

**“Motion Graphic Sebagai Media Promosi wisata Museum Adityawarman,
Padang, Sumatera Barat”**

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Dalam Menyelesaikan program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh :

Agung Sharlino Siddiq

Nim. 17027002

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

HALAMAN PENGESAHAN

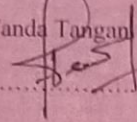

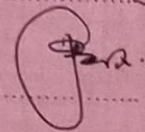
Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Karya Akhir

Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni

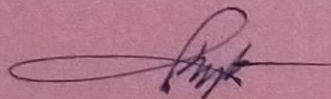
Universitas Negeri Padang

Judul : Motion Graphic Sebagai Media Promosi Wisata Museum
Adityawarman, Padang, Sumatera Barat
Nama : Agung Sharlino Siddiq
NIM/BP : 17027002/2017
Program Studi : Desain komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, September 2022

	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Pembimbing	: Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn NIP. 198302012009122001	1..... 
2. Penguji 1	: San Ahdi, S.Sn., M.Ds NIP. 19830201.200912.2.001	2..... 
3. Penguji 2	: Dra. Zubaidah, M.Sn NIP. 19570425.198602.2.001	3..... 

Mengetahui:
Ketua Departemen Seni Rupa



Drs. Mediagus, M.Pd.
NIP. 196208151990011001

HALAMAN PERSETUJUAN KARYA AKHIR

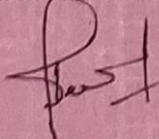
MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA MUSEUM
ADITYAWARMAN, PADANG, SUMATERA BARAT

Nama : Agung Sharlino Siddiq
NIM : 17027002
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, September 2022

Disetujui dan disahkan oleh:

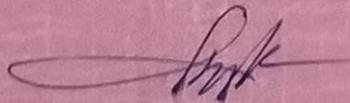
Dosen Pembimbing



Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn
NIP. 19830201.200912.2.001

Mengetahui:

Kepala Departemen Seni Rupa



Drs. Mediagus, M.Pd.
NIP. 19620815.199001.1.001

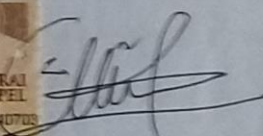
SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *Skripsi/Karya Akhir dengan judul Perancangan Motion Graphic sebagai Media Promosi Wisata Museum Adityawarman, Padang Sumatera Barat. adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 20
Saya yang menyatakan,




Agung Sharlino S.
NIM. 1702 7002

ABSTRAK

Agung Sharlino Siddiq (1707002), *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi wisata Museum Adityawarman, Padang, Sumatera Barat. Tugas Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

Perkembangan jumlah pengunjung Wisata Museum Adityawarman dari tahun 2020 sampai 2022 terus menurun, faktor utamanya dikarenakan pandemi dan juga dikarenakan pihak museum Adityawarman tidak melakukan promosi yang khusus untuk mempromosikan Museum Adityawarman tersebut.

Tujuan perancangan Merancang *motion graphic* yang menarik sebagai media promosi wisata Museum Adityawarman, Padang, Sumatera Barat dan dapat di *publish* melalui media social seperti, *facebook*, *instagram*, dan *youtube*.

Metode perancangan yang digunakan adalah metode perancangan 4D. Dengan metode pengumpulan data secara observasi, wawancara, dokumentasi dan internet.

Hasil akhir dari tugas akhir ini adalah berupa video *motion graphic* yang mana sebagai media promosi dari wisata Museum Adityawarman, Padang, Sumatera barat.

Kata Kunci : Museum Adityawarnam, Jumlah pengunjung, Promosi, Metode perancangan 4D, *Motion Graphic*.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh *“Jo bismillah kato dimulai, sairiang balam jo barabah, balam lalu barabah mandi, sairiang salam nan jo sambah, sambah lalu salam kembali, di angkek sambah di anjuang budi, disusun jari nan sapuluah, di takuakan kapalo nan satu, ampun di mintak kapado allah, anjuang di antakan kapado nabi”*.

Alhamdulillahirobbil ‘alamin, segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta’ala. Tuhan pencipta alam yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga atas izin beserta rahmat dan ridha-Nya lah penulis diberikan kesehatan dan kemudahan serta ditutun merangkai huruf menjadi kata dan kata menjadi kalimat dalam bentuk sebuah Tugas Akhir ini tepat waktu ditengah Pandemi Covid-19 yang belum kunjung lenyap di muka bumi ini. Salawat beriring salam senantiasa disampaikan kepada junjungan Umat Islam Baginda tercinta kita Nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafa’atnya di akhirat nanti.

Meski banyak terdapat kekurangan penulis mencoba menyajikan pembuatan proposal Tugas Akhir sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk dapat memperoleh gelar Sarjana dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa Sastra dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Dari hasil investigasi penulis di Nagari Batang Barus mencoba melahirkan sebuah Karya berjudul ***“Motion Graphic Sebagai Media Promosi wisata Museum***

Adityawarman, Padang, Sumatera Barat.” Judul karya tersebut seiring dengan pihak Museum Adityawarman yang belum mempunyai iklan khusus untuk mempromosikan wisata museum tersebut, terlebih promosi yang menggunakan media *motion graphic*. Penulis sangat berkeinginan melahirkan karya ini sebagai persembahan ilmu yang telah diperoleh selama ini di Universitas Negeri Padang. Sehingga dapat menjadi sarana edukasi dan informasi kepada masyarakat di bidang promosi dan desain yang masih asing ditengah masyarakat.

Selama proses pengerjaan Proposal Tugas Akhir ini, penulis tentunya mengalami kesulitan dan hambatan tetapi dengan bimbingan, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak pembimbing program studi Desain Komunikasi Visual, terutama dengan izin Allah Subbhanahu Wa Ta'ala, kesulitan tersebut dapat teratasi, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Universitas Negeri Padang.
2. Tim penguji Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dini Faisal, S.Ds, M.Ds., selaku ketua Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang
4. Ibu Dini Faisal, S.Ds, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing Akademik Universitas Negeri Padang.

Penulis menyadari bahwa Proposal Tugas Akhir ini masih jauh dari kata

sempurna karena masih banyak terdapat kesalahan serta keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga proposal Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat.

Demikianlah kata pengantar dari penulis sudah dapat dipastikan masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan pada proposal Tugas Akhir ini penulis mohon maaf yang sebesar besarnya.

Padang, Februari 2022

Agung Sharlino Siddiq

Nim. 17027002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Orientasi	4
F. Tujuan Perancangan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Kajian Praktis	6
1. Data Verbal	6
a. Sejarah Museum Adityawarman.....	6
b. Visi dan Misi Museum Adityawarman.....	8
c. Jadwal Kunjungan.....	9
d. Kurator	9
2. Data Visual.....	9
B. Kajian Teoritis	15
1. Promosi.....	15

2. Media Promosi.....	17
3. <i>Motion Graphic</i>	18
4. <i>Storyboarding Motion Graphic</i>	19
5. <i>layout</i>	21
C. Karya Relevan.....	24
1. Video Iklan Berbasis <i>Motion Graphic</i> Sebagai Promosi Pada PT. Restu Anugrah Indah Wisata	25
2. <i>Motion Graphic</i> -Animasi Berbasis <i>Motion Graphic</i> Sebagai Media Promosi Rika <i>Decoration</i>	25
D. Kerangka Konseptual.....	27
BAB III METODE PERANCANGAN	28
A. Metode Perancangan	28
1. <i>Define</i>	28
2. <i>Design</i>	28
3. <i>Develop</i>	29
4. <i>Disseminate</i>	29
B. Metode Pengumpulan Data.....	29
1. <i>Data Primer</i>	29
2. <i>Data Sekunder</i>	31
C. Metode Analisa Data.....	31
D. Pendekatan Kreatif.....	33
1. Tujuan Kreatif.....	33
2. Strategi Kreatif.....	33
3. Program Kreatif	35
E. Media Utama dan Media Pendukung.....	38
1. Media Utama.....	38
2. Media Pendukung	38
BAB IV PERANCANGAN KARYA	40

A. Media	40
1. Media Utama.....	40
2. Media Pendukung	40
3. Rencana Anggaran Biaya.....	43
B. Program Kreatif	44
1. Pembahasan Media Utama.....	44
2. Pembahasan Media Pendukung	67
C. Implementasi Karya	63
1. Media Utama.....	63
2. Media Pendukung	67
a. <i>Layout</i> Kasar	67
b. <i>Layout</i> Komprehensif.....	69
c. Final Desain	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	xiii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bangunan Museum Adityawarman.....	10
Gambar 2. Foto Museum Adityawarman dari depan.....	10
Gambar 3. Foto patung budha di Museum Adityawarman.....	10
Gambar 4. Monumen di Museum Adityawarman.....	11
Gambar 5. Monumen pesawat Museum Adityawarman.....	11
Gambar 6. View Museum Adityawarman dari atas.....	11
Gambar 7. Patung bundo kanduang.....	12
Gambar 8. Koleksi <i>geologika</i> Museum Adityawarman.....	12
Gambar 9. Koleksi <i>biologika</i> Museum Adityawarman.....	12
Gambar 10. Koleksi <i>etnografika</i> Museum Adityawarman.....	13
Gambar 11. Koleksi <i>arkeologika</i> Museum Adityawarman.....	13
Gambar 12. Koleksi <i>historika</i> Museum Adityawarman.....	13
Gambar 13. Koleksi <i>heraldika</i> Museum Adityawarman.....	14
Gambar 14. Koleksi <i>filologika</i> Museum Adityawarman.....	14
Gambar 15. Koleksi <i>keramelogika</i> Museum Adityawarman.....	14
Gambar 16. Koleksi seni rupa Museum Adityawarman.....	15
Gambar 17. Koleksi <i>teknologika</i> Museum Adityawarman.....	15

Gambar 18. Cuplikan <i>motion graphic</i> PT. Restu Anugrah Indah Wisata.....	25
Gambar 19. Cuplikan <i>motion graphic</i> PT. Restu Anugrah Indah Wisata.....	25
Gambar 20. Cuplikan <i>motion graphic</i> Rika Decoration.....	26
Gambar 21. Cuplikan <i>motion graphic</i> Rika Decoration.....	26
Gambar 22. Kerangka konseptual.....	27
Gambar 23. Pilihan warna.....	46
Gambar 24. Pilihan <i>font Franklin Gothic Book</i>	46
Gambar 25. Pilihan <i>font Franklin Gothic Medium</i>	46
Gambar 26. Pilihan <i>font Franklin Gothic Demi</i>	47
Gambar 27. Pembuatan <i>asset</i>	56
Gambar 28. Pembuatan <i>asset</i>	56
Gambar 29. Pembuatan <i>asset</i>	57
Gambar 30. Menggerakkan <i>asset</i>	58
Gambar 31. Menggerakkan <i>asset</i>	58
Gambar 32. Menggerakkan <i>asset</i>	58
Gambar 33. Penggabungan <i>asset</i>	59
Gambar 34 <i>Input audio</i>	60
Gambar 35. Proses <i>rendering</i>	61

Gambar 36. <i>Scene 1</i>	62
Gambar 37. <i>Scene 2</i>	62
Gambar 38. <i>Scene 3</i>	63
Gambar 39. <i>Scene 4</i>	63
Gambar 40. <i>Scene 5.1</i>	64
Gambar 41. <i>Scene 5.2</i>	64
Gambar 42. <i>Scene 5.3</i>	64
Gambar 43. <i>Scene 6</i>	65
Gambar 44. <i>Scene 7</i>	65
Gambar 45. <i>Scene 8</i>	66
Gambar 46. <i>Scene 9</i>	66
Gambar 47. <i>Layout kasar totebag</i>	67
Gambar 48. <i>Layout kasar t-shirt</i>	67
Gambar 49. <i>Layout kasar poster</i>	68
Gambar 50. <i>Layout kasar x-banner</i>	68
Gambar 51. <i>Layout komprehensif totebag</i>	69
Gambar 52. <i>Layout komprehensif t-shirt</i>	69
Gambar 53. <i>Layout komprehensif topi</i>	70

Gambar 54. <i>Layout komprehensif poster.</i>	70
Gambar 55. <i>Layout komprehensif x-banner.</i>	71
Gambar 56. Final desain <i>merchandise totebag, t-shirt</i> dan topi.	72
Gambar 57. Final desain <i>merchandise.</i>	72
Gambar 58. Final desain stiker.....	72
Gambar 59. Final desain poster.....	73
Gambar 60. Final desain <i>x-banner.</i>	74
Gambar 60. Final desain <i>social media account.</i>	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rencana Anggaran Biaya.....	43
Tabel 2. <i>Storyboard</i>	50

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumatera Barat adalah provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Sumatra, dengan ibu kota Padang. Provinsi Sumatera Barat terletak disepanjang pesisir barat Sumatera bagian tengah, dataran tinggi Bukit Barisan di sebelah timur, dan pulau-pulau di lepas pantai seperti Kepulauan Mentawai. Dari utara ke selatan, provinsi dengan wilayah seluas 42.012,89 km² ini berbatasan dengan empat provinsi, yakni Sumatera Utara, Riau, Jambi, dan Bengkulu.

Terkenal dengan berbagai macam tempat wisata, contohnya wisata museum. Ada beberapa tempat wisata museum yang berada di Sumatera Barat, seperti Istana Bung Hatta Bukittinggi, Jembatan Ratapan Ibu di Payakumbuh, Benteng Fort de Cook di Bukittinggi, Istana Basa Pagaruyuang di Batusangkar, Lobang Jepang di Bukittinggi, Museum Bank Indonesia di Padang dan Museum Adityawarman di Padang. Kali ini penulis akan berfokus kepada wisata Museum Adityawarman yang ada di Kota Padang.

Museum Adityawarman merupakan museum budaya Provinsi Sumatra Barat diresmikan pada 16 Maret 1977 dengan mengambil nama besar salah seorang raja Malayapura pada abad ke-14, Adityawarman yang sezaman dengan Kerajaan Majapahit. Museum ini memiliki julukan Taman Mini ala Sumatra Barat. Bangunan museum dikerjakan pada tahun 1974. Bangunan museum berada di area lebih kurang 2,6 *hektare* dengan luas bangunan kurang lebih 2.854,8 meter

persegi. Diresmikan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Prof. Dr. Syarif Thayeb. Selanjutnya, diberi nama Museum Adityawarman Sumatra Barat berdasarkan Surat Keputusan Menteri No.093/0/1979 tanggal 28 Mei 1979.

Sebagai museum budaya, Museum Adityawarman menyimpan dan melestarikan benda-benda bersejarah, seperti cagar budaya Minangkabau dan sekitarnya beserta beberapa cagar budaya nasional. Salah satu di antaranya adalah bangunan yang berarsitektur Minang, bernama Rumah *Bagonjong* atau *Baanjuang*. Koleksi utama yang terdapat di Museum Adityawarman dikelompokkan ke dalam sepuluh macam jenis koleksi, meliputi geologika/geografika, biologika, etnografika, arkeologika, historika, numismatika/heraldika, filologika, keramologika, seni rupa, dan teknologika.

Dari observasi awal pada tanggal 8 Maret 2022 dengan bapak Ivan selaku divisi Pelayanan dan Edukasi, Menyatakan bahwa perkembangan jumlah pengunjung Wisata Museum Adityawarman dari tahun 2020 sampai 2022 terus menurun, faktor utamanya dikarenakan pandemi dan penurunan jumlah pengunjung juga dikarenakan pihak museum adityawarman tidak melakukan promosi yang khusus untuk mempromosikan Museum Adityawarman tersebut, Walaupun pada media *social* seperti *instagram* jumlah *followers* meningkat tetapi promosi yang dilakukan hanya berfokus pada informasi koleksi museum, event-event yang ada, dan promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti, *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*. Museum Adityawarman merupakan museum budaya yang memiliki berbagai macam koleksi sejarah dan budaya, memiliki

koleksi patung dan monument, memiliki studio mini untuk memutar film dokumenter dan juga memiliki taman yang asri dan indah dimana pengunjung bisa bersantai sambil menikmati hijaunya pepohonan dan suasana perkotaan.

Oleh karna itu, penulis ingin mempromosikan Wisata Museum Adityawarman dengan media *motion grapich* menjadi salah satu cara yang digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada *audiensi*. Kombinasi dari animasi, musik, plot, dan teks membuat orang lebih tertarik untuk melihat *motion graphic* dibandingkan dengan membaca teks biasa. Selain digunakan untuk menyampaikan suatu informasi, *motion graphic* juga digunakan sebagai iklan untuk mempromosikan sesuatu.

Dikarenakan saat ini masyarakat kurang meminati tempat wisata yang berbau budaya/sejarah seperti Museum Adityawarman. Maka penulis ingin meningkatkan jumlah pengunjung dan membuat masyarakat untuk tertarik kembali dengan hal-hal yang berbau budaya dan sejarah dengan mempromosikan wisata Museum Adityawarman dengan media *motion graphic* agar Museum Adityawarman menjadi salah satu pilihan utama tempat wisata bagi masyarakat. Dari penjelasan diatas, maka penulis merancang karya akhir yang berjudul **“*Motion Graphic* Sebagai Media Promosi wisata Museum Adityawarman, Padang, Sumatera Barat”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas ditemukan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurang tertariknya masyarakat terhadap wisata yang berbau budaya/sejarah seperti Museum Adityawarman sebagai pilihan utama masyarakat untuk berkunjung.
2. Promosi yang kurang optimal dilakukan oleh pihak museum Adityawarman untuk memperkenalkan kembali wisata yang berbau budaya/sejarah seperti wisata Museum Adityawarman kepada masyarakat.
3. Pemilihan media yang tidak tepat dan kurang menarik sebagai sarana promosi wisata Museum Adityawarman.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka batasan masalah berfokus kepada perancangan *motion graphic* yang menarik sebagai media promosi wisata Museum Adityawarman, Padang, Sumatera Barat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana merumuskan promosi wisata Museum Adityawarman yang menarik dengan menggunakan *motion graphic* sebagai media utamanya, sehingga masyarakat menjadi tertarik untuk berwisata ke tempat yang berbau budaya/sejarah seperti wisata Museum Adityawarman, Padang, Sumatera Barat.

E. Orisinalitas

Perancangan *motion graphic* dilakukan dengan mengeksplor dan menganalisa karakter tempat wisata, identifikasi perilaku konsumen, serta nilai-nilai yang akan disampaikan kepada konsumen, Keaslian perancangan

merupakan sebuah identitas dan *tone* sendiri sekaligus mempunyai gagasan baru melalui promosi dari wisata museum adityawarman sehingga terhindar dari upaya penjiplakan dan merupakan ide atau gagasan dari penulis sendiri.

F. Tujuan Perancangan

Merancang *motion graphic* yang menarik sebagai media promosi wisata Museum Adityawarman, Padang, Sumatera Barat dan dapat di *publish* melalui media social seperti, *facebook*, *instagram*, dan *youtube*.