

## Konstruksi *Storyline* Sebagai Strategi Komunikasi *Company Profile* PT. Aliyah Perdana Wisata

Muhammad Rizal H<sup>1</sup>, Butsiarah<sup>2</sup>, Ahmad Nur Ikhsan<sup>3</sup>, Mursalim<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Teknik Informatika, Universitas Teknologi Akba Makassar  
Jl. Perintis Kemerdekaan KM 9 No.75, Makassar, Indonesia

e-mail: [rizal@akba.ac.id](mailto:rizal@akba.ac.id)<sup>1</sup>, [butsiarah@akba.ac.id](mailto:butsiarah@akba.ac.id)<sup>2</sup>, [ikhsan@gmail.com](mailto:ikhsan@gmail.com)<sup>3</sup>, [mursalim@akba.ac.id](mailto:mursalim@akba.ac.id)<sup>4</sup>

Received: February, 2021

Accepted: July, 2022

Published: October, 2022

### Abstract

*PT. Aliyah Perdana Wisata is a company engaged in organizing Hajj and Umrah. PT. Aliyah Perdana Wisata since its inception has focused on the field of organizing Hajj and Umrah, and has dispatched thousands of pilgrims each year and provided the best service to pilgrims while in the holy land. In order for Aliyah Wisata to be better known by the wider community, a promotional media in the form of video motion graphics is needed so that the delivery of interesting information and able to convey information well to potential customers. This study aims to design a company profile video for PT. Aliyah Perdana Wisata through motion graphic animation to be better known by the wider community, especially in Makassar City. This study uses the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method which consists of 5 phases, namely the concept phase (concept), the design phase (design), the material collecting phase (material collection), the assembly phase (manufacture), the testing phase (testing) and distribution phase. The final result of this research is an animated motion graphic video as a company promotion media regarding the implementation of hajj and umrah.*

**Keywords:** *multimedia; company profile; motion graphic; media promotion*

### Abstrak

*PT. Aliyah Perdana Wisata merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggara haji dan umrah. PT. Aliyah Perdana Wisata sejak awal pendiriannya telah memfokuskan pada bidang penyelenggaraan haji dan umrah, dan telah memberangkatkan ribuan jamaah tiap tahunnya serta memberikan pelayanan terbaik kepada jamaah selama berada di tanah suci. Agar Aliyah Wisata lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas maka diperlukan sebuah media promosi berupa video motion graphic agar penyampaian informasi yang menarik dan mampu menyampaikan informasi dengan baik kepada calon pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang video company profile PT. Aliyah Perdana Wisata melalui animasi motion graphic agar lebih dikenal oleh masyarakat luas khususnya di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle) yang terdiri dari 5 fase, yaitu fase concept (pengonsepan), fase design (desain), fase material collecting (pengumpulan materi), fase assembly (pembuatan), fase testing (pengujian) dan fase distribution (pendistribusian). Hasil akhir Pada penelitian ini adalah video animasi motion graphic sebagai media promosi perusahaan mengenai penyelenggaraan haji dan umrah.*

**Kata Kunci:** *multimedia; company profile; motion graphic; media promosi*

### 1. PENDAHULUAN

Informasi dalam bentuk *audio* ataupun video multimedia merupakan cara yang tepat untuk

mempermudah penyampaian informasi [1]. Salah satu manfaat aplikasi multimedia adalah untuk memvisualisasikan profil perusahaan

kepada masyarakat, sehingga multimedia dapat dicirikan sebagai penggunaan komputer untuk membentuk dan mengintegrasikan teks, grafik, audio, video dan animasi dengan menggabungkan link dan sumber daya. Multimedia juga bisa menghasilkan sesuatu yang lebih menarik [2][3].

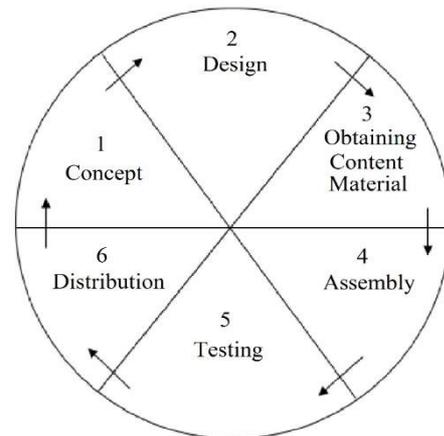
Masyarakat cenderung ingin mendapatkan dan menyimpan informasi dengan cara yang lebih cepat, efektif dan murah di era digitalisasi [4]. Kebanyakan masyarakat lebih menyukai video dibandingkan media lainnya seperti selebaran brosur atau leflet, berdasarkan penelitian terhadap kemampuan manusia dalam menerima dan mengingat informasi yang diterimanya. Penggunaan video animasi dalam penyampaian informasi lebih mudah ditangkap dan dimengerti [5].

Perusahaan *travel* di Makassar saat ini masih minim yang menggunakan teknologi informasi berbasis multimedia sebagai sarana iklan perusahaan. PT. Aliyah Perdana Wisata merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Haji dan Umrah media yang digunakan dalam promosi masih menggunakan media selebaran brosur, sehingga membutuhkan waktu lama bagi pelanggan atau calon pelanggan untuk membaca dan memahami materi perusahaan ini. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran bagi perusahaan tersebut untuk menarik calon pelanggan, berupa media *company profile* berbasis *motion graphic* [6]. Salah satu keunggulan *motion graphic* lebih mudah diserap informasinya. *Motion graphic* mampu menyederhanakan informasi pesan yang terkandung didalamnya [7], [8]. Adapun tujuan penelitian ini adalah menyediakan media promosi berupa video *company profile* PT. Aliyah Perdana Wisata agar lebih dikenal masyarakat.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi PT. Aliyah Perdana Wisata. Berkaitan dengan penelitian yang berjudul Perancangan Video *Company Profile* PT. Aliyah Perdana Wisata Berbasis Video Motion Graphics. Penelitian ini menggunakan Model pengembangan produk yang dikemukakan oleh Luther yaitu menggunakan metode MDLC

(Multimedia Development Life Cycle). Model ini terdiri dari 5 fase, yaitu fase *concept* (pengonsepan), fase *design* (desain), fase *material collecting* (pengumpulan materi), fase *assembly* (pembuatan), fase *testing* (pengujian) dan fase *distribution* (pendistribusian) [10]



Gambar 1. Tahapan model MDLC  
[Sumber: Ariesto Hadi Sutopo, 2012]

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Konsep

Fase ini merupakan fase awal atau fase praproduksi yang melibatkan proses penyusunan semua kriteria yang dibutuhkan untuk menghasilkan *motion graphic*. dilakukan beberapa kegiatan pada fase ini adalah penyusunan konsep serta alur cerita (storyline) dari video *company profile* PT. Aliyah Perdana Wisata. Pembuatan konsep dilakukan secara bersama dengan *Owner* PT. Aliyah Perdana Wisata. Untuk proyek ini, ide pembuatan video memutuskan untuk membuat video promosi pendek berbasis video *motion graphic* yang nantinya akan dipublikasikan di media sosial khususnya Instagram. Adapun konten dari tiap bagian video ini akan menjelaskan profil dan produk apa saja yang disediakan oleh Travel PT. Aliyah Perdana Wisata.

### 3.2 Storyline

Travel PT. Aliyah Perdana Wisata merupakan salah satu biro perjalanan umrah yang berlatar Jalan Boulevard Ruko Jasper 1 No 7 Kota Makassar, sesuai dengan visi dan misi dari Aliyah wisata senantiasa mengedepankan kenyamanan dan kekhusukan dalam beribadah serta menghasilkan produk jasa layanan yang memiliki harga bersaing dipasar global.

PT. Aliyah Perdana Wisata memiliki program umrah dan haji khusus serta beberapa produk Cairo, umrah plus Aqso (palestina), dan umrah plus Amman. Umrah bersama Aliyah Wisata jamaah akan mendapatkan keistimewaan berupa keamanan legalitas, harga kompetitif di kelasnya, jadwal keberangkatan yang tepat, bimbingan intensif saat umrah dan jarak hotel yang dekat dengan Masjidil Haram dan Masjid Nabawi.

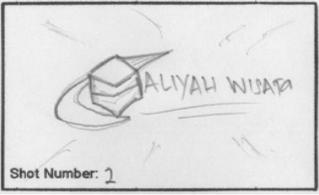
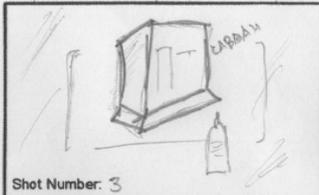
Adapun prosedur pendaftaran umrah bagi calon jamaah yaitu memilih tanggal pemberangkatan yang telah disediakan oleh Aliyah wisata, mengisi formulir pendaftaran dan melengkapi berkas yang terdapat pada persyaratan umrah. Fasilitas yang dimiliki Aliyah wisata yaitu tiket pesawat pulang dan pergi, visa umrah dan haji, hotel bintang, 3,4,& 5 makan 3 kali sehari dengan masakan Indonesia, akomodasi bus AC selama berada di Madinah dan Makkah, air zam-zam 10 liter dan ustad pembimbing dan mhutawif.

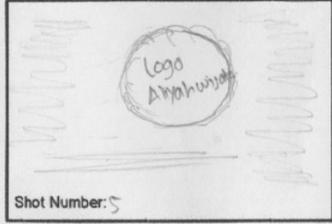
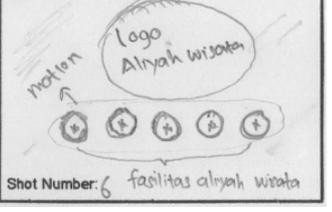
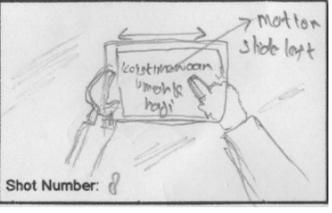
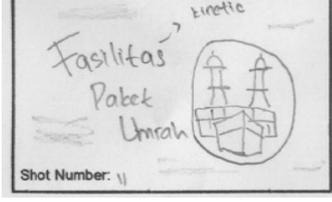
unggulan yaitu umrah regular, umrah regular bintang 4 dan 5, umrah plus Turkey, umrah plus Sehari sebelum pemberangkatan Aliyah Wisata akan melakukan manasik dan memaparkan agenda ibadah dan ziarah selama berda di Tanah Suci Makkah & Madinah. Aliyah Wisata akan memberikan kunjungan ziarah ke beberapa tempat bersejarah umat muslim yang akan didampingi Tour Leader dan Mhutawif.

### 3.3 Desain

Pada tahap ini meliputi proses perancangan desain dan proses pembuatan *storyboard* yang mengacu pada *storyline* yang telah dikerjakan sebelumnya. Setelah perancangan *storyline* selesai maka selanjutnya penulis melakukan penyusunan *storyboard* agar karakter visual dari *storyline* dapat ditampilkan melalui sketsa *storyboard* dan menjadi acuan dalam proses produksi berikutnya. *Storyboard* ini terdiri dari *scene* yang berisi *shoot* dan kemudian akan menjadi acuan dalam penyusunan tiap adegan saat proses penyatuan komponen yang telah dianimasikan. Berikut *storyboard* dari *Video Company Profile* PT. Aliyah Perdana Wisata.

**Tabel 3.1 Storyboard**

NO	STORYBOARD	VISUAL	AUDIO
1		Bumper awal Menunjukkan logo Aliyah Wisata (Cut To)	Musik (Instrument)
2		(Frame in) Gambar Ka'bah	Setiap umat muslim di dunia pasti memiliki keinginan untuk mengunjungi baitullah..
3		Terlihat seseorang melihat gambar baitullah (Cut to)	..dalam sebuah perjalanan ibadah haji atau umrah

4		(Dissolve) Logo Aliyah Wisata (Cut to)	Aliyah Wisata solusinya
5		(Frame In) Beberapa poin-poin fasilitas Aliyah Wisata (Cut to)	Aliyah Wisata memiliki program perjalanan umrah dan haji khusus yang dapat dipilih sesuai kebutuhan perjalanan anda yaitu..
6		(Frame in) Ipad menampilkan fasilitas Aliyah Wisata (Frame out)	Bersama Aliyah Wisata anda mendapatkan keistimewaan umroh dan haji yaitu
7		(frame in) Fasilitas paket umrah Serta gambar masjidil haram (frame out)	Nikmati Fasilitas yang akan anda dapatkan dari paket umrah Aliyah Wisata..

### 3.4 Warna

Warna biru, hijau, dan jingga menjadi warna dominan yang digunakan dalam pembuatan media promosi PT. Aliyah Perdana Wisata. Warna biru selain dapat memberikan kesejukan saat dipandang juga sudah menjadi warna yang melekat dengan simbol kekuatan, dan kemampuan dalam berkomunikasi sedangkan warna hijau dapat memberikan kesan yang segar dan natural serta sudah menjadi *corporate color* dari PT. Aliyah Perdana Wisata. Selain warna biru dan hijau warna jingga juga menjadi warna pilihan dikarenakan memiliki kesan yang hangat dan semangat, sehingga cocok digunakan dalam pembuatan media promosi PT. Aliyah Perdana Wisata.



Gambar 2. Warna Pallette

[Sumber: <https://www.pinterest.com>, 2021]

### 3.5 Tipografi

Huruf yang digunakan adalah jenis huruf yang mudah dibaca dan profesional dalam setiap informasi yang akan disampaikan. Dalam media informasi ini menggunakan font yang memiliki karakter tegas dan mudah dibaca namun tidak mengurangi nilai keindahan pada video. Hal ini agar dapat menyampaikan pesan yang informatif dan mudah dipahami oleh *audience* sehingga tampilan desain *asset* yang digunakan

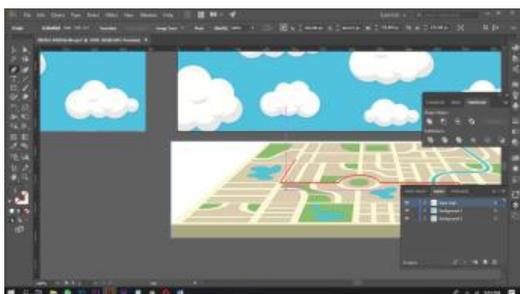
juga menyesuaikan pada *fontnya* dan menghasilkan grafis dan tipografi yang serasi dalam satu kesatuan visual yang baik. Pada *motion graphic* ini menggunakan *font* KelsonSans.



Gambar 3. *Typeface font*  
[Sumber: <https://www.dafontfree.io>, 2021]

### 3.6 Pengumpulan Material

Pada tahap ini merupakan proses pengumpulan material desain yang meliputi gambar *storyboard* kemudian dilakukan proses pemindahan dari sketsa manual ke gambar digital. Pada tahap ini software yang digunakan adalah Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Tahap ini merupakan pengerjaan *asset* pada software Adobe Illustrator dengan mengikuti pola sketsa yang telah disediakan pada tahap sebelumnya. Pada tahap berikutnya *asset* yang telah dikerjakan di Adobe Illustrator kemudian masuk ke proses *layouting* pada software Adobe Photoshop. Pada tahapan ini seluruh objek dipisahkan ke tiap-tiap layer untuk memudahkan proses penganimasian.



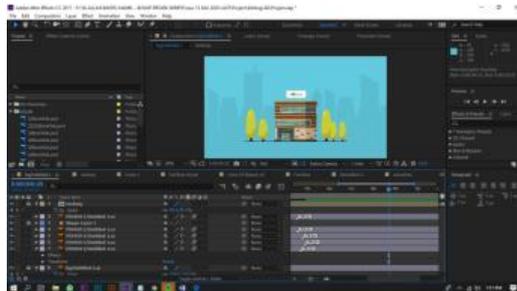
Gambar 3. Proses Pembuatan Aset  
[Sumber: Penulis, 2021]



Gambar 4. *Layouting Aset*  
[Sumber: Penulis, 2021]

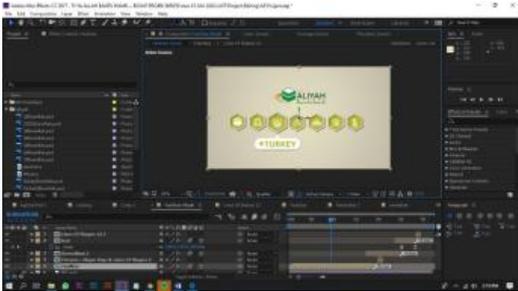
### 3.7 Assembly (pembuatan)

Pada tahap pembuatan atau produksi semua asset yang telah dikerjakan kemudian memasuki tahap penganimasian, pada tahap inilah objek pendukung dan objek utama digerakkan (*motion*) sedemikian rupa sehingga membentuk sebuah adegan menggunakan software After Effect Pro CC. Pada tahap ini seluruh objek yang telah dipisahkan menjadi satu kesatuan dalam tiap *layer* kemudian dimasukkan ke Adobe After Effect Pro CC dengan menggunakan format *psd* (\*.psd) dan dikerjakan pada *timeline editing*, komposisi yang digunakan pada tiap *project editing* yaitu komposisi dengan format 1920 x 1080 dan menggunakan *frame rate 30 frame per second* (fps). Kemudian untuk *rendering* menggunakan *format.mov* dengan ukuran video 1920 x 1080. Seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut menjelaskan semua tahapan-tahapan editing *video company profile* PT. Aliyah Perdana Wisata.



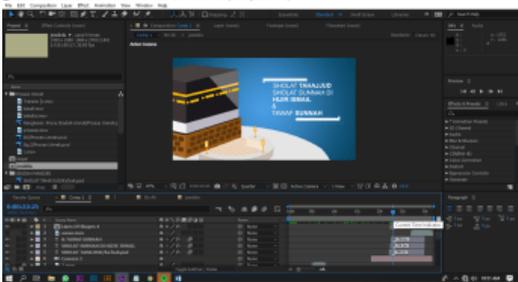
Gambar 5. *Scene 1 Opening Gedung Aliyah Wisata*  
[Sumber: Penulis, 2021]

*Scene 1 Shot 1* menunjukkan gedung PT. Aliyah Perdana Wisata, dengan menampilkan background siluet kota dan *motion* gedung beserta komponen pohon disekitar gedung.



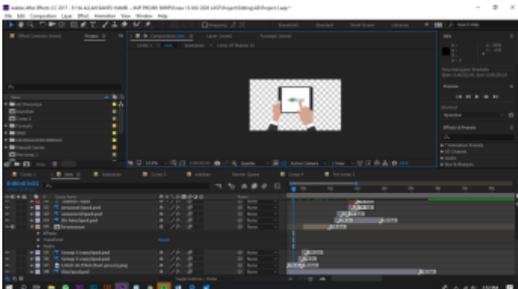
Gambar 6. Icon Paket Unggulan Aliyah Wisata.  
[Sumber: Penulis, 2021]

Scene 1 Shoot 3 Visualisasi paket umrah unggulan Aliyah wisata dengan diawali logo Aliyah wisata dan menampilkan icon motion dari paket unggulan Aliyah wisata



Gambar 7. Motion Rangkaian proses ibadah Mandiri.  
[Sumber: Penulis, 2021]

Scene 2 Shoot 3 menampilkan motion tangan yang menggenggam perangkat elektronik dan memperlihatkan fasilitas untuk keamanan legalitas dan fasilitas penunjang lainnya.



Gambar 8. Motion Ilustrasi Keamanan Legalitas  
[Sumber: Penulis, 2021]

Scene 2 Shoot 3 menampilkan motion tangan yang menggenggam perangkat elektronik dan memperlihatkan fasilitas untuk keamanan legalitas dan fasilitas penunjang lainnya.

### 3.6 Distribusi

Proses yang dilakukan dalam tahap pendistribusian adalah mengupload video *company profile* ke layanan *streaming* dan

kemudian dilakukan pendistribusian dengan membagikan link yang terdapat pada layanan *streaming* (Youtube) dan video juga dapat didistribusikan secara *offline* kepada calon jamaah saat dilakukan sosialisasi.

### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil perancangan animasi *motion graphic*, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Pada perancangan video company profile berbasis *motion graphics* PT. Aliyah Perdana Wisata melalui beberapa tahapan produksi yaitu Pembuatan Konsep, Desain. Pengumpulan material, Produksi/pengerjaan, uji coba, dan pendistribusian. Pada tahap pembuatan konsep, desain, dan pengumpulan material yaitu dilakukan dengan melibatkan pemilik dari PT. Aliyah Perdana Wisata, dan kemudian masuk ke tahap Produksi/pengerjaan yang meliputi pengerjaan dari objek-objek yang telah disusun pada storyboard kemudian dilakukan proses digitalisasi untuk mengubah gambar sketsa manual menjadi sketsa digital dan kemudian dilakukan proses penganimasian atau motion pada objek yang telah dikerjakan, Setelah semua proses editing selesai dan video telah dikemas dalam format Mp4 kemudian masuk pada tahap akhir yaitu pengujian dan pendistribusian.
2. Setelah melalui proses pengujian ahli media dengan memperoleh hasil penilaian sangat layak dengan ini *video company profile* PT. Aliyah Perdana Wisata dapat dilanjutkan ke proses pengimplementasian video agar lebih dikenal masyarakat khususnya umat muslim di seluruh Indonesia dilakukan melalui proses sosialisasi langsung ke calon jamaah dan melalui media penayangan berupa platform digital untuk memperkenalkan identitas dari PT. Aliyah Perdana Wisata.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Teknologi Akba Makassar (UNITAMA) yang telah memberikan support. Dosen dan mahasiswa pada mata kuliah tugas akhir 2021

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Suyanto, *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2005.
- [2] K. Hilal and M. Makassar, "Perancangan company profile berbasis motion graphic sebagai media promosi klinik hilal medika makassar," pp. 981–987, 1978.
- [3] R. Fauzyah and E. Franzia, "Motion Graphic Promosi Pasar Papringan Di Temanggung ," *Dimensi*, vol. 3, pp. 159–174, 2018.
- [4] D. Rifai, E. Astriyani, and U. Indria, "Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia," *Technomedia J.*, vol. 3, no. 1, pp. 98–109, 2018.
- [5] I. M. M. Yusa and I. P. S. Saputra, "Pemanfaatan Animasi 2 Dimensi Model Infografik dalam Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Pengolahan Sampah Rumah Tangga di Denpasar," *J. Nas. Pendidik. Tek. Inform.*, vol. 5, no. 1, p. 1, 2016.
- [6] F. Siregar, "Pembuatan Media Komunikasi Menggunakan Motion Graphic untuk Sosialisasi Job Family pada Bank Indonesia," *J. Desain*, vol. 4, no. 03, p. 174, 2017.
- [7] R. Z. Fujianto and C. Antoni, "Produksi Dan Efektivitas Motion Graphic," vol. 3, no. 2, pp. 104–123, 2020.
- [8] H. Aprianto, "Motion Graphic 'Akhlaq' Sebagai Media Edukasi Penyimpangan Perilaku Sosial Pada Remaja," *J. Bhs. Rupa*, vol. 3, no. 1, pp. 60–67, 2019.
- [9] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [10] Iwan Binanto, *Multimedia Digital, Dasar Teori + Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2010.