>Velocity</i>	39
12. <i>Layout</i>	40
2.6. Animasi.....	40
2.5.1. 12 Prinsip Animasi	40
1. <i>Squash and Stretch</i>	40
2. <i>Anticipation</i>	41
3. <i>Staging</i>	41
4. <i>Straight ahead action and pose to pose</i>	42
5. <i>Follow through and overlapping action</i>	43
6. <i>Slow In dan Slow Out</i>	44
7. <i>Arc</i>	44

8. <i>Secondary action</i>	45
9. <i>Timing</i>	45
10. <i>Exaggeration</i>	46
11. <i>Solid</i>	<i>drawing</i>
46	
12. <i>Appeal</i>	47
2.7. <i>Story Telling</i>	47
2.6.1. <i>Three Act Structure</i>	47
2.8. Kerangka Teori	49
2.9. Asumsi	51
BAB 3 DATA DAN ANALISIS DATA.....	52
3.1. Data Objek Penelitian	52
3.1.1. Data Institusi Pemberi Proyek.....	52
3.1.2. Data Produk	54
3.1.3. Data Khalayak Sasaran	55
3.1.4. Data Visual Terdahulu	56
3.1.5. Data Pesaing	58
3.1.6. Data Visual Konten <i>Motion Graphic</i> Pesaing.....	61
3.1.7. Data Wawancara	64
a. Wawancara Internal & Praktisi <i>Motion Graphic</i>	64
b. Wawancara Khalayak Sasar.....	67
3.2. Analisis Data.....	71
3.2.1. Analisis Data Institusi Pemberi Proyek	71
3.2.2. Analisis Produk	71
3.2.3. Analisis Data Khalayak sasaran.....	71
3.2.4. Analisis Data Pesaing.....	74
3.2.5. Analisis Data Visual Konten <i>Motion Graphic</i> Pesaing.....	75
3.2.6. Analisis Data Wawancara.....	76
a. Analisis Data Wawancara Internal & Praktisi <i>Motion Graphic</i>	76
b. Analisis Data Wawancara Khalayak Sasar	77
3.3. Formulasi Strategi Desain.....	77
3.3.1. Analisis PEST.....	77
a. Faktor Politik	77
b. Faktor Ekonomi.....	79
c. Faktor Sosial	79
d. Faktor Teknologi	80
3.3.2. Analisis SWOT PT GIT Solution	81
a. Strength	81
b. Weakness.....	81
c. Opportunities	81
d. Threat.....	81
3.3.3. Analisis Porter's 5 Forces	83
3.3.4. Analisis Ansoff Matrix.....	85
3.3.5. Analisis Product Life Cycle.....	85
3.3.6. Analisis Marketing Mix	86
3.3.7. Analisis AISAS	89

3.3.8. Analisis Media Pemasaran B2B.....	91
3.4. Penarikan Kesimpulan	94
BAB 4 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	101
4.1. Konsep Perancangan.....	101
4.1.1. Konsep Pesan.....	101
1. Big Idea	101
2. Tujuan Pesan	101
3. Strategi Pesan	101
4.1.2. Konsep Pesan.....	102
4.1.3. Konsep Visual	102
4.1.4. Moodboard.....	103
4.1.5. Warna	103
4.1.6. Ilustrasi	104
4.1.7. Ikon	105
4.1.8. Tipografi.....	105
4.1.9. Layout.....	105
4.1.10. Konsep Media	105
4.2. Proses & Hasil Perancangan	106
4.2.1. Proses perancangan.....	106
a. Praproduksi	106
2. Three act structure	107
3. Matrix Storyline	107
4. Storyboard.....	109
5. <i>Voiceover</i>	114
b. Produksi.....	114
1. Perancangan Desain Karakter	115
2. Proses Pembuatan Aset Visual	116
6. Aset Visual.....	119
7. Animasi	124
c. Pasca Produksi.....	127
4.2.2. Hasil perancangan <i>Video Explainer</i>	129
4.3. Media Pendukung	130
4.3.1. <i>Thumbnail</i>	130
4.3.2. Brosur	131
4.3.3. <i>Instagram Post</i>	132
1. <i>Content Plan Layout</i>	132
2. <i>Content</i>	132
4.3.4. <i>Instagram Story</i>	134
4.3.5. LinkedIn	134
1. <i>LinkedIn Post</i>	135
2. <i>LinkedIn Ads</i>	135
4.3.6. <i>Tiktok atau Instagram Reels</i>	136
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	137
1. Kesimpulan.....	137
2. Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA	139