

PERANCANGAN ANIMASI MOTION GRAPHIC 3D SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATABANGUNAN SEJARAH KOTA SEMARANG

Shindu Yoga Pratama¹, Henry Bastian²

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universtas Dian Nuswantoro
E-mail : sinduyogapratama45@gmail.com¹, henry@dsn.dinus.ac.id²

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 3 Mei 2022

Disetujui : 14 September 2022

Kata Kunci :

**Motion Graphic, Media Promosi,
Bangunan Sejarah Kota
Semarang**

ABSTRAK

Website Dinas Pariwisata Kota Semarang masih menggunakan videografi sebagai media promosi dan pada menu pariwisata hanya menampilkan peta lokasi berbagai obyek wisata tanpa disertai dengan deskripsi dan visualisasi dari obyek wisata. Karena itu, Animasi Motion Graphic 3D dinilai cocok digunakan sebagai media promosi Kota Semarang untuk lebih menunjukkan informasi secara detail agar mempermudah masyarakat yang ingin berwisata ke Kota Semarang. Penelitian untuk perancangan ini dilakukan melalui pengumpulan data dengan kuesioner dan studi literatur dengan analisis data menggunakan metode 5W+1H. Hasil akhir perancangan adalah sebuah Motion Graphic 3D dengan gaya visual yang menarik.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : May 3, 2022

Accepted : September 14, 2022

Keywords:

**Motion Graphic, Promotional
Media, Semarang City History
Building**

ABSTRACT

The Semarang City Tourism Office website still uses videography as a promotional medium and tourism only display a map of the location of various tourist objects without a description and visualization of the tourist objects. Therefore, 3D Motion Graphic Animation is considered suitable to be used as a promotional medium for the city of Semarang to show more detailed information to make it easier for people who want to travel to Semarang City. The research for this design was carried out through questionnaires and literature studies with data analysis using the 5W + 1H method. The final result of the design is a 3D Motion Graphic with an attractive visual style.

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak sekali perkotaan yang telah memiliki bangunan sejarah. bangunan sejarah adalah tempat pengamat peristiwa sejarah. Berbagai bangunan yang dapat diverifikasi yang tersebar di Indonesia memiliki ceritanya sendiri, yang sering dikaitkan dengan salah satu peristiwa penting yang terjadi di dekat bangunan tersebut. Ada banyak jenis bangunan terkenal di Indonesia dan mereka mengadakan berbagai acara yang sangat menarik untuk disimak. Sebagian besar dari mereka menceritakan tentang pertempuran pahlawan masa lalu dalam melindungi wilayah dari penjajahan.

Ada banyak bangunan yang sampai saat ini berdiri kokoh, seperti Tugu muda, Lawang sewu, Simpang lima, Kota lama, Sam poo kong, Masjid agung, Masjid besar kauman, Gereja Blenduk, Menara Mercusuar Williem III, dan Pecinan. Bangunan tersebut yang bisa menjadi sarana pengetahuan sejarah.(Dindaidhy, 2020)

Dinas Pariwisata Kota Semarang telah menggunakan website sebagai media promosi, didalam website dinas pariwisata Kota Semarang masih menggunakan videografi sebagai media promosi dan khususnya pada menu pariwisata hanya menampilkan peta lokasi dari berbagai wisata tanpa disertai dengan deskripsi, bahkan visualisasi dari wisata itu sendiri. Hal ini dinilai kurang efektif sebagai media promosi karena pengunjung website khususnya yang bukan warga semarang pasti ingin mengetahui visual dan deskripsi dari wisata tersebut,

Dengan permasalahan tersebut motion graphic dinilai cocok digunakan sebagai media promosi Kota Semarang sehingga penulis membuat Animasi Motion Graphic 3D yang dinamis dengan lebih menunjukkan tentang informasi bentuk bangunan yang terlihat seperti aslinya dapat dilihat dari berbagai sisi, selain itu motion graphic juga menampilkan nama bangunan, alamat lokasi dari bangunan sejarah tersebut dan penjelasan tentang bangunan, tak hanya berupa gambar diam, bahkan juga disertai suara, menjadikan motion graphic sebagai media promosi yang atraktif Karena sifatnya yang atraktif, maka wisata bangunan bersejarah yang ada di Kota Semarang akan lebih diminati oleh wisatawan. oleh sebab itu Motion Graphic dapat menjadi media promosi yang efektif bagi kota semarang yang dapat mengenalkan bangunan bersejarah kepada masyarakat Semarang ataupun diluar Semarang.

1.1 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang animasi motion graphic 3D sebagai media promosi wisata bangunan sejarah Kota Semarang untuk memberikan informasi secara detail supaya lebih mempermudah masyarakat yang ingin berwisata ke Kota Semarang?

1.2 Tujuan Perancangan

Terciptanya animasi motion graphic 3D sebagai media promosi wisata bangunan sejarah Kota Semarang untuk memberikan informasi secara detail dan memudahkan masyarakat yang ingin berwisata ke Kota Semarang

1.3 Tinjauan Teori

a. Motion Graphic

Motion Graphic adalah efek lanjutan dari kemajuan penggambaran visual. Komponen termasuk menggabungkan tipografi, studio visual, bayangan, struktur, garis gaya, dan komponen realistik lainnya. desain gerakan saja Dapat diartikan sebagai keindahan yang menghasilkan gerakan, dan selama waktu yang dihabiskan untuk mengkonsolidasikan wacana dan teks memenuhi kebutuhan visual. selama pembuatan Gunakan teknik casing outline. hasil akhir yang diperoleh Tidak ada batasan untuk membuat desain gerakan, itu cenderung sebagai keaktifan 2d atau 3d, itu tergantung pada kebutuhan mereka

b. Pengertian 3 Dimensi

Animasi 3D adalah pembuatan gambar bergerak dalam ruang canggih 3D. Ini diselesaikan dengan membuat casing yang memotret setiap gambar, direkam dengan kamera virtual, dan hasilnya adalah video yang disampaikan dan realtime, dengan asumsi tujuannya adalah untuk membuat game. Gerakan 3D umumnya ditampilkan dengan kecepatan lebih dari 24 casing setiap detik. Ide gerakan 3D sendiri adalah model yang memiliki bentuk, volume, dan ruang. Gerakan 3D adalah inti dari permainan dan realitas yang dihasilkan komputer, tetapi biasanya keaktifan 3D juga digunakan dalam pengantar realistik untuk menambahkan visualisasi atau film khusus.

c. Pengertian Video

Video adalah gambar dalam casing, masing-masing tepi pada gilirannya. Proyeksi mekanis melalui titik fokus proyektor, menghasilkan gambar langsung di layar (Arsyad, 2011:49). Menurut Kustandi (2013: 64), video adalah instrumen yang digunakan untuk menggambarkan suatu interaksi, menyampaikan data, memperjelas ide-ide yang kompleks, memutar kembali atau mempersingkat waktu, menunjukkan kemampuan dan mentalitas dampak. Sementara itu, sebagaimana dikemukakan oleh Sadiman (2012: 74), video merupakan media yang bervariasi yang dapat menampilkan suara dan gambar secara bersamaan. Data yang terkandung dalam video dapat berupa imajiner atau asli yang instruktif, bermanfaat, dan sangat mendidik. Video dapat ditutup sebagai media yang bervariasi yang dapat menggambarkan baik artikel bergerak maupun suara. Rekaman menunjukkan interaksi, memperjelas ide-ide kompleks, menyajikan data, memutar balik atau menyingkat waktu, menunjukkan kemampuan, dan mentalitas dampak.

d. Promosi

Promosi adalah fungsi promosi yang menyoroti penyampaian rencana pemasaran kepada pelanggan atau kemungkinan dengan secara kuat mempengaruhi klien untuk melakukan pertukaran antara organisasi dan klien atau klien yang diharapkan (Hasan, 2009:10).

e. Media Sosial

Kehadiran media dengan segala manfaatnya telah menjelma menjadi bagian dari eksistensi manusia. Perkembangan zaman telah melahirkan berbagai macam media, salah satunya adalah hiburan berbasis web. Hiburan online adalah media di web yang memungkinkan klien untuk menangani diri mereka sendiri dan terhubung, bekerja sama, berbagi, berbicara dengan klien yang berbeda, dan menyusun ikatan sosial virtual. Hiburan virtual adalah media canggih di mana realitas sosial terjadi dan musim antariksa kliennya berkolaborasi. Sifat-sifat yang ada di mata publik dan daerah juga muncul dalam sesuatu yang serupa atau struktur yang berbeda di web. Pada dasarnya, beberapa ahli yang meneliti web melihat bahwa hiburan online di web adalah gambaran dari apa yang terjadi dalam kenyataan, seperti pencurian sastra (Nasrullah, 2016).

f. Spekulasi Tentang Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang berkonsentrasi pada korespondensi dan artikulasi inventif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan pemikiran secara lahiriah dengan mengawasi komponen realistik, khususnya bentuk dan gambar, huruf, dan pengaturan dan desain bayangan.

2. METODE

Untuk metode penelitian perancangan ini menggunakan langkah untuk mendapatkan data perancangan animasi motion graphic 3D sebagai media promosi wisata bangunan sejarah Kota Semarang. Pada perancangan ini penulis menggunakan metode penelitian secara kuantitatif dan kualitatif karena membutuhkan data asli, maka penulis memilih mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat dan data-data melalui internet.

2.1 Pengumpulan Data



Gambar 1. Logo Pemerintah Kota Semarang
(Sumber : <https://gudrilogo.blogspot.com/2017/11/logo-kota-semarang-format-cdr-png.html>)

a. Data Klien

Nama : Dinas Budaya dan Pariwisata Pemerintah Kota Semarang

Alamat : Jl. Pemuda No.175, Sekayu, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50132

Telepon : 0243513366

b. Data Primer

Data Primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari subjek pemeriksaan, untuk situasi ini ilmuwan memperoleh informasi atau data secara langsung dengan menggunakan instrumen yang telah ditentukan sebelumnya. Informasi penting dikumpulkan oleh spesialis untuk menanggapi pertanyaan penyelidikan. Berbagai macam informasi penting adalah bagian dalam dari siklus pemeriksaan dan sering dibutuhkan untuk tujuan dinamis. Informasi penting dipandang lebih tepat, karena informasi tersebut diperkenalkan secara mendalam.

c. Data Sekunder

Informasi yang sampai sekarang dapat diakses dan diperoleh secara tidak langsung oleh para ilmuwan. Informasi dapat diperoleh dengan membaca dengan teliti, meninjau, atau mendengarkan. Dalam tinjauan ini, informasi opsional dapat diperoleh dari:

- Strategi Menulis Online

Analisis mencari dan mengumpulkan informasi dengan mengambil dari buku harian, laporan usaha terakhir, buku, dan situs melalui web yang terhubung dengan titik yang diperiksa untuk menambah sumber data tentang Perancangan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Kota Semarang Tercatat.

2.2 Metode Analisis

Dalam menangani pemeriksaan informasi menggunakan strategi 5W + 1H untuk menyempurnakan informasi sehingga dapat menyimpulkan dan secara jelas menentukan titik fokus akhir dari penjelajahan yang telah selesai. Teknik ini membagi informasi yang harus diperoleh untuk menjawab, what, why, where, who, when, dan how.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Analisis

a. Analisis 5W+1H

1. What

Kurang efektifnya media promosi yang sudah ada pada website Dinas Pariwisata Kota Semarang yang terdapat pada menu pariwisata hanya menampilkan peta lokasi dari berbagai wisata tanpa disertai dengan deskripsi, bahkan visualisasi dari wisata itu sendiri. Dengan begitu Pembuatan Motion Graphic dibuat sebagai media promosi untuk mendeskripsikan informasi dari beberapa bangunan bersejarah yang ada di Kota Semarang

2. Who

Sasaran yang diharapkan adalah masyarakat pada umumnya dan wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang yang perlu melibatkan layanan motion graphic guna memberikan data informasi yang singkat dan mudah dipahami. Meskipun Motion Graphic yang dipilih dapat masuk ke dalam divisi usia apa pun.

3. Where

Masalah itu terjadi karena media yang sering ditemui di google dalam menyampaikan informasi hanya berfokus pada videografi saja.

4. When

Masalah itu terjadi ketika masyarakat ingin mencari informasi tentang wisata sejarah kota semarang

5. Why

Masalah tersebut terjadi karena videografi lebih banyak digunakan daripada motion graphic pada wisata sejarah kota semarang

6. How

Dengan begitu harus terus meningkatkan promosi dengan motion graphic untuk memberikan informasi dengan menampilkan Animasi, Typografi, dan Narasi. Motion Graphic yang akan dibuat memuat data tentang nama bangunan, sejarah tempat wisata, dan alamat bangunan yang diabadikan dan penjelasan terperinci dari bangunan tersebut agar lebih mudah bagi individu yang perlu menjelajah ke kota Semarang.

3.2 Konsep Kreatif

a. Tujuan Kreatif

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dikumpulkan, pada media promosi wisata bangunan sejarah kota Semarang yang sudah beredar sekarang masih menggunakan videografi. Dengan merubah media promosi wisata bangunan sejarah kota Semarang menggunakan animasi motion graphic 3D dapat menyampaikan pesan secara singkat dan mudah dipahami oleh masyarakat.

b. Target Audiens

Target dari Perancangan Animasi Motion Graphic 3D Sebagai Media Promosi Wisata Bangunan Sejarah Kota Semarang adalah masyarakat kota Semarang dan khususnya masyarakat dari luar kota yang ingin berwisata di kota Semarang. Segmentasi merupakan pembagian klasifikasi sasaran pasar dilihat dari geografi, demografi, psiografi, dan behavior

a. Geografis : Kota Semarang

- b. Demografis Gender : Semua
Usia : Semua usia
Ukuran keluarga : Seluruh keluarga

Pekerjaan : Umum
Agama : Semua
- c. Psikografis Kelas sosial : Semua
Gaya hidup : Semua
Kepribadian : Umum
- d. Behaviour
Masyarakat yang gemar mengunjungi tempat tempat wisata bangunan bersejarah.
- c. Strategi Kreatif
Dalam perancangan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Wisata Bangunan Sejarah Kota Semarang yang akan dirancang penulis yaitu akan memvisualisasikan ke dalam sebuah desain 3 Dimensi dari ikon bangunan wisata sejarah dikota Semarang.
- d. Story Line

Tabel 2. Tabel Story Line
(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

| SCENE | Message | Slide/music |
|-------------|--|-------------------|
| Penggalan 1 | Title dan pembuka | |
| Title | Perancangan Animasi Motion Graphic 3D Sebagai Media Promosi Wisata Bangunan Sejarah Kota Semarang | |
| Teks | | |
| Visual | Logo Pemerintahan Kota Semarang dan Logo Udinus | |
| Penggalan 2 | Pengantar | |
| Teks | Semarang adalah sebuah kota yang berada di provinsi jawa tengah. Di kota semarang saat ini ada banyak bangunan bersejarah yang masih berdiri kokoh | Suara mesin ketik |

| | | |
|-------------|---|-----------------|
| Visual | | |
| Penggalan 3 | Tugu Muda | |
| Teks | Sejarah tugu muda, cara akses ke tugu muda, alamat tugu muda | Envici-November |
| Visual | 3D Animasi Tugu Muda | |
| Penggalan 4 | Lawang Sewu | |
| Teks | Sejarah lawang sewu, cara akses ke lawang sewu, alamat lawang sewu | Envici-November |
| Visual | 3D Animasi Lawang Sewu | |
| Penggalan 5 | Simpang Lima | |
| Teks | Sejarah Simpang Lima, cara akses ke simpang lima, alamat simpang lima | Envici-November |
| Visual | 3D animasi simpang lima | |
| Penggalan 6 | Sam Poo Kong | |
| Teks | Sejarah sam poo kong, cara akses, alamat | Envici-November |
| Visual | 3D Animasi Sam Poo Kong | |
| Penggalan 7 | Masjid Agung Jateng | |
| Teks | Sejarah Mesjid agung, cara akses, alamat | Envici-November |
| Visual | 3D Animasi Masjid Agung Jateng | |
| Penggalan 8 | Greja Blenduk | |

| | | |
|--------|--|-----------------|
| Teks | Sejarah greja blenduk, cara akses, alamat | Envici-November |
| Visual | 3D animasi Greja Blenduk | |

e. Konsep Media

a. Spesifikasi Teknis

Proses rendering yaitu dengan blender hasil 3D di render ke dalam format mp4. Kemudian memindahkan ke dalam software Adobe After Effect. Menggunakan ukuran frame 1980 x 1080 dengan frame rate 30 fps. Format motion graphic menggunakan mp4. Format ini dipilih untuk mempermudah proses unggah ke media sosial karena format ini memiliki ukuran yang tidak terlalu besar.

b. Platform

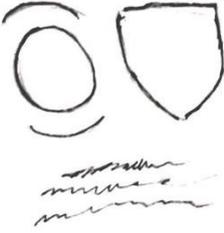
Motion graphic telah selesai dirender ke dalam format mp4. Kemudian diunggah dan ditayangkan di media sosial yaitu youtube dan instagram

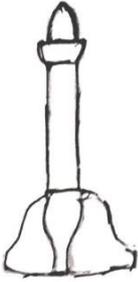
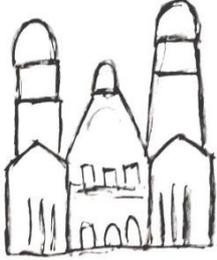
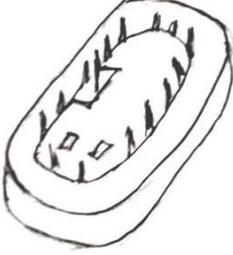
3.3 Konsep Visual

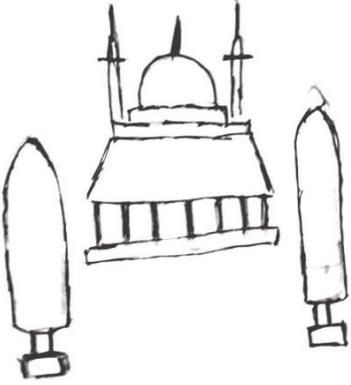
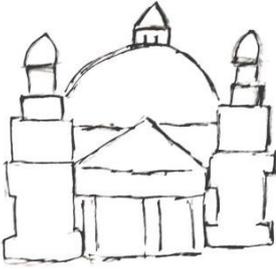
3.3.1 Story Board

Tabel 3. Tabel Storyboard

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

| Scene | Visual | Estimasi | Keterangan | Audio |
|-------|---|----------|---|-------------------|
| 1 |  | 00:05 | Muncul judul dan logo udinus dan pemerintah kota semarang | |
| 2 |  | 00:09 | Muncul text menjelaskan semarang | Suara mesin ketik |
| 3 |  | 00:14 | Muncul text dan Maps berbentuk handphone | Envici-November |

| | | | | |
|----|---|-------|---|---------------------|
| 4 |  | 00:20 | Muncul 3D, Environment, dan Text | Envici- November |
| 5 |  | 00:14 | Muncul text dan Maps berbentuk handphone | Envici- November |
| 6 |  | 00:20 | Muncul 3D, Environment, dan Text | Envici- November |
| 7 |  | 00:14 | Muncul text dan Maps berbentuk handphone | Envici- November |
| 8 |  | 00:20 | Muncul 3D, Environment, dan Text | Envici- November |
| 9 |  | 00:14 | Muncul text dan Maps berbentuk handphone | Envici- November |
| 10 |  | 00:20 | Muncul 3D, Environment, dan Text | Envici- November |

| | | | | |
|----|---|-------|--|---------------------|
| 11 |  | 00:14 | Muncul text dan Maps berbentuk handphone | Envici- November |
| 12 |  | 00:20 | Muncul 3D, Environment, dan Text | Envici- November |
| 13 |  | 00:14 | Muncul text dan Maps berbentuk handphone | Envici- November |
| 14 |  | 00:20 | Muncul 3D, Environment, dan Text | Envici- November |

3.3.2 Visualisasi

a. Referensi Visual

Referensi visual, perancang menggunakan referensi visual dari video motion graphic dari Video Iklan Berbasis Motion Graphic Sebagai Promosi Pada PT. Restu Anugrah Indah Wisata



Gambar 2. Contoh Referensi

(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=HjfhLa8S9g8>)



Gambar 3. Contoh Referensi

(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=HjfhLa8S9g8>)

b. Studi Warna

Pada Perancangan Animasi Motion Graphic 3D Sebagai Media Promosi Wisata Bangunan Sejarah Kota Semarang terdapat 13 warna. 10 warna tersebut yaitu sebagai warna utama dari desain bangunan sejarah. Terdapat 3 warna lagi sebagai warna dari environment.

| | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|---|----------------|-----------------|--|----------------|----------------|
|  | C: 13 M: 40 | Y: 82 K: 0 |  | C: 84 M: 26 | Y: 100 K: 14 |  | C: 19 M: 15 | Y: 16 K: 0 |
|  | C: 54 M: 49 | Y: 48 K: 70 |  | C: 68 M: 33 | Y: 78 K: 17 |  | C: 53 M: 44 | Y: 44 K: 9 |
|  | C: 78 M: 69 | Y: 59 K: 70 |  | C: 28 M: 98 | Y: 100 K: 32 |  | C: 67 M: 60 | Y: 58 K: 43 |
|  | C: 18 M: 14 | Y: 9 K: 0 |  | C: 15 M: 26 | Y: 57 K: 0 | | | |
|  | C: 35 M: 70 | Y: 51 K: 14 |  | C: 49 M: 63 | Y: 23 K: 2 | | | |

Gambar 4. Studi Warna

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

c. Font

Pada Perancangan Animasi Motion Graphic 3D Sebagai Media Promosi Wisata Bangunan Sejarah Kota Semarang menggunakan font Bahnschrift, font ini merupakan jenis font yang memiliki type face sangat mudah di baca serta terkesan lebih tegas.

ABCDEFGH
IJKLMNOPQ
RSTUVWQYZ
abcdefgh
ijklmnopq
rstuvwxyz
1234567890

Gambar 5. Font

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

3.4 Visualisasi Animasi

Setelah membuat object yang terdapat dalam karya motion graphic dan memvisualisasikannya setelah itu memvisualisasikannya kembali kedalam Adobe After Effect CC untuk dibuat animasi.

a. Scene 1

Memasukkan aset logo udinus dan logo pemerintah kota Semarang setelah itu memberikan text dari judul perancangan. Setelah memasukkan aset tersebut kemudian diberikan effect untuk digerakkan.

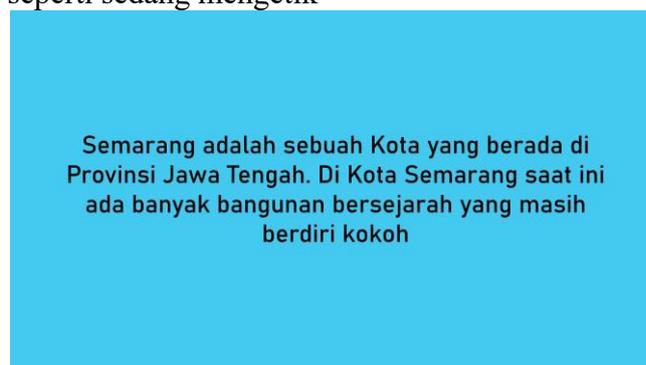


Gambar 4. 1 Animasi Motion Graphic Scene 1

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

b. Scene 2

Memberikan text penjelasan dari kota semarang yang memiliki bangunan sejarah dan memberikan suara mesin ketik. Setelah itu memberikan effect pada tulisan supaya terlihat seperti sedang mengetik



Gambar 4. 2 Animasi Motion Graphic Scene 2

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

c. Scene 3

Memasukkan aset handphone yang sedang membuka maps, memberikan text dari nama bangunan yang akan ditampilkan, dan text cara akses ke lokasi. Setelah memasukan semua aset gambar kemudian memberikan effect supaya memiliki gerakan.



Gambar 4. 3 Animasi Motion Graphic Scene 3

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

d. Scene 4

Memasukkan aset 3D dan environment yang telah dibuat kemudian memasukkan text penjelasan tentang sejarah bangunan tersebut. Setelah memasukan aset 3D, environment, dan tulisan kemudian effect supaya terlihat bergerak. Untuk 3D diberikan effect memutar supaya terlihat segala sisinya.



Gambar 4. 4 Animasi Motion Graphic Scene 4

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

e. Scene 5



Gambar 4. 5 Animasi Motion Graphic Scene 5

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

f. Scene 6



Gambar 4. 6 Animasi Motion Graphic Scene 6

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

g. Scene 7



Gambar 4. 7 Animasi Motion Graphic Scene 7

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

h. Scene 8



Gambar 4. 8 Animasi Motion Graphic Scene 8

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

i. Scene 9



Gambar 4. 9 Animasi Motion Graphic Scene 9

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

j. Scene 10



Gambar 4. 10 Animasi Motion Graphic Scene 10

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

k. Scene 11



Gambar 4. 11 Animasi Motion Graphic Scene 11

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

l. Scene 12



Gambar 4. 12 Animasi Motion Graphic Scene 12

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

m. Scene 13



Gambar 4. 13 Animasi Motion Graphic Scene 13

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

n. Scene 14



Gereja Blenduk diberikan sesuai dengan bentuk kubahnya yang dalam bahasa Jawa disebut Blenduk atau menggembung. Pada mulanya gereja ini dibangun pada tahun 1753, berupa rumah panggung Jawa, dengan atap arsitektur Jawa. kemudian, perubahan dilakukan oleh H.P.A. de Wilde dan W. Westmas

Gambar 4. 14 Animasi Motion Graphic Scene 14

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

o. Scene 15



Gambar 4. 15 Animasi Motion Graphic Scene 15

(Sumber : Shindu Yoga Pratama)

3.5. Ucapan Terima Kasih

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran perancang dalam mengerjakan penyusunan Tugas Akhir.
2. Kedua orang tua yang senantiasa selalu mendoakan agar proses ini di berikelancaran.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Edi Noersangsongko M.Kom selaku rector Universitas Dian Nuswantoro.
4. Bapak Dr. Guruh Fajar Shidik S.Kom., M.cs selaku dekan fakultas ilmukomputer.
5. Ibu Ir. Siti Hadiati Nugraini M.Kom, Ph.D selaku kepala program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Dian Nuswantoro.
6. Bapak Henry Bastian M.Kom selaku dosen pembimbing tugasakhir.
7. Bapak Ahmad Akrom S.Sn, M.Kom selaku dosen wali.
8. Terima Kasih juga kepada pasangan saya yang bernama Tasya Maharani yang selalu menyemangati dan mendoakan.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari perancang Animasi 3D Motion Graphic sebagai Media Promosi Bangunan Bersejarah Kota Semarang adalah pengenalan dan penyampaian informasi dari wisata bangunan sejarah Kota Semarang. Selain itu juga menjadi sarana media baru bagi Dinas Budaya dan Pariwisata Pemerintah Kota Semarang untuk memberikan konten dengan lebih mudah dan lebih menarik. Dengan suatu bentuk penyampaian informasi yang memanfaatkan pemvisulan yang menarik masyarakat karena mudah untuk dipahami dengan mudah dan singkat. Dalam pembuatan animasi motion graphic 3D diperlukan riset dari bagaimana bentuk bangunan, sejarah, alamat, dan cara akses ke lokasi yang dapat diterima oleh masyarakat.

4.2. Saran

Meskipun penulis sudah berusaha untuk menyempurnakan susunan laporan tugas akhir, tapi nyatanya penulis masih banyak memiliki kekurangan yang harus diperbaiki. Tulisan ini memiliki sejumlah kekurangan, terkait dengan pembahasan yang kurang mendalam. Kekurangan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai ide untuk penelitian selanjutnya.

Oleh karena itu, berbagai macam kritik dan saran dari pembaca yang membangun sangat diharapkan guna bahan evaluasi kedepannya.

5. DAFTAR PUSTAKA

Kurniawan, F. A. (2020). PERANCANGAN MOTION GRAPHIC MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP MAKANAN WISWAYAHE SEMARANG.

Nurrohmatuddin, A. (2020). PERANCANGAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV ARDATA MEDIA.

Puri. (2021, 06 03). *Apa Itu Bangunan Bersejarah? Ini Dia Nama-Nama Bangunan Bersejarah Di Indonesia*. Retrieved from <https://www.pinhome.id/blog/apa-itu-bangunan-bersejarah-ini-dia-nama-nama-bangunan-bersejarah-di-indonesia/>

Galeriwisata.Id. (2020, 08 13). Retrieved from <https://galeriwisata.id/10-wisata-sejarah-di-semarang/>