
**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PT YARA INDO GALAXY MENGGUNAKAN
TEKNIK
MOTION GRAPHIC**

Adil Purnomo*, Rini Amadia**

Informatics Engineering, Batam State Polytechnic
Multimedia Engineering Technology, Batam State Polytechnic

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 201x

Revised Aug 20th, 201x

Accepted Aug 26th, 201x

Keyword:

Company Profile
Motion Graphic
Villamil-Molina
EPIC Model
Travel Industry

ABSTRACT

In the rapidly evolving digital era, companies in the travel industry face intense competition, requiring innovative and effective communication media to reach potential customers. PT Yara Indo Galaxy (Indogalaxy Tours) currently relies on verbal communication and text-based messages via WhatsApp to deliver company information, which is deemed less engaging and fails to comprehensively explain its services and advantages. This study aims to design a video company profile using motion graphic techniques to provide a more visual, concise, and easy-to-understand information medium. The development process follows the Villamil-Molina method, which consists of five systematic stages: Development, Preproduction, Production, Postproduction, and Delivery. The resulting 2D motion graphic video has a maximum duration of 1 minute 30 seconds with a 1080p resolution, optimized for digital platforms such as Instagram Reels. To measure the effectiveness of the video as an information tool, the research utilizes the EPIC Model, covering four dimensions: Empathy, Persuasion, Impact, and Communication. Quantitative data is collected from 30 respondents, consisting of 15 potential customers and 15 business partners, using a Likert scale. This media is expected to serve as a strategic communication tool to enhance brand awareness, strengthen the company's professional image, and effectively communicate its superior travel services to a wider audience.

*Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.
All rights reserved.*

Corresponding Author:

Rini Amadia,
Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia,,
Politeknik Negeri Batam,
Ahmad Yani St, Teluk Tering, Kec Batam Kota, Batam, Riau Island, 29461, Indonesia.
Email: riniamadia@polibatam.ac.id

1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah memberikan peluang bagi berbagai perusahaan, termasuk dalam industri jasa perjalanan. Teknologi informasi memudahkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar dan menawarkan layanan inovatif, namun di sisi lain memicu persaingan yang semakin ketat. Dalam kondisi saat ini [1] masyarakat kini memiliki akses lebih mudah dan luas terhadap informasi berkat kemajuan teknologi informasi yang mampu mengatasi batasan ruang dan waktu, sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki media komunikasi yang efektif guna mendistribusikan informasi perusahaan secara menyeluruh kepada calon konsumen. Salah satu sarana komunikasi visual yang dinilai memiliki efisiensi tinggi dalam menyampaikan pesan secara lengkap dalam waktu singkat adalah video *company profile*.

PT Yara Indo Galaxy (Indogalaxy Tours) merupakan perusahaan jasa perjalanan domestik dan internasional yang telah beroperasi sejak tahun 2015. Selama ini, penyampaian informasi mengenai visi, misi, dan layanan unggulan perusahaan masih bergantung pada komunikasi lisan secara langsung atau melalui pesan teks di media sosial seperti WhatsApp. Berdasarkan pengamatan di lapangan, metode penyampaian tersebut dinilai kurang menarik, tidak konsisten, dan belum sepenuhnya mampu menjelaskan keunggulan layanan perusahaan secara menyeluruh. Pesan teks sering kali tidak memberikan gambaran visual yang jelas, sementara penjelasan lisan dapat bervariasi tergantung pada individu yang menyampaikannya. Hal ini menimbulkan urgensi akan kebutuhan media yang lebih menarik dan komunikatif agar calon pelanggan maupun mitra kerja dapat mengenal program jasa yang ditawarkan secara optimal (Hasil wawancara dengan Pemilik PT Yara Indo Galaxy, 2025).

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, penggunaan teknik *motion graphic* dalam video profil perusahaan dipilih karena kemampuannya menyajikan informasi secara visual dan ringkas. [2] Tujuan dari dibuatnya video company profile adalah sebagai gambaran singkat yang dapat mewakili dan membangun citra suatu perusahaan maupun sekolah. Video profile itu penting karena mempunyai efisiensi yang lebih baik dalam hal penyampaian informasinya. Penerapan teknik *motion graphic* pada video company profile diharapkan mampu menghasilkan media informasi yang lebih efektif dalam menyampaikan identitas dan layanan perusahaan. Selain itu, media ini diharapkan dapat mendukung PT Yara Indo Galaxy dalam meningkatkan citra perusahaan serta memperkuat daya saing di bidang jasa perjalanan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan media informasi berupa video company profile PT Yara Indo Galaxy dengan memanfaatkan teknik *2D motion graphic* serta pendekatan *flat design* guna mendukung penyampaian profil perusahaan secara visual dan komunikatif. [3] Gaya flat design telah menjadi tren dalam satu dasawarsa terakhir dan tetap bertahan karena tren media digital yang pesat. Hal tersebut karena konten visual yang sederhana menjadi syarat utama dalam menunjang efektivitas media. Motion graphics adalah percabangan dari seni desain grafis yang merupakan penggabungan dari ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan menggunakan teknik animasi [4]. Motion graphic menjadi salah satu bentuk audio visual yang efisien dan efektif dalam proses mempublikasikan atau penyampaian suatu informasi [5]. Perancangan video dilakukan dengan menerapkan metode pengembangan Villamil-Molina yang terdiri atas lima tahapan, yaitu Development, Preproduction, Production, Postproduction, dan Delivery. Efektivitas video yang dihasilkan dievaluasi menggunakan EPIC Model yang mencakup dimensi Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication. Hasil evaluasi diharapkan dapat menjadi dasar dalam menilai kelayakan video sebagai media informasi digital bagi PT Yara Indo Galaxy.

2. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif yang mengandalkan data statistik untuk mengukur hubungan antara efektivitas media visual dengan tingkat pemahaman audiens. Fokus utama penelitian adalah mengevaluasi penggunaan video *company profile* berbasis *motion graphic* sebagai sarana informasi bagi calon pelanggan dan mitra kerja PT Yara Indo Galaxy. Proses perancangan dan pengembangan media dalam penelitian ini mengikuti kerangka kerja Villamil-Molina (1997). Pemilihan metode Villamil-Molina didasarkan pada tahapan pengembangannya yang terstruktur dan sistematis, sehingga mampu mendukung proses perancangan media secara bertahap. Metode ini terdiri atas lima tahapan utama sebagai berikut.

2.1 Metode Penelitian

Penelitian Terdahulu [6] dengan judul “Analisis Efektivitas Motion graphic Sebagai Media Informasi Company profile Polibatam Press Menggunakan Epic Model”. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan video company profile berbasis motion graphic guna meningkatkan branding Polibatam Press, unit usaha di bawah Politeknik Negeri Batam yang bergerak dalam penerbitan buku dan karya ilmiah sejak 2017. Penelitian ini menggunakan metode perancangan dan pengembangan Villamil-Molina yang terdiri dari lima tahapan, yaitu Development, Preproduction, Production, Postproduction, dan Delivery. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pihak manajemen dan tim magang Polibatam Press, observasi selama proses magang, dokumentasi produksi, serta penyebaran kuisioner uji alpha dan beta. Sumber data terdiri dari data primer berupa wawancara dan kuisioner, serta data sekunder dari studi pustaka dan dokumentasi Polibatam Press. Analisis dilakukan menggunakan metode EPIC Model untuk mengukur efektivitas video, serta Skala Likert untuk mengolah data kuantitatif dari persepsi responden terhadap produk yang dihasilkan. Produk akhir berupa video company profile ini diharapkan mampu menyampaikan informasi tentang identitas, visi,

misal, dan layanan Polibatam Press secara menarik serta mempermudah penyebaran informasi melalui media sosial.

Penelitian ini menggunakan metode pengembangan multimedia Villamil-Molina (1997) yang mencakup lima tahapan, yaitu *Development*, *Preproduction*, *Production*, *Postproduction*, dan *Delivery*. Kelima tahapan tersebut diterapkan sebagai kerangka kerja dalam perancangan video company profile PT Yara Indo Galaxy berbasis *motion graphic*. Proses pengembangan dilakukan secara bertahap mulai dari perencanaan konsep, perancangan media, produksi, evaluasi, hingga distribusi hasil akhir. Diagram alur penerapan metode sebagai berikut.

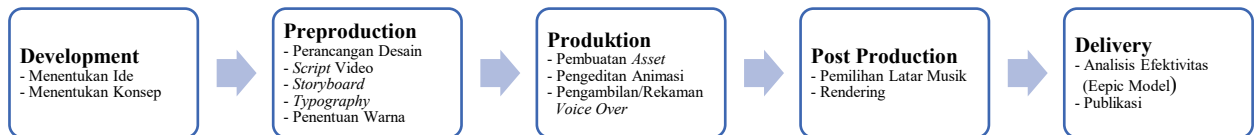


Figure 1 Metode Penelitian

Tahap **Development** diawali dengan penyusunan konsep dasar video *company profile* menggunakan teknik *motion graphic* bergaya *flat design*. Selanjutnya, pada tahap **Preproduction** dilakukan penyusunan naskah, pembuatan *storyboard*, penentuan tipografi, serta perancangan aset visual sebagai acuan proses produksi. Tahap **Production** mencakup pembuatan aset grafis menggunakan Adobe Photoshop yang kemudian dianimasikan menggunakan Adobe After Effects, disertai proses perekaman dan penambahan *voice over*. Pada tahap **Postproduction**, dilakukan penyuntingan akhir berupa pemilihan musik latar, penambahan *subtitle*, serta proses *rendering* menggunakan Adobe Premiere Pro sehingga menghasilkan video beresolusi Full HD (1080 × 1920 piksel). Efektivitas video selanjutnya dievaluasi melalui penyebaran kuesioner kepada **46 responden** yang terdiri atas **31 calon pelanggan** dan **15 mitra kerja** dengan rentang usia **18–45 tahun**. Calon pelanggan diperoleh melalui media sosial Instagram Indogalaxy Tours, sedangkan mitra kerja dipilih oleh pemilik perusahaan melalui WhatsApp. Kuesioner disusun menggunakan Google Form dan diisi secara daring setelah responden menyaksikan video *company profile* hingga selesai, sehingga seluruh pertanyaan dapat dijawab berdasarkan informasi yang telah diterima. Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan **EPIC Model** yang meliputi dimensi **Empathy**, **Persuasion**, **Impact**, dan **Communication**, sedangkan pengukuran setiap pernyataan menggunakan **Skala Likert** dengan rentang nilai **1–5**. Instrumen penelitian terdiri atas dua bagian, yaitu identitas responden dan pernyataan penelitian yang disusun berdasarkan keempat dimensi EPIC Model. Susunan pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Table 1 Pertanyaan Identitas

No.	Pertanyaan Identitas
1	Nama Lengkap / Nama Mitra Kerja
2	Jenis Kelamin
3	Usia
4	Status Responden
5	Apakah Anda sudah menonton video profil PT Yara Indo Galaxy minimal satu kali hingga selesai?

Table 2 Pertanyaan Mencakup Epic Model

No.	Pertanyaan Mencakup Epic Model
A	Empathy
1	Tampilan visual, karakter animasi dan kombinasi warna “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” terlihat baik.
2	Animasi motion graphic “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” membuat saya tertarik untuk menonton video hingga selesai.
3	“Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” memberikan kesan pertama yang baik terhadap PT Yara Indo Galaxy.
B	Persuasion
4	Setelah menonton “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic”, saya menjadi lebih tertarik untuk menggunakan layanan PT Yara Indo Galaxy.
5	“Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” meningkatkan kepercayaan saya terhadap PT Yara Indo Galaxy sebagai penyedia jasa perjalanan.
C	Impact
6	“Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” membuat saya lebih mengenal PT Yara Indo Galaxy..
7	Animasi motion graphic “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” membuat penyampaian informasi menjadi lebih menarik dibandingkan media teks.
D	Communication
8	Narasi dan animasi motion graphic “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” saling mendukung dalam menjelaskan informasi.
9	Informasi visi, misi, dan layanan “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” disampaikan dengan baik.
10	Setelah menonton “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” saya memahami layanan yang ditawarkan oleh PT Yara Indo Galaxy.

Tahap terakhir, yaitu Delivery, merupakan proses publikasi video dalam format digital (.mp4) yang dioptimalkan untuk didistribusikan melalui platform media sosial seperti Instagram Reels.

3. RESULTS AND ANALYSIS

Bagian ini menyajikan hasil perancangan visual video *company profile* PT Yara Indo Galaxy serta analisis efektivitas media tersebut sebagai sarana informasi digital bagi calon pelanggan dan mitra kerja.

3.1 Penentuan Ide dan Perancangan

Perancangan video ini menggunakan gaya *2D motion graphic* dengan pendekatan *flat design* yang menonjolkan bentuk sederhana dan komunikatif guna menjangkau audiens remaja hingga dewasa yang berumur 18-45 tahun.

3.1.1 Perancangan Desain

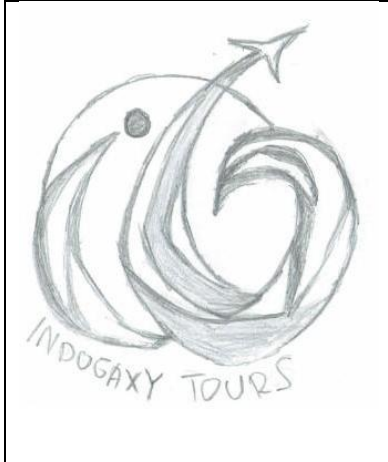
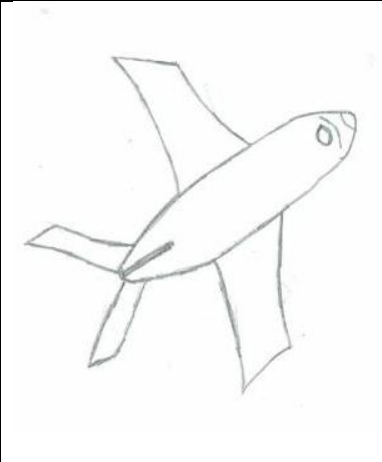
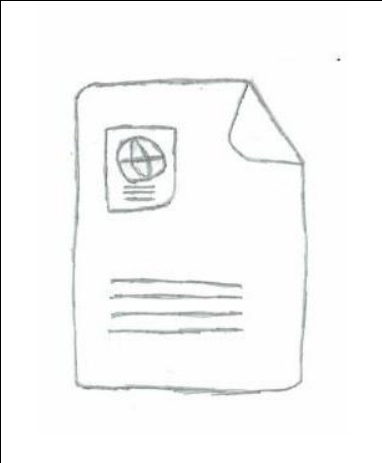
Perancangan karakter dilakukan dengan menerapkan gaya ilustrasi flat design sebagai identitas visual video company profile. Karakter yang dikembangkan merepresentasikan pemilik perusahaan, mitra kerja, dan pelanggan sesuai dengan kebutuhan alur penyampaian informasi. Penggunaan bentuk yang sederhana, warna solid yang konsisten, serta ekspresi yang komunikatif bertujuan menciptakan visual yang mudah dipahami sekaligus mendukung citra profesional perusahaan.

Table 3 Sketsa karakter

	
Pemilik Perusahaan Indogalaxy Tours Nama : Titik Gendre : Wanita Umur : 47 Tahun	Mitra Kerja Gendre : Laki-Laki Umur : 30-50 Tahun

Properti visual yang digunakan dalam video motion graphic ini dirancang dengan gaya flat design untuk menunjang tampilan yang modern, bersih, dan komunikatif. Properti-properti tersebut mencakup elemen-elemen yang merepresentasikan dunia perjalanan seperti peta dunia, pesawat terbang, menara, gedung-gedung kota, bangunan bersejarah, koper, bus pariwisata, dan mobil travel. Selain itu, properti pendukung seperti logo Indogalaxy Tours, ikon dan simbol layanan travel juga ditampilkan untuk memperkuat identitas visual perusahaan. Seluruh properti divisualisasikan dengan warna-warna cerah seperti biru muda, oranye, dan putih, serta animasi sederhana yang tetap menarik agar sesuai dengan preferensi audiens remaja hingga dewasa.

Table 4 Sketsa Properti

	
Logo Indogalaxy Tours	Ikon Pesawat
	

3.1.2 Pembuatan Naskah Dan Storyboard

Tahap ini merupakan proses penyusunan alur cerita dan narasi video yang bertujuan menyampaikan informasi perusahaan secara sistematis, komunikatif, dan menarik. Naskah disusun berdasarkan struktur opening, isi, dan penutup, dengan gaya bahasa yang formal namun tetap ramah dan mudah dipahami oleh audiens remaja hingga dewasa. Penyusunan naskah juga mempertimbangkan durasi video, kesesuaian visual, serta alur transisi animasi agar pesan perusahaan tersampaikan secara efektif dalam format motion graphic berdurasi maksimal 1 menit 30 detik.

Table 5 naskah video motion graphic

NASKAH : VIDEO COMPANY PROFILE PT YARA INDO GALAXY MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC	
Opening “Logo Indogaxly Tours”	<i>Pop up</i>
SCENE 1 – SHOT 1 “Sejarah Perusahaan” -PEMILIK PERUSAHAAN NARASI : Perjalanan menyenangkan dimulai dari pilihan yang tepat.	<i>Pop up</i>
SCENE 1 – SHOT 2 “Sejarah Perusahaan” -PEMILIK PERUSAHAAN NARASI : Indogalaxy Tours hadir sejak Tahun 2015 sebagai bagian dari PT Yara Indo Galaxy untuk menghadirkan pengalaman perjalanan yang aman, nyaman, dan terpercaya.	<i>Pop up</i>
SCENE 2 – SHOT 1 “Visi” -PEMILIK PERUSAHAAN NARASI : Kami memiliki visi untuk menjadi agen perjalanan yang terpercaya dan inovatif di industri travel.	<i>Pop up</i>
SCENE 2 – SHOT 2 “Misi” -PEMILIK PERUSAHAAN NARASI : Misi kami sederhana: menyediakan layanan berkualitas, menawarkan paket wisata beragam, dan membangun hubungan erat dengan pelanggan serta mitra.	<i>Pop up</i>
SCENE 3 – SHOT 1 “Layanan Unggulan” -PEMILIK PERUSAHAAN NARASI : Indogalaxy Tours, menyediakan berbagai layanan perjalanan. Mulai dari paket wisata domestik dan internasional, pemesanan tiket pesawat dan kapal, serta hotel berbintang, layanan perjalanan grup, hingga pengurusan dokumen seperti visa dan paspor.	<i>Pop up</i>
SCENE 3 – SHOT 2 “Layanan Unggulan” -PEMILIK PERUSAHAAN NASKAH : Kami juga menghadirkan wisata Religi untuk pengalaman ibadah yang lebih nyaman dan berkesan.	

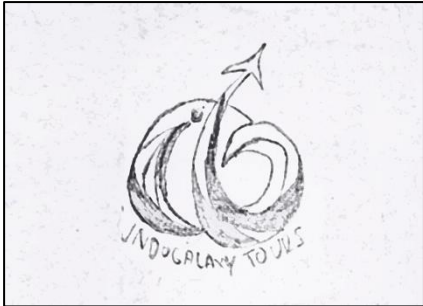
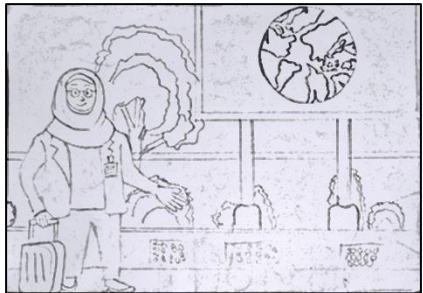
*Pop up***SCENE 4 – SHOT 1 “Asuransi Terpercaya”****-PEMILIK PERUSAHAAN**

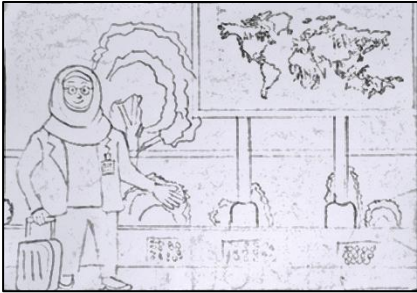
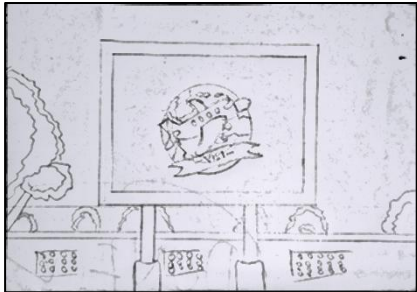
NASKAH : Untuk memastikan perjalanan yang aman, kami bekerja sama dengan beberapa perusahaan asuransi terpercaya.

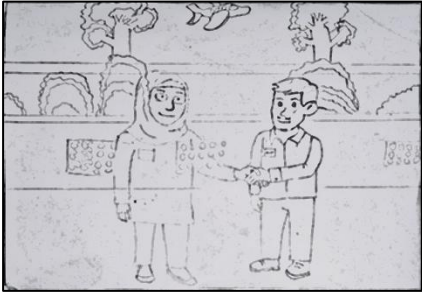
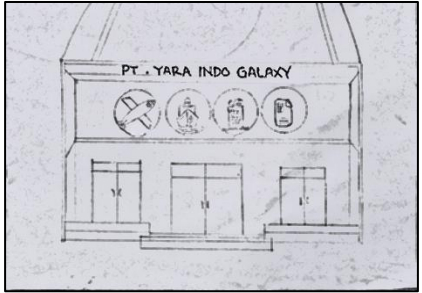
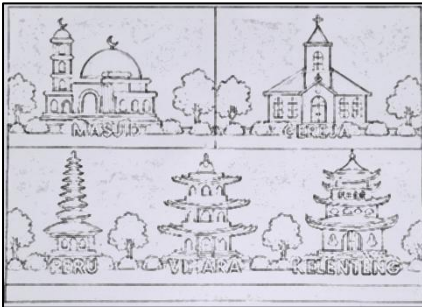
*Pop up***Closing “Logo Indogalaxy Tours “**

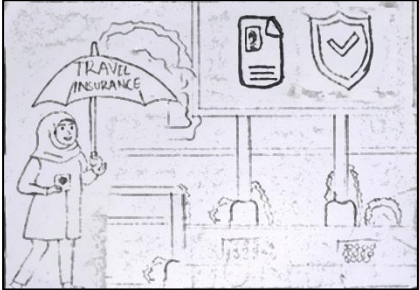
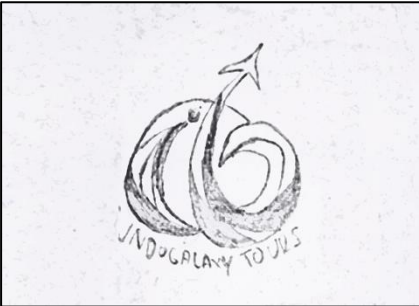
Tujuan dari pembuatan storyboard dalam penelitian ini adalah untuk memvisualisasikan alur konsep yang telah dirancang sebelumnya. Dalam proses perancangan video company profile PT Yara Indo Galaxy menggunakan teknik motion graphic, storyboard berperan sebagai tahapan awal yang menjadi acuan utama dalam pengembangan visual secara menyeluruh. Rangkaian storyboard secara rinci akan menggambarkan urutan adegan dan elemen yang akan ditampilkan dalam video.

Table 6 Story board video motion graphic

OPENING	“Logo Indogaxly Tours”	
	Durasi : 00.01 - 00.05 Detik	
	Action : Logo muncul	
Pop Up		
Scene 1 Shoot 1	“Sejarah Perusahaan”	
	Durasi : 00.05 - 00.20 Detik	
	Action : Animasi muncul Bola Dunia dan angka 2015 kemudian di ganti dengan PT. Yara Indo Galaxy Script : Perjalanan menyenangkan dimulai dari pilihan yang tepat. SFX : Pop up animation backsound music	
Pop Up		

Scene 1 Shoot 2	“Sejarah Perusahaan”
	
	Durasi : 00.20 - 00.30 Detik
	Action : Setelah animasi peta dunia, kemudia peta dunia tersebut dan muncul text di sertai dengan pesawat yang melintas di peta Script : Indogalaxy Tours hadir sejak Tahun 2015 sebagai bagian dari PT Yara Indo Galaxy untuk menghadirkan pengalaman perjalanan yang aman, nyaman, dan terpercaya. SFX : Pop up animation backsound music
Pop Up	
Scene 2 Shoot 1	“Visi”
	
	Durasi : 00.30 - 00.40 Detik
	Action : Animasi pesawat terbang dan sambil menarik pita yang bertulisan visi kemudian pesawat tersebut akan membesar membentuk ikon pesawat dan visi. Script : Kami memiliki visi untuk menjadi agen perjalanan yang terpercaya dan inovatif di industri travel. SFX : Pop up animation backsound music
Pop Up	
Scene 2 Shoot 2	“Misi”
	Durasi : 00.40 - 00.50 Detik

	Action : Animasi berjabat tangan antara Ibu pemilik perusahaan dengan mitra kerja serta diatasnya akan muncul pop up animasi text misi. Script : Misi kami sederhana: menyediakan layanan berkualitas, menawarkan paket wisata beragam, dan membangun hubungan erat dengan pelanggan serta mitra. SFX : Pop up animation backsound music
Pop Up	
Scene 3 Shoot 1	“Layanan Unggulan”
	Durasi : 00.50 - 01.05 Detik Action : Animasi pop up pelayanan perjalanan seperti ikon pesawat, ikon kapal, ikon hotel, dan ikon dokumen sebagai kelengkapan dokumen perjalanan keluarga ataupun instansi yang akan berlibur. Script : Indogalaxy Tours menyediakan berbagai layanan perjalanan, mulai dari paket wisata domestik dan internasional, pemesanan tiket pesawat dan kapal, serta hotel berbintang, layanan perjalanan grup, hingga pengurusan dokumen seperti visa dan paspor. SFX : Pop up animation backsound music
Pop Up	
Scene 3 Shoot 2	“Layanan Unggulan”
	Durasi : 01.05 - 01.15 Detik Action : Animasi munculnya bangunan-bangunan beberapa tempat ibadah dengan sentuhan visual elegan Script : Kami juga menghadirkan wisata Religi untuk pengalaman ibadah yang lebih nyaman dan berkesan. SFX : Pop up animation backsound music

<i>Pop Up</i>	
Scene 4 Shoot 1	“Asuransi Terpercaya”
	Durasi : 01.15 - 01.25 Detik
	Action : Animasi Pop pup Travel Asuransi sebagai symbol asuransi terpercaya
	Script : Untuk memastikan perjalanan yang aman, kami bekerja sama dengan beberapa perusahaan asuransi terpercaya. SFX : Pop up animation backsound music
<i>Pop Up</i>	
CLOSING	“Logo Indigalaxy Tours”
	Durasi : 01.25 - 01.30 Detik
	Action : Logo muncul kembali

3.1.3 Penentuan Typography dan Warna

Tipografi pada video company profile menggunakan font Poppins sebagai elemen pendukung komunikasi visual. Font ini dipilih karena memiliki bentuk huruf yang proporsional, mudah dibaca, dan mampu menjaga konsistensi tampilan visual. Penggunaannya mendukung penyampaian informasi secara efektif serta selaras dengan konsep desain motion graphic yang diterapkan pada penelitian ini. [7] Font Poppins dipilih karena memiliki bentuk huruf yang sederhana, bersih, dan mudah dibaca, sesuai dengan gaya flat design yang digunakan dalam motion graphic ini. Sebagai jenis sans serif, Poppins menghadirkan tampilan modern dan rapi, serta memiliki keterbacaan tinggi di berbagai ukuran layar. Variasi ketebalannya juga memudahkan pembeda antara judul dan isi teks, sehingga pesan edukatif dapat tersampaikan dengan jelas, terstruktur, dan tetap menarik secara visual. Pemilihan font dilakukan dengan merujuk pada situs Google Fonts yang menyediakan beragam pilihan font berkualitas. Dari hasil penelusuran tersebut, font Poppins dipilih sebagai tipografi utama, sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut :

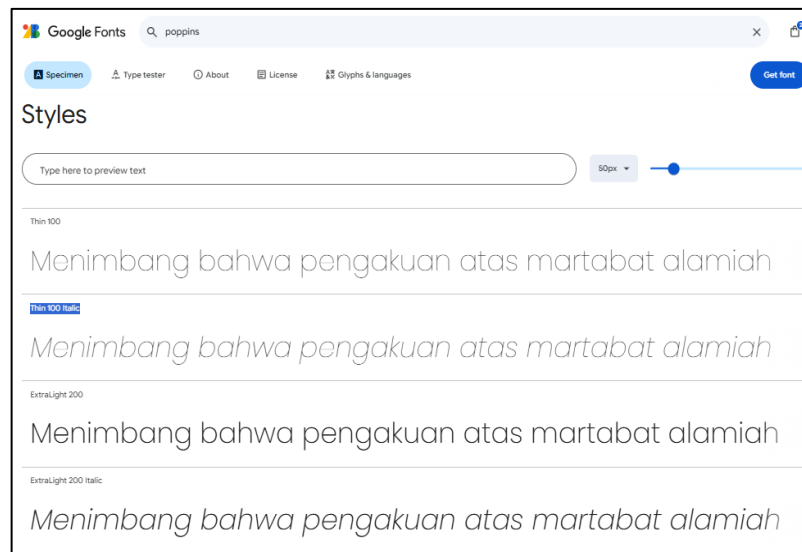
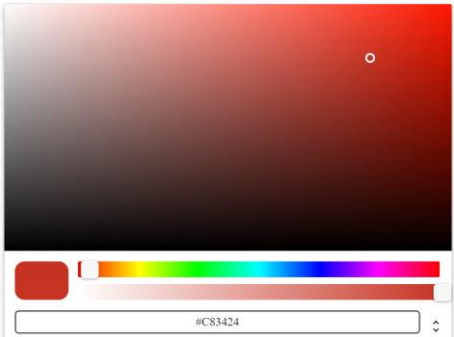
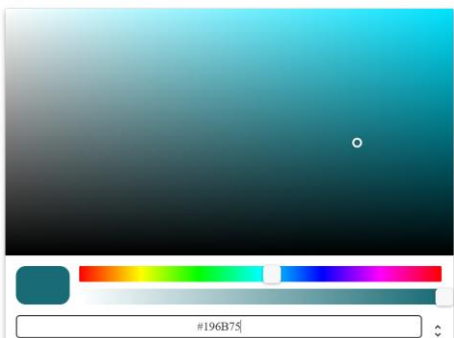
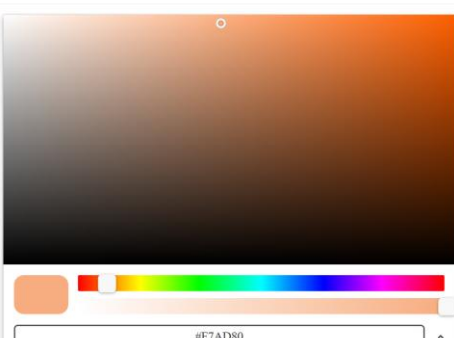


Figure 2 Gambar Font

Video company profile menggunakan lima warna utama sebagai identitas visual yang diterapkan secara konsisten pada seluruh elemen desain. Kombinasi warna tersebut dipilih untuk mendukung komunikasi visual, memperkuat identitas perusahaan, serta menghasilkan tampilan yang modern dan mudah dipahami oleh target audiens. Warna latar utama yang digunakan adalah warna biru yang [8] menyimbolkan keagungan, keyakinan, keteguhan iman, kesetiaan, kebenaran, kemurahan hati, kecerdasan, perdamaian, ketetapan stabilitas, keharmonian, kesatuan, kepercayaan, dan keamanan, guna menghadirkan kesan bersih, modern, serta memberikan ruang visual yang luas bagi elemen grafis lainnya, untuk pemilihan warna karakter ibu titik diambil berdasarkan warna logo Indogalaxy Tours. Pemilihan warna-warna ini didasarkan pada referensi dari situs Google Color Picker. Kelima warna yang telah dipilih oleh penulis ditampilkan pada tabel berikut :

Table 7 Daftar Palet Warna

Wara (Kode Warna)	Deskripsi Warna	Gambar Warna
Biru Langit (#00BFFF)	Warna Utama pada Background dan juga diterapkan pada properti visual seperti bangunan dan warna pakaian	
Merah Bata (#C83424)	Diterapkan pada properti visual seperti warna pada dinding dari bangunan	

Wara (Kode Warna)	Deskripsi Warna	Gambar Warna
		Choose the right colors here! 
Biru Kehijauan (#196B75)	Di gunakan sebagai warna pakaian dan atap dari bangunan	Choose the right colors here! 
Merah Muda Pastel / Warna Kulit (#F7AD80)	Bergungsi sebagai warna pada kulit karakter	Choose the right colors here! 
Warna Hijau (#81AF02)	Dipilih sebagai warna dalam aset tambahan seperti tanaman hijau	

Wara (Kode Warna)	Deskripsi Warna	Gambar Warna
		Choose the right colors here!

3.2 Hasil Perancangan dan Tahap Penyelesaian

Tahapan pembuatan *asset* dengan menggunakan Adobe Photoshop, tahap pengeditan menggunakan Adobe After Effects, dan proses penyuntingan akhir, penambahan voice over, serta musik latar dilakukan menggunakan Adobe Premiere Pro.

3.2.1 Pembuatan *Asset*

Pembuatan karakter dalam video company profile ini menggunakan gaya ilustrasi flat design, yang ditampilkan secara sederhana namun tetap ekspresif dan komunikatif. Karakter dirancang untuk mewakili berbagai elemen dalam narasi, seperti pemilik perusahaan sebagai tokoh utama yang menjadi pemandu wisata, mitra kerja dari instansi atau perusahaan. Untuk pembuatan karakter mendapatkan referenensi oleh AI menggunakan Chat GPT dengan cara pembuatan sketsa dahulu lalu di selesaikan menggunakan AI dan hasil dari AI tersebut di bentuk kembali bedasarkan konsep dengan menggunakan aplikasi Photoshop. Karakter yang sudah dibuat ditampilkan pada tabel berikut :

Table 8 pembuatan karakter

Karakter Pemilik Perusahaan	Karakter Berjabat Tangan

Pembuatan aset visual dilakukan dengan mengacu pada beberapa referensi desain yang diperoleh dari platform Freepik dan Magnific, seperti ilustrasi bangunan tempat ibadah, ikon pesawat, dan kapal. Seluruh aset kemudian dirancang ulang menggunakan Adobe Photoshop dengan menyesuaikan konsep visual, komposisi, serta pemilihan warna yang telah ditetapkan. Aset yang dihasilkan menerapkan gaya flat design untuk menciptakan tampilan yang modern, bersih, dan komunikatif. Hasil perancangan aset visual ditunjukkan pada gambar berikut.

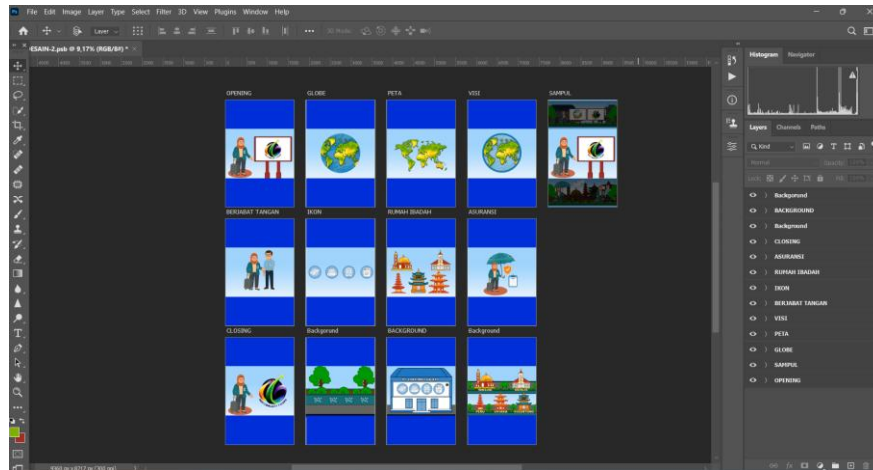


Figure 3 pembuatan Asset

3.2.2 Tahapan Pengeditan

Pada tahapan pengeditan menggunakan Adobe After Effects, dilanjutkan pada proses penyuntingan akhir, penambahan voice over, serta musik latar dan pembuatan subtitle dilakukan menggunakan Adobe Premiere Pro. Terdapat proses dalam pembuatan motion graphic sebagai berikut :

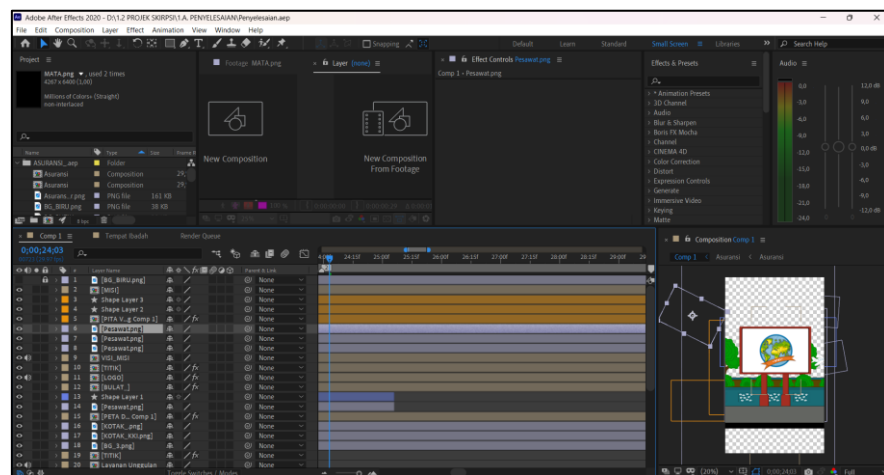


Figure 4 Tahap Pengeditan

3.2.3 Pemilihan Latar Musik dan Rendering

Pemilihan latar Music menggunakan website Free tropical music for videos setelah itu penyuntingan terakhir penggabungan *voice over*, pembuatan *subtitle* dan proses rendering menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro, proses penyuntingan akhir sebagai berikut :

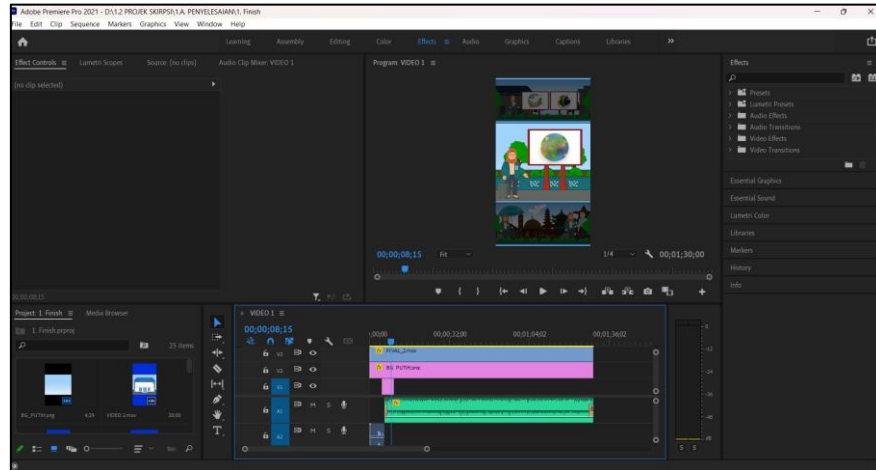


Figure 5 Tahap Penyelesaian

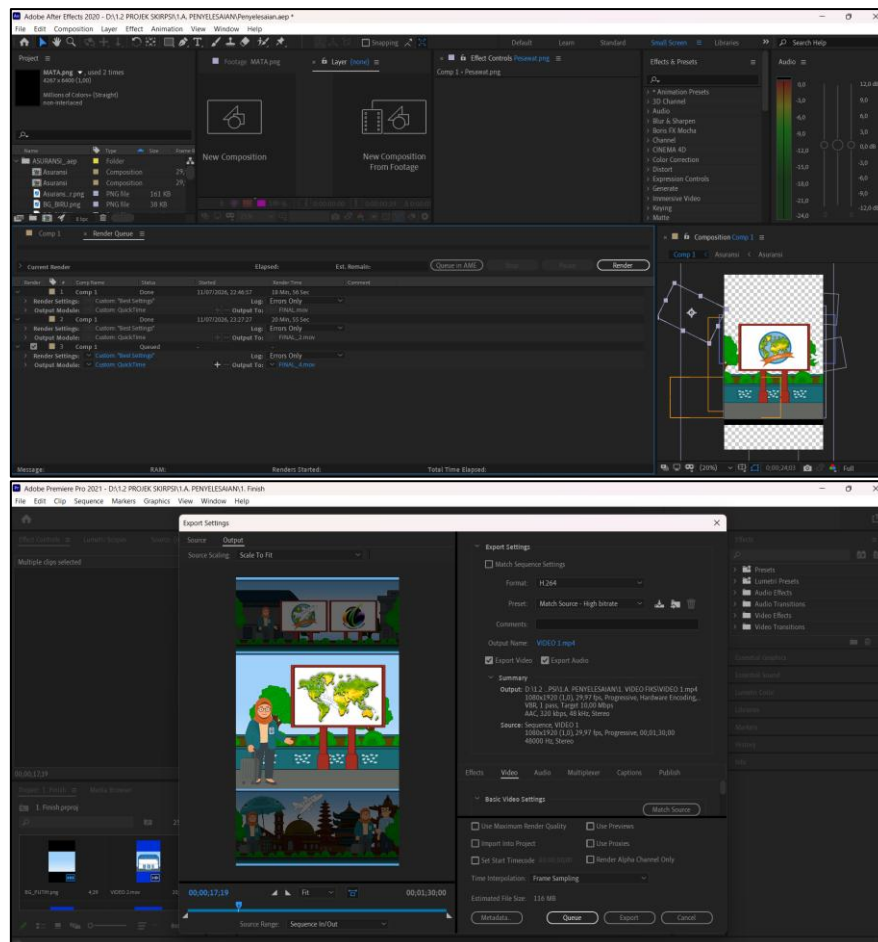


Figure 6 Tahap Rendering

3.3 Analisis Efektivitas Menggunakan EPIC Model

Title of manuscript is short and clear, implies research results (First Author)

Efektivitas video dievaluasi melalui 46 responden yang terdiri atas calon pelanggan dan mitra kerja berusia 18–45 tahun menggunakan instrumen kuesioner EPIC Model.

3.2.1 Skor Rata-rata Dimensi EPIC

Berdasarkan kriteria pengukuran skala Likert 1–5, hasil penilaian responden diklasifikasikan ke dalam empat dimensi utama. Tabel di bawah ini menunjukkan format hasil skor yang diharapkan untuk menentukan tingkat kelayakan media.

Table 9 Hasil Responden

No.	Pertanyaan Mencakup Epic Model	SS	S	N	TS	STS
A	Empathy					
1	Tampilan visual, karakter animasi dan kombinasi warna “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” terlihat baik.	22	17	5	1	1
2	Animasi motion graphic “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” membuat saya tertarik untuk menonton video hingga selesai.	21	16	7	1	1
3	“Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” memberikan kesan pertama yang baik terhadap PT Yara Indo Galaxy.	22	18	5	0	1
B	Persuasion					
4	Setelah menonton “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic”, saya menjadi lebih tertarik untuk menggunakan layanan PT Yara Indo Galaxy.	20	20	4	1	1
5	“Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” meningkatkan kepercayaan saya terhadap PT Yara Indo Galaxy sebagai penyedia jasa perjalanan.	19	18	7	1	1
C	Impact					
6	“Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” membuat saya lebih mengenal PT Yara Indo Galaxy..	21	17	6	1	1
7	Animasi motion graphic “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” membuat penyampaian informasi menjadi lebih menarik dibandingkan media teks.	26	14	5	0	1
D	Communication					
8	Narasi dan animasi motion graphic “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” saling mendukung dalam menjelaskan informasi.	20	20	5	0	1
9	Informasi visi, misi, dan layanan “Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic” disampaikan dengan baik.	24	18	3	0	1

No.	Pertanyaan Mencakup Epic Model	SS	S	N	TS	STS
10	Setelah menonton "Perancangan Video Company Profile PT Yara Indo Galaxy Menggunakan Teknik Motion Graphic" saya memahami layanan yang ditawarkan oleh PT Yara Indo Galaxy.	24	17	4	0	1

Setelah Data pengujian oleh responden sudah di dapatakan maka akan di hitung nilai rata-rata dari setiap dimensi Epic, adanya rumus sebagai perhitungan dari empat dimensi sebagai berikut :

Table 10 List skor rata-rata

Skor Rata-rata (Skala 1-5)	Kategori Efektivitas
Angka 80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
Angka 60% - 79.99%	Setuju (S)
Angka 40% - 59.99%	Netral (N)
Angka 20% - 39.99%	Tidak Setuju (TS)
Angka 0% - 19.99%	Sangat Tidak Setuju (STS)

Kategori Sangat Efektif dicapai jika skor indeks berada pada rentang 80% - 100%.

a. Dimensi Empathy

Dimensi **Empathy** bertujuan untuk mengetahui tingkat ketertarikan responden terhadap tampilan visual video company profile yang telah dirancang. Perhitungan dilakukan menggunakan rumus rata-rata sebagai berikut.

$$Empathy = \frac{P1 + P2 + P3}{3}$$

Substitusi:

$$= \frac{85,22 + 83,91 + 86,09}{3}$$

$$= 85,07\%$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi **Empathy memperoleh nilai sebesar 85,07%** dan termasuk kategori **Sangat Efektif**. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai tampilan visual, karakter animasi, serta kombinasi warna pada video company profile mampu menarik perhatian dan memberikan kesan positif terhadap perusahaan.

b. Dimensi Persuasion

Dimensi **Persuasion** digunakan untuk mengetahui kemampuan video dalam meningkatkan minat dan kepercayaan responden terhadap PT Yara Indo Galaxy. Perhitungan dilakukan menggunakan rumus berikut.

$$Persuasion = \frac{P4 + P5}{2}$$

Substitusi:

$$= \frac{84,78 + 83,04}{2}$$

$$= 83,91\%$$

Nilai tersebut berada pada kategori **Sangat Efektif**. Hasil ini menunjukkan bahwa video company profile mampu meningkatkan ketertarikan responden terhadap layanan PT Yara Indo Galaxy serta membangun kepercayaan terhadap perusahaan sebagai penyedia jasa perjalanan.

c. C. Dimensi Impact

Dimensi **Impact** bertujuan untuk mengetahui kesan yang diberikan video kepada responden setelah menyaksikan video company profile. Perhitungan dilakukan sebagai berikut.

$$Impact = \frac{P6 + P7}{2}$$

$$\begin{aligned} \text{Substitusi :} \\ &= \frac{84,35 + 87,83}{2} \\ &= 86,09\% \end{aligned}$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi **Impact memperoleh nilai sebesar 86,09%** dan termasuk kategori **Sangat Efektif**. Hal ini menunjukkan bahwa video mampu memberikan kesan yang baik kepada responden serta membantu mereka lebih mengenal PT Yara Indo Galaxy melalui penyampaian informasi yang menarik.

d. D. Dimensi Communication

Dimensi **Communication** digunakan untuk mengetahui tingkat kejelasan informasi yang disampaikan dalam video company profile. Perhitungannya adalah.

$$Communication = \frac{P8 + P9 + P10}{3}$$

$$\begin{aligned} \text{Substitusi :} \\ &= \frac{85,22 + 87,83 + 87,39}{3} \\ &= 86,81\% \end{aligned}$$

Nilai tersebut termasuk kategori **Sangat Efektif**. Hal ini menunjukkan bahwa narasi, animasi, serta penyampaian informasi mengenai visi, misi, dan layanan PT Yara Indo Galaxy dapat dipahami dengan baik oleh responden.

e. Perhitungan EPIC Rate

Setelah seluruh dimensi diperoleh, langkah selanjutnya adalah menghitung nilai keseluruhan EPIC Model. Rumus yang digunakan adalah.

$$EPIC Rate = \frac{Empathy + Persuasion + Impact + Communication}{4}$$

$$\begin{aligned} \text{Substitusi} \\ &= \frac{85,07 + 83,91 + 86,09 + 86,81}{4} \\ &= \frac{341,88}{4} \\ &= 85,47\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh **EPIC Rate sebesar 85,47%**.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dengan menggunakan metode EPIC Model, diperoleh nilai **Empathy sebesar 85,07%**, **Persuasion sebesar 83,91%**, **Impact sebesar 86,09%**, dan **Communication sebesar 86,81%**. Seluruh dimensi berada pada kategori **Sangat Efektif**. Nilai rata-rata keseluruhan (**EPIC Rate**) sebesar **85,47%** menunjukkan bahwa video company profile PT Yara Indo Galaxy menggunakan teknik motion graphic efektif sebagai media informasi perusahaan. Video yang dirancang mampu menarik perhatian audiens, membangun kepercayaan terhadap perusahaan, memberikan kesan positif, serta menyampaikan informasi mengenai visi, misi, dan layanan perusahaan dengan jelas dan mudah dipahami.

3.2.2 Grafik Dimensi EPIC Model

Visualisasi perbandingan antar dimensi dilakukan melalui grafik batang untuk melihat aspek mana yang paling dominan dalam menarik minat audiens.

Table 11 Hasil Skor Rata-Rata Dimensi Epic

Hasil Skor Rata-Rata Dimensi Epic		
Dimensi	Nilai	Kategori
Empathy	85,07	Sangat Efektif
Persuasion	83,91	Sangat Efektif
Impact	86,09	Sangat Efektif
Communication	86,81	Sangat Efektif
EPIC Rate	85,47	

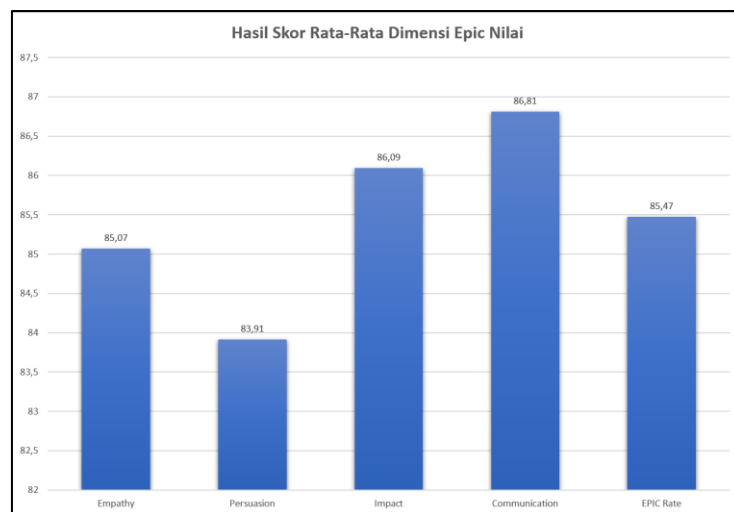


Figure 7 Grafik Batang Dimensi Epic

Grafik ini menunjukkan tingkat keterikatan emosional (*Empathy*), daya bujuk (*Persuasion*), kekuatan kesan (*Impact*), dan kejelasan informasi (*Communication*) yang dirasakan responden setelah menonton video.

3.4 Implementasi Produksi dan Distribusi

Video berdurasi maksimal 1 menit 30 detik dengan resolusi 1080p ini dirancang secara sistematis melalui lima tahap Villamil-Molina. Narasi video disusun untuk memperkenalkan sejarah perusahaan sejak 2015, visi-misi, hingga layanan unggulan seperti paket wisata religi dan asuransi terpercaya. Hasil akhir menunjukkan bahwa integrasi elemen visual animatif dan audio profesional mampu menyederhanakan informasi yang kompleks menjadi pesan yang lebih mudah diserap oleh audiens. Berikut adalah proses publikasi video dalam format digital (.mp4) yang dioptimalkan untuk didistribusikan melalui platform media sosial seperti Instagram Reels.

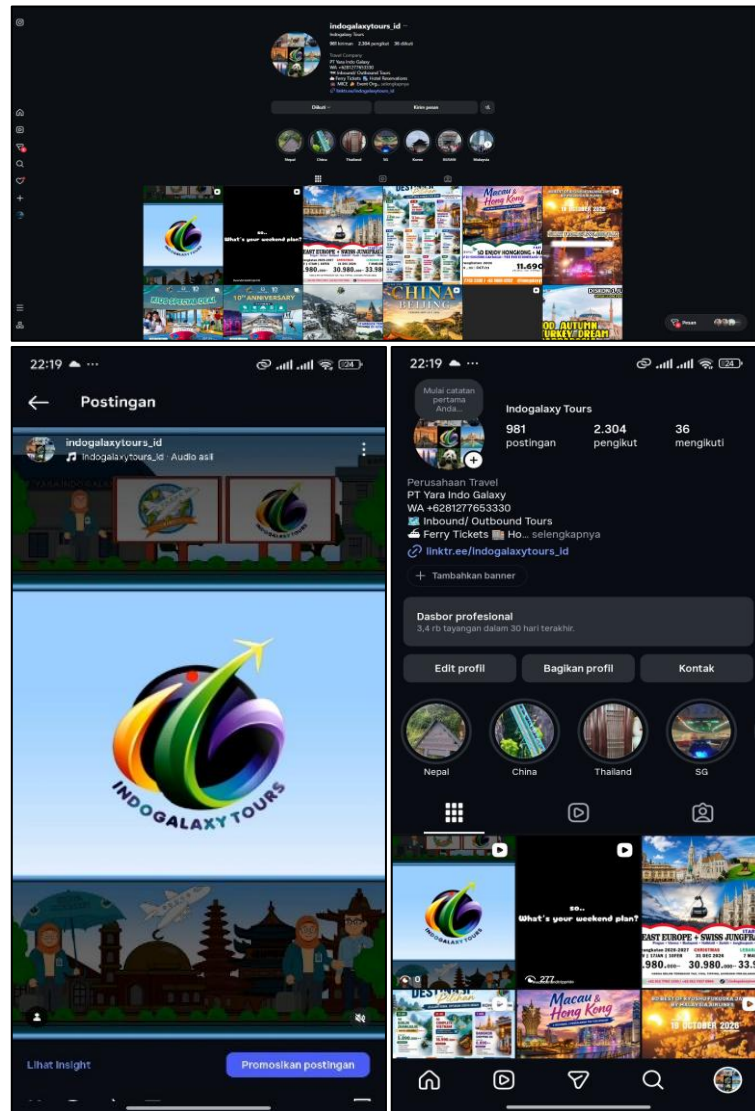


Figure 8 Publikasi Video

4. CONCLUSION

Penelitian ini menghasilkan media informasi berupa video company profile PT Yara Indo Galaxy yang dikembangkan menggunakan teknik motion graphic. Pengembangan media dilakukan berdasarkan metode Villamil-Molina yang meliputi tahapan Development, Preproduction, Production, Postproduction, dan Delivery. Hasil implementasi berupa video 2D motion graphic berdurasi 1 menit 30 detik dengan resolusi Full HD (1080×1920 piksel) yang dioptimalkan untuk penyampaian informasi perusahaan melalui platform media sosial.

Berdasarkan hasil analisis EPIC Model, video company profile menunjukkan tingkat efektivitas yang baik sebagai media penyampaian informasi perusahaan. Penggunaan animasi motion graphic, ilustrasi karakter, serta narasi yang terintegrasi mampu meningkatkan kejelasan informasi dan memberikan pengalaman visual yang lebih menarik bagi audiens. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media yang dikembangkan dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi digital untuk memperkenalkan profil dan layanan PT Yara Indo Galaxy.

Beberapa rekomendasi dapat dipertimbangkan untuk pengembangan media pada penelitian berikutnya. Pengayaan konten melalui penambahan dokumentasi kegiatan dan testimoni pelanggan diharapkan mampu meningkatkan kredibilitas informasi perusahaan. Selain itu, penyesuaian format video berdasarkan rasio dan durasi yang beragam dapat memperluas jangkauan distribusi pada berbagai platform digital. Pembaruan elemen visual secara berkala juga diperlukan agar informasi mengenai layanan perusahaan tetap relevan dengan perkembangan industri jasa perjalanan..

REFERENCES

- [1] B. Nurokta, F. Hidayat, B. S. Suwanda, and S. Mulyawaty, "Penulisan Naskah Menggunakan Model AIDA dan Story Brand dalam Pembuatan Video Company Profile Educourse Scriptwriting Using AIDA and StoryBrand Models in the Production of Educourse Company Profile Video Sekolah Vokasi IPB , Indonesia pembuatan video comp," vol. 5, 2025.
- [2] M. Ardiansyah, "Perancangan dan Pembuatan Video Company Profile TK Kristen Tabqha Batam dengan Metode MDLC," vol. 5, doi: 10.37253/nacospro.v5i1.7979.
- [3] P. Studi, "MIND (Multimedia Artificial Intelligent Networking Database Efektivitas Flat Design dalam Motion Graphic 'Pentingnya Rating Usia Film Bagi Anak' INKO SAKTI DEWANTO, DAFFA VIDI MULYADI," *Journal MIND Journal | ISSN*, vol. 5, no. 2, pp. 149–159, 2020, doi: 10.26760/mindjournal.v5i2.149.
- [4] A. Ramdhani, A. Baharmoko, and H. Wijaya, "Perancangan Motion Graphic Pengenalan Desain Komunikasi Visual Untuk Siswa Sma-Smk," *PARAVISUAL : Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*, vol. 1, no. 2, Oct. 2021, doi: 10.30591/paravisual.v1i2.2853.
- [5] S. Supardianto and W. D. Octaviany, "Analisis Efektivitas Motion graphic Sebagai Media Informasi Company profile Polibatam Press Menggunakan Epic Model," *Jurnal Integrasi*, vol. 15, no. 2, pp. 112–121, Oct. 2023, doi: 10.30871/ji.v15i2.6644.
- [6] W. Dwi Octaviany, "Analisis Efektivitas Motion graphic Sebagai Media Informasi Company profile Polibatam Press Menggunakan Epic Model," 2023.
- [7] K. Nisa' Fisya' Bania, "PERANCANGAN MOTION GRAPHIC PENCEGAHAN STUNTING MELALUI PANGAN LOKAL UNTUK KELURAHAN GAYUNGAN," *Jurnal Barik*, vol. 7, no. 3, pp. 194–207, 2025, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [8] A. Fami Nita Sundari Kanaya Shabilla Ananda Salma Athallah, S. Vokasi, and I. Pertanian Bogor, "Pembuatan Background untuk Teaser Jingle Lembaga Bahasa LIA Berbasis Motion Graphic", doi: 10.46961/jommit.v7i2.