

PERANCANGAN MOTION GRAPHIC UNTUK MEMPERKENALKAN APLIKASI RESERVASI ONLINE MUSEUM RANGGAWARSITA SEMARANG

¹Fairuz Rafi Ardhana, ²Dwi Puji Prabowo

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dian Nuswantoro
e-mail : ¹Rafiardhana287@gmail.com, ²dwi.puji.prabowo@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 4 Maret 2025

Disetujui : 25 April 2025

Kata Kunci :

*Motion Graphic, Media Promosi,
Reservasi Online, Tiket Museum*

ABSTRAK

Museum Ranggawarsita merupakan museum yang ada di Kota Semarang dan mempunyai beraneka macam peninggalan dalamnya. Museum Ranggawarsita kini mempunyai inovasi baru dalam hal pembelian tiket, yaitu perilisn aplikasi reservasi online. namun perilisn aplikasi *online* ini masih belum dibarengi dengan media promosi yang dilakukan. Oleh karena itu, perancangan ini dibuat dengan tujuan memperkenalkan dan memromosikan aplikasi reservasi online Museum Ranggawarsita kepada masyarakat luas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan metode analisis SOAR sebagai metode pengolahan data untuk menemukan konsep kreatif dalam proses perancangan. Adapun beberapa media pendukung yang digunakan seperti billboard, poster, dan feed instagram untuk membantu promosi pada media utama. Perancangan ini diharapkan membuat aplikasi reservasi online Museum Ranggawarsita semakin dikenal luas oleh masyarakat, dan menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : March 4, 2025

Accepted : April 25, 2025

Keywords:

*Motion Graphic, Museum Ticket,
Online Reservation , Promotion
Media*

ABSTRACT

Ranggawarsita Museum is a museum in the city of Semarang and has various kinds of relics in it. Ranggawarsita Museum now has a new innovation in terms of purchasing tickets, namely the release of an online reservation application. However, the release of this online application has not been accompanied by media promotion. Therefore, this design was made with the aim of introducing and promoting the Ranggawarsita Museum online reservation application to the public. This study uses qualitative methods and SOAR analysis methods as data processing methods to find creative concepts in the design process. There are several supporting media used, such as billboards, posters, and Instagram feeds to help promote the main media. It is hoped that this design will make the Ranggawarsita Museum's online reservation application more widely known by the public, and attract public interest to visit.

1. PENDAHULUAN

Menurut Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 tentang Museum, Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Museum didirikan sebagai tempat untuk melestarikan berbagai kebudayaan, hasil alam, fosil, dan berbagai peninggalan masa lalu yang menjadi nilai penting bagi perkembangan sejarah suatu bangsa. Museum bisa dimanfaatkan sebagai destinasi wisata sekaligus melestarikan berbagai warisan di masa lalu. Museum juga berperan penting dalam membagikan ilmu pengetahuan, melalui deskripsi yang tertera di setiap benda atau peninggalan yang disajikan, museum bisa mengkomunikasikan ilmu pengetahuan baru yang mungkin belum diketahui oleh masyarakat. Dengan hal ini, museum juga bisa dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran.

Ada banyak museum yang tersebar di seluruh Indonesia dengan berbagai peninggalan dan warisan yang tersimpan rapi di dalamnya. Salah satu museum tersebut adalah Museum Jawa Tengah Ranggawarsita. Museum Jawa Tengah Ranggawarsita merupakan museum terbesar yang ada di provinsi Jawa Tengah, dengan luas 8.438 meter persegi dan berbagai peninggalan serta warisan budaya yang totalnya mencapai 50.000 koleksi.

Sebagai tempat yang menjadi pilihan objek wisata, terutama ketika *weekend* atau musim liburan, pihak Museum Ranggawarsita ingin mencoba inovasi baru, yaitu dengan meluncurkan aplikasi reservasi tiket secara *online*. peluncuran aplikasi ini memiliki tujuan supaya wisatawan yang ingin berkunjung bisa memesan tiket dengan mudah, dimanapun, dan kapanpun. Peluncuran reservasi *online* ini juga bertujuan untuk memberikan solusi untuk mengurangi antrian pada loket pembelian tiket.



Gambar 1. 1 Data jumlah pengunjung Museum Ranggawarsita

Perilisan aplikasi reservasi *online* ini masih belum dibarengi dengan media promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan kepada khalayak umum, baik melalui media *offline* maupun media *online*. Basu Swastha dan Handoko (2008) menyatakan bahwa promosi merupakan program yang dibuat dalam jangka waktu tertentu dan dilakukan membantu perusahaan untuk mendorong penjualan dari suatu produk atau jasa. Pada media *offline*, masih belum ada media promosi di sekitar area museum tentang pengenalan aplikasi reservasi *online* Museum Ranggawarsita. Selain itu, pada media *online* berupa sosial media dari Museum Ranggawarsita juga masih belum terdapat promosi yang dilakukan untuk mengenalkan aplikasi reservasi *online* Museum Ranggawarsita kepada khalayak umum. Untuk memaksimalkan potensi dari peluncuran aplikasi reservasi *online* museum ranggawarsita, diperlukan adanya media promosi lebih lanjut yang bertujuan untuk memperkenalkan aplikasi reservasi *online* ini kepada masyarakat luas, supaya masyarakat juga tahu kalau ingin datang ke museum, kini bisa memesan tiket darimana saja, dan kapan saja.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dituliskan diatas, bisa ditarik kesimpulan mengenai rumusan masalah yang terjadi, yaitu bagaimana merancang sebuah video *motion graphic* guna memperkenalkan aplikasi reservasi *online* Museum Ranggawarsita sekaligus memberikan panduan

tentang bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut. Dengan dilakukannya perancangan ini, diharapkan bisa membuat aplikasi reservasi online Museum Ranggawarsita bisa dikenal oleh masyarakat luas, dan menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

2. METODE

2.1 Metode Penelitian

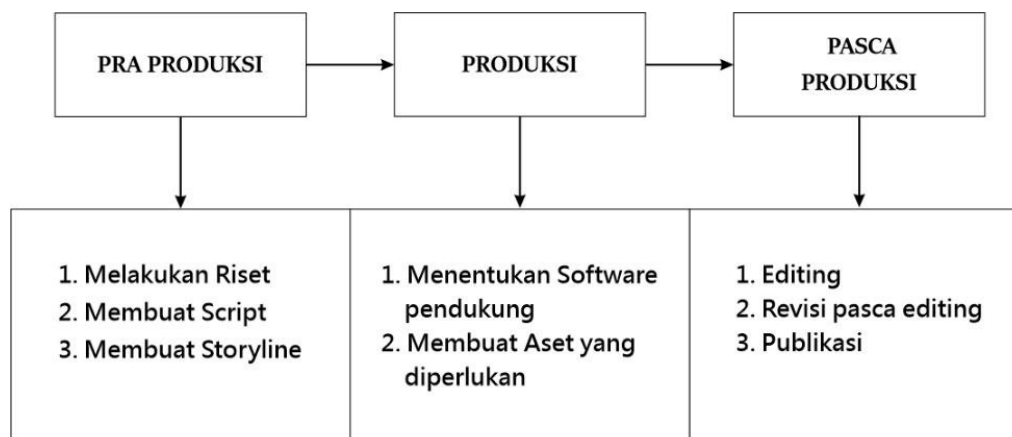
Perancangan ini akan menggunakan metode penelitian secara kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang bersifat analisis dengan menghasilkan data dari pengamatan fenomena dan sekitarnya. Dalam kasus ini, penulis akan mengamati fenomena yang terjadi pada Museum Ranggawarsita, dimana pihak Museum Ranggawarsita telah merilis aplikasi reservasi online yang diperuntukkan untuk kemudahan dalam pembelian tiket museum. Sayangnya perilis aplikasi reservasi online ini belum dibarengi dengan media promosi yang dilakukan, hal ini menyebabkan masyarakat menjadi kurang tahu bahwa museum ranggawarsita punya aplikasi reservasi online. Dari pendekatan ini nantinya diharapkan dapat menyajikan data mendalam mengenai obyek yang diteliti sebagai pendukung perancangan nantinya.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan sumber data, penulis menggunakan 2 jenis data yang diperlukan, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berupa observasi langsung ke tempat klien untuk melihat secara langsung bagaimana kondisi *real* yang terjadi, serta dilakukan wawancara dengan karyawan Museum Ranggawarsita untuk menanyakan mengenai masalah yang sedang dihadapi serta apa solusi yang diinginkan. Setelah mendapatkan data yang diperlukan. Data sekunder didapatkan dari studi pustaka, sumber di internet, ataupun informasi yang terdapat dalam jurnal.

2.3 Metode Perancangan

Untuk metode perancangan motion graphic,. Ada 3 tahapan metode perancangan yang dilakukan dalam pembuatan konten *motion graphic* untuk memperkenalkan aplikasi Reservasi *Online* Museum Ranggawarsita. 3 tahapan tersebut adalah pra produksi, produksi, dan pasca produksi.



Gambar 1. 2 Metode perancangan motion graphic

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pembahasan

a. Data Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan pada aplikasi reservasi online yang dimiliki oleh Museum Ranggawarsita, selain itu penulis juga melakukan pengamatan pada koleksi peninggalan sejarah yang terdapat di dalam Museum Ranggawarsita. dari observasi yang dilakukan, penulis mendapatkan beberapa data yang bisa berguna sebagai pendukung perancangan :

1. Produk

Museum Ranggawarsita mempunyai aplikasi reservasi online yang dibuat dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat dalam membeli tiket dan mengatasi antrian Panjang di depan loket tiket. Museum Ranggawarsita juga memiliki beraneka macam koleksi di dalamnya yang tersebar di seluruh area gedung museum.



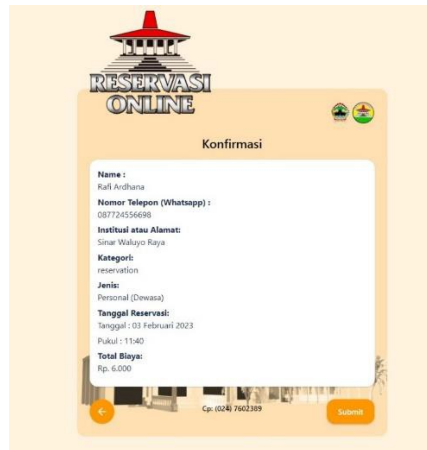
Gambar 3. 1 Tampilan menu aplikasi reservasi online Museum Ranggawarsita



Gambar 3. 2 Form pengisian identitas diri



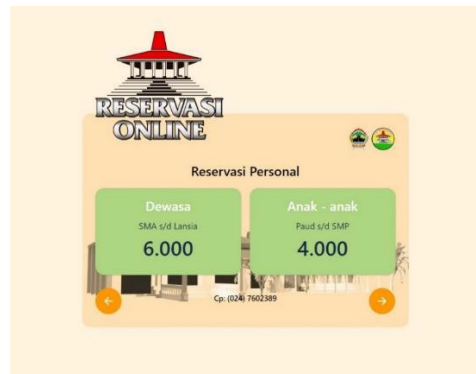
Gambar 3. 3 Atur jadwal berkunjung sendiri



Gambar 3. 4 Konfirmasi tiket reservasi online

2. Price

Tiket masuk Museum Ranggawarsita dipatok dengan harga Rp 4.000 untuk pengunjung anak-anak, dan Rp. 6.000 untuk pengunjung dewasa.



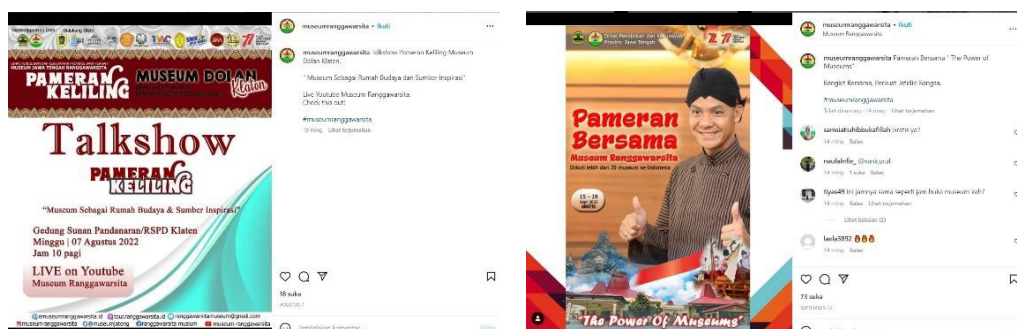
Gambar 3. 5 Harga tiket kunjungan ke Museum Ranggawarsita

3. Place

Museum Ranggawarsita berlokasi di Jl. Abdulrahman Saleh No.1, Kalibanteng Kidul, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang (Bagi orang Semarang, lokasinya dekat dengan Lampu Merah persimpangan Kalibanteng).

4. Promotion

Museum Ranggawarsita melakukan promosi melalui 2 jenis media, yaitu media online dan offline. Pada media online, museum ranggawarsita menggunakan website pribadi museum serta memanfaatkan jejaring media sosial seperti akun instagram dan akun youtube untuk melakukan promosi.



Gambar 3. 6 Promosi pada media sosial instagram



Gambar 3. 7 Promosi pada website Museum Ranggawarsita

Pada media offline, Museum Ranggawarsita menggunakan berbagai jenis output media dalam melakukan promosi, seperti flyer fold, standing banner, dan spanduk.



Gambar 3. 8 Promosi pada media x banner dan fold

b. Wawancara

Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam terhadap narasumber yang berhubungan dengan topik perancangan. Penulis melakukan wawancara dengan Karyawan Museum Ranggawarsita yang bekerja pada bagian loket tiket, selain itu penulis juga melakukan tanya jawab dengan Bapak Godham Eko Saputro selaku pemilik bapakpucungstudio, yang dalam hal ini sebagai studio yang diberi kepercayaan oleh pihak Museum Ranggawarsita untuk mengerjakan proyek pembuatan aplikasi reservasi *online*. Setelah melakukan wawancara dengan narasumber, penulis mendapatkan berbagai informasi penting, diantaranya :

1. Pada saat awal virus covid 19 di Indonesia, museum tidak diperbolehkan untuk buka karena peraturan dari pemerintah yang membatasi dengan ketat segala jenis aktivitas di luar rumah. Karena hal tersebut, pihak museum ranggawarsita meminta tolong kepada bapakpucungstudio untuk dibuatkan media publikasi berupa reservasi *online* dan pameran *virtual* secara *online*.
2. Pembuatan aplikasi reservasi *online* serta pameran *online* bertujuan supaya Museum ranggawarsita memiliki media yang dapat diakses kapan saja oleh semua orang dikala aturan ketat pembatasan aktivitas diluar rumah oleh pemerintah.
3. Untuk aplikasi reservasi *online*, media promosi yang dilakukan masih belum ada, sejauh ini hanya terdapat pada *website* pribadi museum. Masih belum ada media promosi lebih lanjut berupa pengenalan aplikasi Reservasi *Online* Museum Ranggawarsita kepada masyarakat luas.

c. Studi Pustaka

Menurut website <https://ranggawarsitamuseum.id/>, Pendirian museum pertama kali dirintis oleh proyek rehabilitasi dan permuseuman Jawa Tengah pada tahun 1975. Pada 2 April 1983 diresmikan sebagai Museum Persiapan oleh Gubernur Soepardjo Roestam. Kemudian diresmikan sebagai Museum Provinsi pada tanggal 5 Juli 1989 oleh Prof. Dr. Fuad Hasan, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada masa itu.

Museum Ranggawarsita merupakan museum terbesar dan terlengkap di Jawa Tengah. Museum ini memiliki koleksi sejarah, alam, arkeologi, kebudayaan, era pembangunan dan wawasan nusantara. Desain bangunan Museum Ranggawarsita bergaya klasik (joglo) post-modernisme dengan luas sekitar 1,8 hektar menambah kemegahan bangunan museum. Museum Ranggawarsita mempunyai koleksi yang berjumlah 59.810 buah yang terbagi dalam 10 jenis, yaitu geologi, biologi, arkeologi, filologi, historika, numismatika, heraldika, keramologika, teknologika, etnografika dan seni rupa.

d. Hasil Analisis

Tabel 3. 1 Analisis SOAR

ANALISIS	Strenght	Opportunities
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Museum ranggawarsita sudah mempunyai aplikasi reservasi online untuk memudahkan pengunjung dalam pemesanan tiket 2. Aplikasi reservasi online milik Museum Ranggawarsita bisa menjadi solusi untuk mengurangi antrian Panjang di depan loket tiket, terutama pada saat musim liburan 3. Museum Ranggawarsita mempunyai keunggulan memiliki peninggalan yang tergolong lengkap. Mulai dari peninggalan masa kerajaan hindu-budha, peninggalan masa kerajaan islam, sampai ke peninggalan pada masa perjuangan kemerdekaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Era digital yang semakin pesat sehingga berakibat pada ketergantungan penggunaan <i>smartphone</i>, hal tersebut membuat pemakaian <i>smartphone</i> seperti kebutuhan wajib bagi orang-orang. 2. Internet menjadi kebutuhan utama dikalangan masyarakat saat ini. 3. Wisata edukasi seperti museum menjadi salah satu pilihan destinasi wisata bagi masyarakat.
Aspiration	S-A Strategies	O-A Strategies
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reservasi online Museum Ranggawarsita semakin dikenal oleh masyarakat luas. 2. Dengan kemudahan pembelian tiket museum. Museum Ranggawarsita bisa menjadi salah satu destinasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan keunggulan dalam kemudahan pembelian tiket yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui aplikasi reservasi online Museum 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merancang media promosi guna mengenalkan lebih jauh tentang aplikasi reservasi online kepada masyarakat luas dengan konten promosi yang sering diakses pada media sosial. (O2, A1)

<p>wisata unggulan yang ada di Kota Semarang.</p> <p>3. Inovasi pembelian tiket secara online yang dilakukan oleh Museum Ranggawarsita bisa menjadi tolak ukur yang bisa diikuti oleh museum-museum lain yang ada di Indonesia</p>	<p>Ranggawarsita dalam media promosi yang dilakukan (S1, A1)</p> <p>2. Dengan inovasi reservasi online, bisa menjadi tolak ukur dalam pembelian tiket museum, untuk mengatasi permasalahan antrian panjang pada loket tiket, terutama pada musim liburan (S2, A3)</p>	<p>2. Promosi yang dilakukan berfokus pada reservasi online yang menjadi inovasi terbaru dalam sistem pembelian tiket museum untuk saat ini (O3, A3)</p>
Result	S-R Strategies	O-R Strategies
<p>1. Memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke Museum Ranggawarsita.</p> <p>2. Mengurangi antrian panjang pada loket tiket terutama pada saat musim liburan.</p> <p>3. Dengan aplikasi reservasi online, pengunjung bisa membeli tiket dimanapun dan kapanpun.</p>	<p>1. Menyuarakan satu hal penting yang menjadi manfaat dari penggunaan aplikasi reservasi online, yaitu memudahkan wisatawan untuk memesan tiket museum tanpa harus datang langsung dan mengantri pada loket museum (S1, R2)</p> <p>2. Fokus pesan media promosi yang dibuat pada kemudahan dalam pembelian tiket yang bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun melalui aplikasi reservasi online (S1, R3)</p>	<p>1. Penggunaan <i>smartphone</i> yang sudah seperti kebutuhan utama di masyarakat membuat promosi melalui media <i>online</i> seperti seperti instagram dan youtube menjadi peluang besar untuk saat ini (O1, R3)</p> <p>2. Dengan memanfaatkan jejaring media sosial. promosi mengenai aplikasi reservasi <i>online</i> bisa mendapat lebih banyak jangkauan, terutama untuk wisatawan luar daerah. Dengan pengenalan aplikasi reservasi online yang bisa dipesan kapanpun dan dimanapun, bisa mempermudah wisatawan luar daerah yang ingin berkunjung (O2, A1)</p>

Berdasarkan penjabaran hasil Analisis SOAR. Penulis bisa menentukan strategi perancangan yang akan digunakan nantinya.

Strategi tersebut adalah :

1. Merancang media promosi guna mengenalkan lebih jauh tentang aplikasi reservasi online kepada masyarakat luas dengan konten promosi yang sering diakses pada media sosial. **(O2, A1)**
2. Promosi yang dilakukan berfokus pada reservasi online yang menjadi inovasi terbaru dalam sistem pembelian tiket museum untuk saat ini **(O3, A3)**
3. Menyuarakan satu hal penting yang menjadi manfaat dari penggunaan aplikasi reservasi online, yaitu memudahkan wisatawan untuk memesan tiket museum tanpa harus datang langsung dan mengantri pada loket museum **(S1, R2)**

3.2 Hasil

a. Konsep

Konsep konten motion graphic yang dirancang akan mengusung tema video tutorial dengan animasi teks dan narasi suara sembari diiringi dengan footage video area museum ranggawarsita. kemudian visual yang dibuat memfokuskan pada transisi teks dan transisi tiap pergantian *scene*. Tidak lupa juga ditambahkan beberapa unsur desain seperti animasi maskot museum, animasi motion logo reservasi online Museum Ranggawarsita, animasi stop motion model perempuan, split screen footage video. Semua hal tersebut dilakukan agar konten motion graphic yang dibuat bisa lebih estetik.

b. Naskah

<p>Scene 1 Ext. Museum Ranggawarsita Footage video yang memperlihatkan bagian atas halaman depan museum ranggawarsita. di susul logo museum yang muncul</p> <p>Scene 2 Textline Suara Narasi dari VO Hai sobat museum Sekarang berkunjung ke museum Jawa Tengah Ranggawarsita Makin mudah dan ga ribet <i>looo</i></p> <p>Scene 3 Pop up text Teks "Memperkenalkan layanan reservasi online" muncul dari atas dan bawa</p> <p>Scene 4 Fade in Muncul animasi logo reservasi online museum ranggawarsita</p> <p>Scene 5 SWIPE Recording Hp muncul dari sisi kiri ke kanan, dibarengi dengan vo Narasi <i>YO..J</i> "Sekarang untuk berkunjung ke museum, kalian bisa reservasi dari rumah, kantor, atau dimanapun</p> <p>Scene 6 Teks beserta record hp muncul dari arah kiri dan kanan secara bersamaan. Dibarengi dengan VO yang membacakan narasi cara memesan tiket Narasi <i>YO..J</i> "Pilih menu reservasi online"</p>	<p>"Kunjungan Museum, Kedinasaan, Penelitian, Magang, atau yang lain."</p> <p>Scene 7 Teks muncul dari atas kebawah, dibarengi dengan animasi stop motion model perempuan. Di sebelah kanan terdapat video recording yang menjelaskan tata cara dalam mengisi data diri pemesanan tiket. Narasi <i>YO..J</i> "Isi identitas kalian."</p> <p>Scene 8 Teks baru muncul dari atas kebawah dibarengi dengan transisi menghilang teks yang sebelumnya. Muncul video record yang memberi tahu menu jenis kehadiran yang bisa dipilih pengunjung, untuk personal, atau rombongan. Narasi <i>YO..J</i> "Pilih jenis kehadiran, Personal atau rombongan."</p> <p>Scene 9 Teks baru muncul dari atas kebawah dibarengi dengan transisi menghilang teks yang sebelumnya. Muncul video record mengenai tampilan menu dalam pemilihan waktu dan tanggal untuk reservasi tiket Narasi <i>YO..J</i> "Atur jadwalmu sendiri."</p> <p>Scene 10 Teks baru muncul dari atas kebawah dibarengi dengan transisi menghilang teks yang sebelumnya. Muncul video record yang menampilkan hasil akhir setelah pengunjung selesai melakukan reservasi tiket. Pengunjung tinggal melakukan scan QR code pada petugas museum.</p>	<p>Narasi <i>YO..J</i> "Dan scan QR code pada petugas museum untuk administrasi."</p> <p>Scene 11 SWIPE Muncul footage video yang menampilkan area depan Museum Ranggawarsita, selanjutnya muncul 2 model perempuan dengan gerakan penyambutan Narasi <i>YO..J</i> "nah gimana?? Gampang kan."</p> <p>Scene 12 CUT TO Muncul footage video yang menampilkan 2 model perempuan yang sedang bereksplorasi di dalam area museum ranggawarsita Menampilkan transisi teks "sekarang tinggal berkunjung ke museum" Narasi <i>YO..J</i> "sekarang tinggal bereksplorasi di museum."</p> <p>Scene 13 SWIPE Muncul animasi motion 2 maskot museum, rangka dan eita diiringi dengan teks "Reservasi museum Jawa Tengah Ranggawarsita" "dimanapun dan kapanpun" yang muncul secara terpisah Narasi <i>YO..J</i> "reservasi museum Jawa Tengah Ranggawarsita, dimanapun dan kapanpun."</p> <p>Scene 14 CUT TO Animasi motion logo Museum Ranggawarsita</p> <p>Scene 15 CUT TO Animasi motion logo Jawa Tengah</p>
--	---	--

Gambar 3. 9 Naskah yang dipakai dalam perancangan

c. Storyboard

No.	Visual	Keterangan
1.		Footage video area depan museum ranggawarsita Durasi: 6 detik Audio: Backsound
2.		Teks yang memberi tahu sekarang berkunjung ke museum ranggawarsita menjadi lebih mudah Durasi: 12 detik Audio: Backsound + Voice over
3.		Transisi teks "Memperkenalkan Layanan Reservasi Online" Durasi: 4 detik Audio: Backsound + Voice over
4.		Animasi motion graphic logo Reservasi Online Museum Ranggawarsita Durasi: 6 detik Audio: Backsound
5.		Muncul teks yang menginformasikan kini membeli tiket museum ranggawarsita bisa lebih mudah dengan layanan reservasi online Durasi: 8 detik Audio: Backsound + Voice over
6.		Pengunjung bisa memilih menu reservasi sesuai dengan kegiatan dan kebutuhan Durasi: 13 detik Audio: Backsound + Voice over
7.		Setelah memilih menu reservasi, pengunjung bisa mengisi identitas diri Durasi: 6 detik Audio: Backsound + Voice over
8.		Setelah proses pengisian identitas selesai, akan muncul menu pilihan kunjungan, untuk personal, atau rombongan Durasi: 5 detik
9.		Pengunjung bisa mengatur jadwal reservasi sesuai waktu yang diinginkan Durasi: 10 detik Audio: Backsound + Voice over
10.		Setelah semua proses sudah diisi, pengunjung bisa melakukan konfirmasi dan melakukan scan QR code kepada petugas museum Durasi: 9 Detik Audio: Backsound + Voice over
11.		Footage video bagian dalam museum ranggawarsita, dan 2 model yang sedang bereksplorasi di Museum Ranggawarsita Durasi: 14 detik Audio: Backsound + Voice over
12.		Split screen beberapa footage video museum ranggawarsita Durasi: 8 detik Audio: Backsound + Audio
13.		Muncul animasi logo Museum Ranggawarsita dan Jawa Tengah Durasi: 5 Detik Audio: Backsound

Gambar 3. 10 Storyboard yang digunakan dalam perancangan

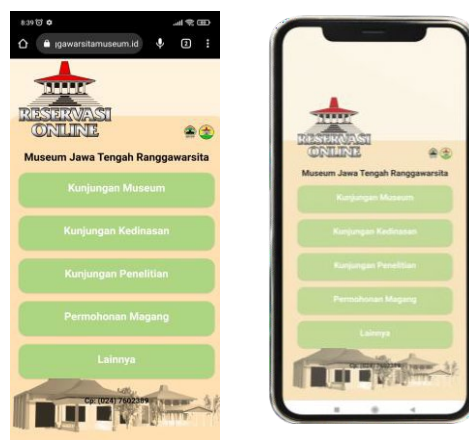
d. Aset Animasi



Gambar 3. 11 Aset animasi logo reservasi online

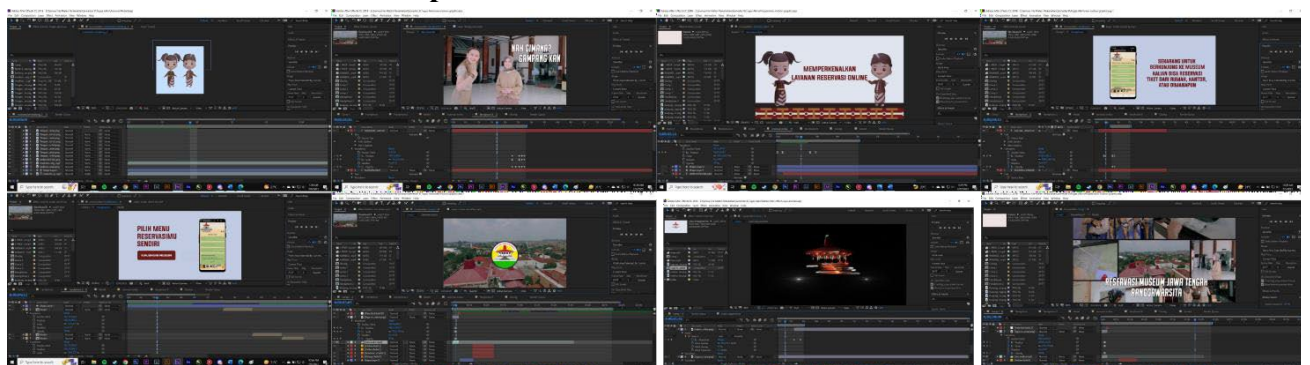


Gambar 3. 12 Aset maskot museum ranggawarsita



Gambar 3. 13 Screen record pemesanan tiket melalui reservasi online Museum Ranggawarsita

e. Proses Pembuatan Motion Graphic



Gambar 3. 14 Proses editing video *motion graphic*

f. Hasil Akhir Media



Gambar 3. 15 Hasil akhir motion graphic yang dirancang

g. Frekuensi Media

Tabel 3. 2 Frekuensi Media

Media	Juli 2023				Agustus 2023				September 2023			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Youtube												
Feed Instagram												
Billboardd												
Poster												

h. Biaya Media

Pada bagian ini, akan disajikan tabel total biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan periklanan. Biaya yang dihitung mencakup 2 aspek, biaya jasa produksi dan biaya pemasaran.

Tabel 3. 3 Biaya Produksi

No	Jenis Media	Ukuran		Biaya perancangan kreatif
1.	Video Motion Graphic	Full HD (1920x1080)		Rp. 1.000.000
2.	Iklan sosial media di Instagram	1000x1000 Pixels		Rp. 500.000
3.	Billboard	6x12 meter		Rp. 500.000

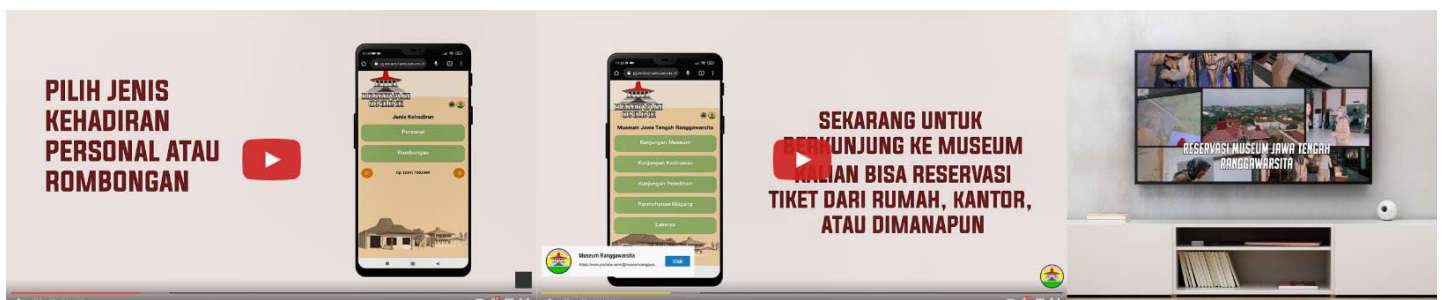
4.	Poster	A3 (29,7 x 42 cm)		Rp. 500.000
Total Biaya				Rp 2.500.000

1. Biaya Pemasaran

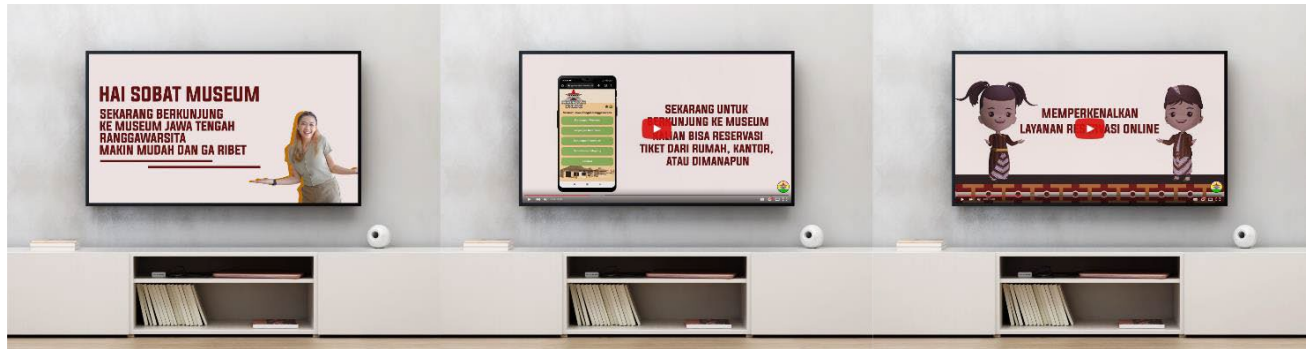
Tabel 3. 4 Biaya Pemasaran

No	Jenis Media	Waktu penayangan	Biaya Iklan
1.	Youtube Ads	10 Minggu (Dimulai dari awal bulan Juli hingga pertengahan bulan September)	Rp. 2.500.000
2.	Konten Instagram	8 Minggu (Dimulai dari awal bulan Juli hingga akhir bulan Agustus)	Rp 1.500.000
3.	Billboard	4 Minggu (Dimulai dari awal bulan Juli hingga akhir bulan Juli)	Rp. 12.000.000
4.	Poster	8 Minggu (Dimulai dari awal bulan Juli hingga akhir bulan Agustus)	Rp. 2.000.000
Total			Rp 18.000.000

i. Mockup Media Utama

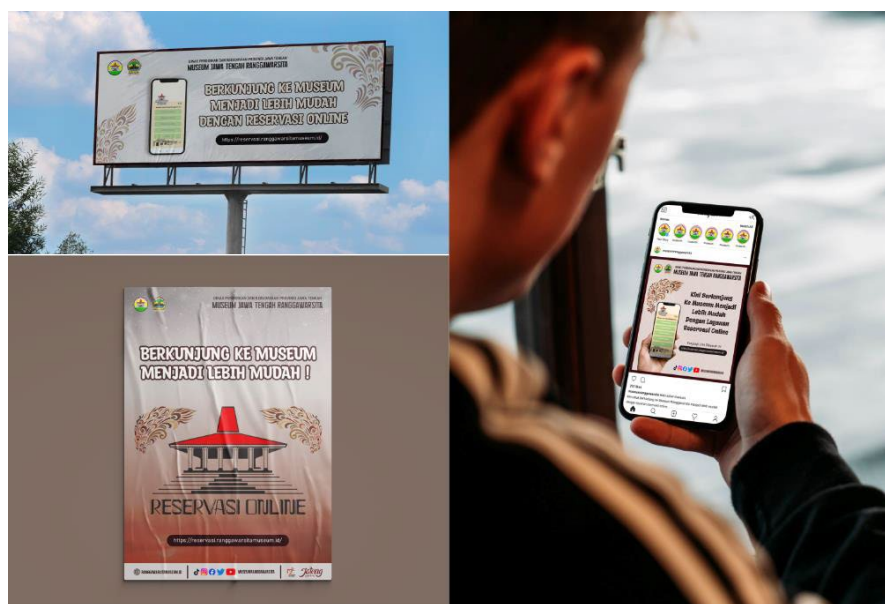


Gambar 3. 16 Mockup media utama



Gambar 3. 17 Mockup media utama

j. Mockup Media Pendukung



Gambar 3. 18 Mockup media pendukung

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pemilihan *motion graphic* sebagai media untuk melakukan pengenalan layanan reservasi *online* mempunyai keunggulan dalam memvisualkan isi konten menjadi lebih hidup dengan animasi yang bergerak serta penambahan *background* dan *voice over*. Media *motion graphic* juga bisa mempermudah audiens dalam memahami sebuah panduan pemesanan tiket melalui layanan reservasi *online* yang disediakan msuseum ranggawarsita.

Layanan reservasi *online* yang dimiliki museum ranggawarsita merupakan sebuah inovasi dalam sistem pembelian tiket, yang dimana melalui reservasi *online* ini, museum ranggawarsita mulai mencoba meninggalkan sistem pembelian tiket secara konvensional. Hal bagus ini sangat disayangkan apabila kurang diketahui oleh masyarakat luas karena belum ada media promosi yang dilakukan.

Harapan kedepannya, aplikasi reservasi *online* yang merupakan inovasi terbaru dari Museum Ranggawarsita bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dengan kemudahan pembelian tiket museum yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke Museum Ranggawarsita.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, Manajemen Pemasaran (Analisa. Perilaku Konsumen), Yogyakarta : BPFE UGM. 2000
- Bilson Simamora, Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan. Profitabel, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka. 200
- Al-Bahra Bin Ladjamudin. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gallagher, R. and A.M. Paldy. (2007). *Exploring Motion Graphics*. Clifton Park, NY: Thompson Delmar Learning, a Division of Thomson Learning Inc.
- American Heritage Electronic Dictionary (1991), Dalam Munir: *Multimedia Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*, Bandung: Alfabeta,
- Robin, Linda (2001). *Kitab suci komputer & Multimedia*.
Jogjakarta: Alberta
- Rosch. (1996). *Easy Way To Understand Multimedia*. Boston: Allyn and Bacoom
- Turban., dkk. (2001). *Aplikasi Multimedia Interaktif*. Yogyakarta: Paradigma
- Cullen, K. (2012). *Design Elements Typography Fundamentals*. Beverly: Rockport Publisher.
- Kusrianto, Adi (2010). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Asmoro, S.W. (2019). *Desain Grafis Percetakan SMK/MAK Kelas XI*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Landa, Robin. (2011). *Graphic Designs Solutions*. Massachusetts : Wadsworth.
- Suyanto. (2004). *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia*.
Yogyakarta: Andi Publisher.
- Glebas, Francis. 2009. *Directing The Story Profesional storytelling and storyboarding for live action and animation*. USA: Elsevier.
- Hart, John. (2013). *The Art of the Storyboard: A filmmaker's introduction*. USA: Focal Press.
- Ali Hasan, 2009, *Marketing*, Yogyakarta : MedPress