



BAB II

TINJAUAN LITERATUR

Tinjauan adalah tinjauan komperhensif dari penelitian tentang topik tertentu.

Tinjauan literatur bertujuan untuk mengembangkan informasi pengetahuan yang telah diteliti sebelumnya. Pada penelitian ini mengutip berbagai Jurnal Bahasa Rupa, Jurnal Selodang Mayang, Jurnal Tekno Kompak dan *Journal of Applied Multimedia and Networking*.

2.1 Motion Graphic

Motion Graphic adalah seni visual yang bergerak dengan menggabungkan elemen animasi, desain dan suara untuk menciptakan karya yang dinamis serta menarik. Seni visual ini merupakan bentuk komunikasi visual yang dipakai untuk menceritakan cerita, menyampaikan pesan atau mengkomunikasikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan baik dibandingkan menggunakan media statis. Adapun beberapa kajian literatur dari animasi *motion graphic* sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Review Artikel Terdahulu

No	Penulis Dan Tahun	Judul	Penjelasan Jurnal
1.	Syarifah Shakila Alatas (2020).	Perancangan <i>Motion Graphic</i> Iklan Layanan Aplikasi Garuda Kasir Sebagai Media Promosi di Sosial Media	Pembuatan motion graphic menggunakan metode Villamil-Molina dengan lima tahap: development, preproduction, production, postproduction, dan delivery. Hasilnya berupa video motion graphic 2 menit format MP4. Motion graphic yang dirancang efektif sebagai media promosi aplikasi Garuda Kasir.

Tabel 2 1 Review Artikel Terdahulu (Lanjutan)

No	Penulis Dan Tahun	Judul	Penjelasan Jurnal
2.	Nirwan Faizin, M. Makrus Ali, dan Dhani Ariatmanto (2019).	Perancangan Iklan <i>Motion Graphic</i> Keselamatan Berlalu Lintas Sebagai Knowledge Management Pada Media Sosial	Merancang iklan motion graphic berdurasi 60 detik yang memuat data angka kecelakaan di DIY, pesan persuasif, dan informasi standar keselamatan berkendara seperti penggunaan helm SNI dan kondisi kendaraan layak jalan. Proses pembuatan motion graphic meliputi tahapan pembuatan ide cerita, penulisan naskah, pembuatan storyboard, pembuatan objek menggunakan CorelDraw, penggerakan objek dengan Adobe After Effect, serta pemberian audio dan dubbing dengan Adobe Premier. Hasil akhir video dipublikasikan melalui media sosial Instagram dan YouTube Polresta Yogyakarta.
3.	Nisa Nur Haniva, Hendra Kurniawan (2022).	Pembuatan Animasi 2D "Ngreksa Budaya" Menggunakan Teknik <i>Frame By Frame</i> Dan <i>Motion Graphic</i>	Animasi diselesaikan melalui 3 tahap pembuatan yaitu pra produksi(pengembangan ide, riset dan perancangan karakter), produksi pembuatan karakter,background, animasi dan rendering). Tahap yang terakhir adalah pasca produksi (<i>editing dan rendering</i>).[9]
4.	Fandy Adam Satrio , Rizqi Sukma (2019).	Pembuatan Video Promosi dengan <i>Motion Graphic</i> pada Gerakan dan Aksi untuk Pendidikan Indonesia	Membuat video promosi untuk Gerakan dan Aksi untuk Pendidikan Indonesia (GAP) menggunakan teknik motion graphic, mengatasi keterbatasan media promosi sebelumnya seperti brosur dan poster. Melalui proses pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan menggunakan berbagai software seperti CorelDraw, Adobe Illustrator, After Effects, dan Premiere Pro.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Tabel 2 1 Review Artikel Terdahulu (Lanjutan)

No	Penulis Dan Tahun	Judul	Penjelasan Jurnal
5.	Muhammad Rizal, Butsiarah, Muhammad Ashar Pahany (2021).	Perancangan Animasi <i>Motion Graphic</i> Sebagai Media Promosi STMIK AKBA	Video animasi <i>motion graphic</i> sebagai media promosi untuk STMIK AKBA di Sulawesi Selatan, menggunakan metode penelitian dan pengembangan. Tim peneliti mengembangkan video promosi melalui enam tahapan: konsep, desain, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian, dan distribusi, dengan menggunakan gaya visual kartun sederhana dan warna brand STMIK AKBA.
6.	Dwi Cahyani Wulandari, Bhanu Sri Nugraha (2019).	Perancangan Iklan Pada Wisata Water Byur Gunungkidul Menggunakan Teknik <i>Liveshoot</i> Dan <i>Motion Graphic</i>	Merancang iklan untuk Wisata Water Byur di Gunungkidul menggunakan teknik <i>LiveShoot</i> dan <i>Motion Graphic</i> . promosi objek wisata yang sebelumnya merupakan sumber mata air biasa. Melalui metode analisis SWOT dan pembuatan video berdurasi 1 menit 5 detik, peneliti berhasil membuat iklan yang memvisualisasikan fasilitas, lokasi, dan informasi penting wahana.
7.	Dwi Krisbiantoro, Sitaresmi Wahyu Handani, Ilfa Jawahiril Falah (2021).	Video animasi <i>motion graphic</i> dan <i>tipografi kinetik</i> sebagai media sosialisasi pencegahan virus corona	Video animasi 2D Penyuluhan Pencegahan Penularan Virus Corona Menggunakan teknik tipografi kinetik, Tahapan tahapan dalam pembuatan video animasi ini telah sesuai dengan metode yang ada yaitu <i>concept, design, collecting material, Assembly, testing</i> .
8.	Bayu Rianto, Muh. Rasyid Ridha, Indrawan Alsah (2022).	Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Untuk Mata Pelajaran Pjok di SMAN 1 Tembilahan.	Media pembelajaran berbasis multimedia untuk mata pelajaran PJOK diSMAN 1 Tembilahan yang pada penelitian ini menggunakan metode MDLC dengan enam tahapan yaitu <i>Concept, Design, Material collecting, Assembly, Testing</i> , dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Tabel 2 1 Review Artikel Terdahulu (Lanjutan)

No	Penulis Dan Tahun	Judul	Penjelasan Jurnal
			Distribution. Pengujian (testing) dilakukan melalui kuesioner. Kuesioner dilakukan untuk mengetahui apakah media pembelajaran serta isi dari media pembelajaran berbasis multimedia sudah sesuai sehingga media pembelajaran dapat digunakan dan diterapkan yaitu SMAN 1 Tembilahan.
9.	Bayu Rianto dan Indrawan Alsa (2021).	Perancangan Aplikasi Promosi Universitas Islam Indragiri Berbasis Multimedia Interaktif	Multimedia ini akan mampu memuat informasi yang di sertai gambar. Di dalam media ini juga akan menampilkan profil dan penjelasan lengkap tentang Universitas Islam Indragiri. Media ini nantinya akan dikemas dalam bentuk aplikasi android yang memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya. Metode penelitian yang digunakan adalah analisa pieces dan pemodelan UML.
10.	Dede Nuriman dan Dwi Yuli Prasetyo (2021).	Iklan Media Promosi Unisi Berbasis Animasi 2 Dimensi	Merancang sistem multimedia berbasis animasi 2D untuk kegiatan promosi Universitas Islam Indragiri (UNISI). Metode yang digunakan meliputi animasi 2D hybrid, pembuatan motion graphic, dan pengembangan karakter animasi.
11.	Sultan, Samsudin, Fitri Yunita, Ilyas (2022).	Perancangan Desain Interior Kamar Menggunakan Software Sketchup dan 3D Blender	Perancangan desain interior kamar tidur berbasis animasi 3D menggunakan software Sketchup dan Blender 3D. Dengan pendekatan Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri dari enam tahap konsep, desain, pengumpulan material, pembuatan, pengujian, dan distribusi.
12.	Sandi Arjun Pratama, Samsudin,	Perancangan Video Company Profil	Merancang video profil berbasis multimedia interaktif untuk

Tabel 2 1 Review Artikel Terdahulu (Lanjutan)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



No	Penulis Dan Tahun	Judul	Penjelasan Jurnal
	Bayu Rianto (2022).	SMAN 2 Tembilahan	SMAN 2 Tembilahan, guna meningkatkan efektivitas promosi sekolah yang sebelumnya menggunakan media tradisional seperti brosur dan spanduk. Menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



2.2 Rangkuman

Dari penelitian diatas, penelitian ini bertujuan untuk merancang animasi *motion graphic* sebagai media promosi bagi Spageti Yum. *motion graphic* ini dirancang untuk membantu pemilik usaha mempromosikan menu secara menarik dan meningkatkan minat beli pelanggan. Metode yang digunakan meliputi analisis kebutuhan, perancangan konsep, produksi animasi, dan evaluasi hasil. Hasil yang diharapkan adalah video promosi yang efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik perhatian audiens, sehingga dapat mendukung strategi pemasaran Spageti Yum secara lebih kreatif dan modern.

Berikut adalah 12 jurnal perbandingan penelitian terdahulu, yaitu:

1. Pada jurnal Perancangan *motion graphic* iklan layanan aplikasi garuda kasir sebagai media promosi di sosial media pembuatan motion graphic menggunakan metode Villamil-Molina. [7].
2. Pada jurnal Perancangan Iklan *Motion Graphic* Keselamatan Berlalu Lintas Sebagai Knowledge Management Pada Media Sosial, proses perancangan iklan motion graphic dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu pembuatan ide cerita, penulisan naskah, pembuatan storyboard, pembuatan objek menggunakan CorelDraw, penggerakan objek dengan Adobe After Effects, serta pemberian audio dan dubbing menggunakan Adobe Premiere [8].
3. Pada jurnal pembuatan animasi 2d "ngreksa budaya" menggunakan teknik *frame by frame* dan *motion graphic* dengan proses animasi dengan 3 tahapan yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi [9].
4. Pada jurnal Pembuatan Video Promosi dengan *Motion Graphic* pada Gerakan dan Aksi untuk Pendidikan Indonesia, proses pembuatan dilakukan melalui tiga tahap: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Video berdurasi 1 menit 15 detik ini



menggunakan software seperti CorelDraw, Adobe Illustrator, After Effects, dan Premiere Pro [10].

5. Pada jurnal Perancangan Animasi *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi STMIK AKBA, penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan yang mencakup enam tahap: konsep, desain, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian, dan distribusi [11].
6. Pada jurnal Perancangan Iklan Pada Wisata Water Byur Gunungkidul Menggunakan Teknik *LiveShoot* dan *Motion Graphic*, Prosesnya melibatkan analisis SWOT dan menghasilkan video berdurasi 1 menit 5 detik yang memvisualisasikan fasilitas dan informasi lokasi wisata [12].
7. Pada jurnal Video Animasi *Motion Graphic* dan *Tipografi Kinetik* Sebagai Media Sosialisasi Pencegahan Virus Corona, video menggunakan teknik tipografi kinetik [13].
8. Pada jurnal Media Pembelajaran Berbasis Multimedia untuk Mata Pelajaran PJOK di SMAN 1 Tembilahan, menggunakan metode MDLC dengan enam tahapan, yaitu Concept, Design, Material collecting, Assembly, Testing, dan Distribution [14].
9. Pada jurnal Perancangan Aplikasi Promosi Universitas Islam Indragiri Berbasis Multimedia Interaktif, menggunakan analisis PIECES dan model pengembangan UML [15].
10. Pada jurnal Iklan Media Promosi Unisi Berbasis Animasi 2 Dimensi, menggunakan metode animasi 2D hybrid, pembuatan motion graphic, dan pengembangan karakter animasi [16].
11. Pada jurnal Perancangan Video Company Profil di SMAN 2 Tembilahan, menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri



dari enam tahap konsep, desain, pengumpulan material, pembuatan, pengujian, dan distribusi [17].

12. Pada jurnal Perancangan Desain Interior Kamar Menggunakan Software Sketchup dan 3D Blender, menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) [18].

2.3 Kesimpulan

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, penelitian yang akan dibuat adalah Perancangan Iklan *Motion Graphic* sebagai Strategi Promosi Digital pada Produk UMKM Spageti Yum. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan aplikasi, kreativitas, dan metode penelitian yang digunakan. Adapun perbedaan antara sistem promosi lama dan yang akan dibuat adalah sistem promosi lama menggunakan foto biasa dimedia sosial dan promosi yang terbatas dalam menarik perhatian pelanggan dan kurang efektif untuk menciptakan daya tarik visual yang kuat, sistem promosi yang baru berbasis video animasi dengan format *motion graphic* yang lebih menarik dan mampu menjelaskan keunggulan produk secara dinamis. video animasi yang akan dibuat menggunakan metode adalah *Villamil Molina*, dengan aplikasi pendukung *PixeLab* untuk pembuatan desain visual dan *CapCut* untuk editing animasi teks, elemen, transisi, efek dan audio. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menciptakan media promosi yang inovatif, efisien, dan mampu menarik perhatian lebih banyak pelanggan untuk produk UMKM Spageti Yum.