

IKLAN MEDIA PROMOSI UNISI BERBASIS ANIMASI 2 DIMENSI

Dede Nuriman, Dwi Yuli Prasetyo

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
Universitas Islam Indragiri (UNISI)
Jl. Parit 1 Tembilahan Hulu, Tembilahan Riau
Email: dede.sams6310@gmail.com, dwiyuliprasetyo@gmail.com

ABSTRACT

Semakin berkembangnya teknologi informasi sekarang ini sering dikaitkan dengan pentingnya ilmu teknologi didalam berbagai aspek kehidupan. Salah satunya dibidang pendidikan. Pentingnya pendidikan tentu sudah menjadi sesuatu yang harus ditempuh agar terciptanya SDM yang berkualitas dan berilmu pengetahuan. Universitas Islam Indragiri didirikan untuk memberikan kesempatan masyarakat yang ingin melanjutkan pendidikan setelah lulus dari sekolah menengah atas. Sekarang tugas dari UNISI adalah mengajak masyarakat untuk bergabung ke-Univeristas ini, berbagai kegiatan dilakukan dimulai dengan pemasangan Pamflet dan Baleho, serta kegiatan PMB serta HUMAS, agar dapat meyakinkan Masyarakat betapa pentingnya pendidikan, serta di-Indragiri Hilir sekarang ada sebuah Universitas yang dapat dijadikan tempat untuk melanjutkan keperguruan tinggi. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem multimedia untuk kegiatan promosi. Untuk mendukung kegiatan tersebut dengan membuat sistem yang baru dengan membuat sebuah iklan promosi berbasis animasi 2 dimensi dengan motion grapich yang dapat membuat masyarakat lebih mengenal UNISI dalam bentuk Audio Visual dan memahami apa saja keunggulan serta kualitas dan kuantitas dari UNISI tersebut. Adapun Methode yang digunakan adalah pembuatan Karakter animasi yangdirancang secara manual dan di-scan untuk dijadikan gambar digital atau disebut 2D hybrid Animation, serta pembuatan motion grapich yang menarik. Sehingga masyarakat dapat mencerna dan memahami Apa saja Fakultas dan Jurusan yang ada di-Unisi serta mengetahui bahwa Universitas ini sudah di-Akui dan Terakreditas, agar tidak adalagi keraguan dan masyarakat dapat kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan keperguruan Tinggi.

Kata Kunci: Animasi, Multimedia, dan periklanan.

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin maju, membuat perubahan yang pesat dalam bidang-bidang tertentu. Dengan perkembangan ilmu teknologi tersebut dapat membantu manusia dalam menyelesaikan suatu pekerjaan yang bisa diselesaikan tepat waktu. Teknologi yang memiliki peran multifungsi bisa berupa berbagai macam aspek, seperti halnya bidang informasi periklanan khususnya periklanan berbasis multimedia di suatu Univeristas.

Seperti Universitas Islam Indragiri (UNISI) Tembilahan. Dulu sampai sekarang UNISI hanya menggunakan media promo menggunakan Pamflet seperti baleho yang dipasang di papan iklan jalan serta lingkungan sekitar sehingga hal itu bisa dikatakan kurang efektif dan kurang mempengaruhi masyarakat seperti halnya pelajar untuk masuk ke UNISI.

Biasanya untuk melakukan kegiatan promosi dalam menambah minat seseorang untuk masuk ke Universitas Islam Indragiri (UNISI) dilakukan dengan cara promo ke Sekolah-sekolah maupun membuat baleho iklan promosi UNISI. Terkadang sistem tersebut belum bisa dikatakan cukup apabila dalam melakukan Kegiatan promo UNISI tentu ada sesuatu hal yang baru yang menarik perhatian masyarakat.

Sehingga dibutuhkan sesuatu yang benar-benar membuat orang tertarik dan mengetahui kualitas dan kuantitas serta keunggulan setiap jurusan. Sehingga daya minat seseorang lebih tinggi dengan melihat suatu iklan yang menjelaskan tentang UNISI, seperti halnya iklan dalam bentuk visulisasi yang bergerak dengan gambaran media animasi 2 dimensi.

Berdasarkan permasalahan diatas dirancanglah sebuah sistem dengan judul **“IKLAN MEDIA PROMOSI UNISI BERBASIS ANIMASI 2 DIMENSI”**. Sistem ini diharapkan membantu kegiatan promosi UNISI sehingga minat masyarakat untuk masuk besar.

2 TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini antara lain teori tentang sistem, informasi, sistem informasi, pengolahan, data, dan surat persetujuan berlayar.

2.1 Animasi

2.1.1 2.1.1 Pengertian Animasi

Menurut Ibiz Fernandes, "*Macromedia Flash*" 2002. Animasi adalah sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis untuk mendapatkan sebuah ilusi pergerakan (Putra, 2015). Berdasarkan arti harfiah, Animasi adalah menghidupkan. Yaitu usaha untuk menggerakkan sesuatu yang tidak bisa bergerak sendiri. Secara garis besar, animasi komputer dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. *Computer Assisted Animation*, animasi pada kategori ini biasanya menunjuk pada sistem animasi 2 dimensi, yaitu mengkomputerisasi proses animasi tradisional yang menggunakan gambaran tangan. Komputer digunakan untuk pewarnaan, penerapan virtual kamera dan penataan data yang digunakan dalam sebuah animasi.
2. *Computer Generated Animation*, pada kategori ini biasanya digunakan untuk animasi 3 dimensi dengan program 3D seperti 3D Studio Max, Maya, Autocad dan lain sebagainya.

2.1.2 Sejarah Animasi

Sejak timbul kesadaran bahwa gambar dapat dipakai sebagai media alternatif komunikasi, timbulah keinginan untuk menghidupkan lambang-lambang tersebut menjadi cermin ekspresi kebudayaan hal ini dapat dilihat dengan ditemukannya artefak pada peradaban Mesir kuno, 2000 tahun sebelum masehi. Salah satunya adalah beberapa panel yang menggambarkan aksi dua pegulat dalam berbagai pose. Dalam salah satu ilustrasi Leonardo da Vinci, dilukiskan anggota tubuh manusia dalam berbagai posisi. Seorang seniman italia bernama gioto juga melukiskan malaikat dalam posisi terbang dengan repetisi gerakan.

Kartun gerak atau kartun yang sering muncul dilayar kaca/perak, lazim disebut sebagai kartun animasi atau film kartun. Kartun jenis ini dirintis pertama kali oleh Jean Mary dan Emile Reynaud yang berkebangsaan perancis dengan sistem *praxinoscope* pada tahun 1880. Kemudian pada tahun 1908, alat itu dikembangkan oleh Emile Chol, yang juga berkebangsaan perancis, untuk pembuatan sebuah film animasi yang sangat sederhana (Aditiya, 2009).

2.1.3 Jenis-Jenis Animasi

Dalam Multimedia, (Suyanto, 2005) animasi merupakan penggunaan computer untuk menciptakan gerak pada layar. Ada Sembilan macam, yaitu animasi sel, animasi frame, animasi sprite, animasi lintasan, animasi spline, animasi vector, animasi karakter, animasi computational, dan morphing.

2.1.4 Prinsip Dasar Animasi

Penemuan animasi tidak terlepas dari penemuan prinsip dasar karakter mata manusia, yakni pola penglihatan yang teratur (*Persistence of vision/Pov*). Tiga tokoh, yaitu Paul Roget, Joseph Plateau, dan Pierre Desvigenes berhasil menciptakan peralatan optik. Dengan peralatan tersebut mereka mampu membuktikan bahwa mata manusia mempunyai kecenderungan untuk menangkap gambar-gambar pada tenggang waktu tertentu sebagai suatu pola gerak.

Prinsipnya seperti kertas-kertas yang bertumpuk (*flipbook*). Misalnya saja, ketika Anda menggambar suatu rangkaian objek pada setumpuk kertas. Objek yang Anda gambarkan pada tiap-tiap kertas tersebut diubah bentuknya sedikit demi sedikit. Kemudian kertas-kertas itu ditumpuk sedemikian rupa sesuai dengan urutan gambar yang telah dibuat. Lalu, pegang dan gerakan kertas-kertas itu dengan cepat. Hasilnya, mata Anda akan menangkap suatu rangkaian perubahan bentuk sedikit demi sedikit

sehingga terlihat bahwa objek yang Anda buat seolah-olah menjadi hidup dan bergerak (teranimasi). Padahal yang sesungguhnya terjadi adalah objek tersebut tetap diam dan tidak bergerak. Namun, dengan adanya prinsip *Persistence of vision/Pov* maka suatu gambar diespose atau dimainkan pada tengga waktu tertentu akan menimbulkan suatu ilusi gambar yang bergerak, disebut dengan istilah “ilusi kehidupan” (*ilusion of life*) (Aditiya, 2009).

2.1.5 Motion Graphic

Motion Graphic pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain/animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan film dengan desain grafis dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti obyek 2D atau 3D, animasi, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan *music* (Purnasiwi dkk, 2013).

2.1.6 2D Hybrid Animation

2D hybrid Animation digunakan untuk proses pembuatan objek terutama objek karakter tokoh, yaitu membuat karakter tokoh film animasi secara manual kemudian dilakukan proses scanner untuk memindahkan objek tersebut dari bentuk manual ke bentuk digital (Syafudin, 2013).

2.2 Pewarnaan

Dalam teori, Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan atau *Visual*. (Kardono, 2013).

2.3 Multimedia

Menurut (Suyanto,2005) Multimedia adalah kombinasi dari komputer dan video (Rosch, 1996) atau Multimedia secara umum merupakan kombinasi tiga elemen yaitu suara, gambar dan teks (McCormick,1996) atau Multimedia adalah kombinasi dari paling sedikit dua media *input* atau *output* dari data, media ini dapat *audio* (suara, musik), animasi, video, teks, grafik dan gambar (Turban dkk,2002) atau multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, *audio* dan gambar video (Robin dan linda,2001).

Defenisi yang lain dari multimedia, yaitu dengan menempatkannya dalam konteks, seperti yang dilakukan oleh Hofstetter (2001), multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, *audio*, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi dan berkomunikasi. Dalam defenisi ini terkandung 4 komponen penting multimedia. Pertama, harus ada komputer yang mengkoordinasikan apa yang dilihat dan didengar, yang berinteraksi dengan kita. Kedua harus ada *link* yang menghubungkan kita dengan informasi. Ketiga, harus ada alat navigasi yang memandu kita, menjelajah jaringan informasi yang saling terhubung. Keempat, multimedia menyediakan tempat kepada kita untuk mengumpulkan, memperoses, dan mengkomunikasikan informasi dan ide kita sendiri. Jika salah satu komponen tidak ada, maka bukan multimedia dalam arti yang luas namanya.

2.4 Periklanan

Periklanan secara definisi dapat dimengerti dari Philip Kotler dalam Manajemen Pemasaran berarti sebagai bentuk penyajian tidak personel dan promosi ide, barang atau jasa oleh seorang sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Pihak yang mengeluarkan uang tersebut tidak hanya perusahaan bisnis tapi bias juga museum, professional, dan organisasi sosial yang mengiklankan tujuan-tujuan mereka pada berbagai masyarakat yang dituju (Toil, 2015).

3 ANALISA PERNACANGAN SISTEM

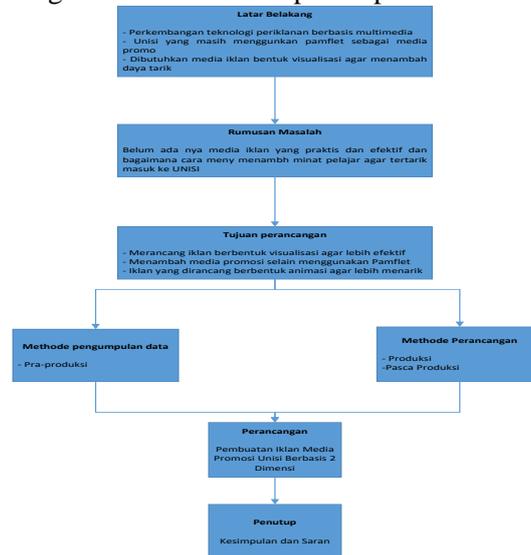
3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pengembangan multimedia yang terdiri dari tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tahap

pra produksi meliputi pembuatan ide, naskah, storyboard, dan desain karakter. Tahap produksi meliputi pembuatan *Key Animasi, In Between, Background, Dubbing, dan Music*. Tahap pasca produksi meliputi kegiatan *compositing, editing, dan rendering*. Metode pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi pustaka.

3.1.1 Kerangka Pikiran

Untuk mengetahui garis besar perancangannya, dapat dilihat gambar kerangka pemikirannya dimana latar belakang, rumusan masalah, tujuan perancangan, metode pengumpulan data dimana berisi tentang pra produksi berupa kesiapan sebelum produksi, metode perancangan berisi tentang produksi tentang pembuatan iklan animasi serta pasca produksi berisi tentang pengisian suara audio serta render videonya, perancangan media iklan dan penutup. Gambar dapat dilihat di bawah ini :



Gambar 3.1 Kerangka pikiran
Sumber : diolah, 2016

3.1.2 3.1.2 Latar Belakang Universitas Islam Indragiri

Pada tanggal 22 Mei 2008 Universitas Islam indragiri (UNISI) berdiri berdasarkan keputusan Menteri Pendidikan Nasional No.86/D/O/2008 yang terdiri dari empat Faklutas Yaitu Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Pertanian dan Faklutas Teknik dan Ilmu Komputer. Berdirinya Universitas Islam Indragiri adalah hasil penggabungan antara Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sri Gemilang dan Politeknik pertanian Tembilahan.

Universitas Islam Indragiri didirikan oleh Yayasan Tasik Gemilang (YTG) dan diresmikan oleh Bupati Indragiri Hilir DR. H. Indra Muchlis Adnan, SH,MH,MM pada tanggal 15 Juni 2008. Dan menambah dua Fakultas lagi yaitu Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) dan Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI), sebagai Rektor pertama adalah Prof. Dr. H. Sufian, SH, M.Si.

Unisi diharapkan mampu menjalankan sistem pendidikan yang baik dan bersih dan menjalankan Tridharma Perguruan Tinggi serta mewujudkan aspirasi sumber daya manusia (SDM).

3.1.3 Visi dan Misi

Visi Universitas Islam Indragiri adalah “MENJADI UNIVERSITAS YANG BERJAYA DAN GEMILANG 2025 di INDONESIA”.

Misi Universitas Islam Indragiri adalah :

1. Menjamin kualitas pelaksanaan Tridharma sesuai standar pendidikan nasional.
2. Mendukung pencapaian peningkatan daya saing bangsa.
3. Mewujudkan pengembangan IPTEK melalui kerja sama yang relevan.
4. Mendukung tercapainya visi dan misi Provinsi Riau.
5. Mengembangkan ahlak mulia peserta didik.

3.1.4 Tujuan

Menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian.

mengembangkan dan memperluas ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

3.2 Pra-Produksi

Menurut Djalle, dkk (2006, h. 77), pada tahap ini, film belum dibuat tapi persiapan apa saja yang dibutuhkan sudah direncanakan mulai dari tema, lalu dikembangkan menjadi synopsis, synopsis dikembangkan lagi menjadi storyline, storyboard, hingga ke tahap animatic, dimana pada tahap animatic ini boleh dibilang sudah merupakan draft dari film yang akan dibuat. Dalam tahap ini akan diuraikan satu persatu tahapan dari praproduksi (Saputro, 2012)

1. Ide Cerita
2. Tema
3. *Logline/Plot*
4. Sinopsis
5. *Diagram scene*
6. *Naskah* (Skenario)
7. *Concept Art*
8. *Storyboard*

3.2.1 Mendefinisikan Masalah

Univeristas Islam Indragiri dalam melakukan promosi untuk memperkenalkan kampus kepada masyarakat hanya berupa promosi menggunakan baleho dan selogan disetiap jalan, sehingga kurang efektif apabila hanya memperkenalkan UNISI begitu saja, perlu adanya Cara efektif dan baru dalam hal mengenalkan UNISI kepada masyarakat. Contohnya di era teknologi semakin maju, sebaiknya menggunakan cara baru dengan cara mengenalkan UNISI dengan media promosi melalui media visual berupa video yang diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat dalam mengetahui kualitas serta apa saja keunggulan dari UNISI tersebut.

3.2.2 Ide Cerita

Untuk membuat sebuah Animasi diperlukan sebuah ide dan sebuah cerita. Ide merupakan hal mendasar untuk mengembangkan sebuah karya animasi. Ide dapat diinspirasi dari berbagai hal, misalnya pengalaman pribadi, legenda, cerita rakyat, mitos, kehidupan sehari-hari, pendidikan, perjalanan, dan sebagainya (Suyanto, 2006).

1. Memperkenalkan UNISI dengan media visual animasi 2 dimensi
2. Fasilitas dan keunggulan dari UNISI tersebut berupa karakter animasi dan efek-efek pada software After Effects agar lebih menarik.

3.2.3 Tema

Tema dari Pembuatan media iklan promosi UNISI berbasis animasi 2 dimensi adalah “SELAMAT DATANG DI UNISI”. Dimana iklan tersebut mengajak penonton untuk masuk kedalam cerita, sehingga didalam alur naskah dijelaskan untuk mengenal UNISI secara dekat, tentang latar belakang, jurusan yang dimiliki serta keunggulan dan fasilitas yang ada di UNISI tersebut.

3.2.4 logline

logline merupakan plot yang dituangkan dalam sedikit mungkin kata-kata yang digunakan dengan dua kata ‘Bagaimana jika’ dan untuk membangun cerita ditambahkan dua kata lagi ‘Dan kemudian. Cara menulis logline adalah sangat seringnya cerita dimulai, kutipan (Zufri, 2010).

logline dari cerita iklan animasi tersebut adalah, seorang karakter Animasi muncul dan menjelaskan apa itu UNISI dan apa saja Keunggulan dan fasilitas dari UNISI tersebut serta mengajak masyarakat untuk masuk ke UNISI.

3.2.5 Sinopsis

Sinopsis (Suyanto, 2006) merupakan gambaran keseluruhan cerita kasar dari cerita film. Untuk pengembangan cerita, ada 7 pertanyaan dasar yang harus dijawab, yaitu :

1. Siapa tokoh utamanya ?
Jawab : Mahdi (Mahasiswa UNISI)
2. Apa yang diinginkan oleh tokoh utama ?
Jawab : memperkenalkan UNISI
3. Apa yang ingin disampaikan dalam cerita ini ?
Jawab : sang tokoh utama memperkenalkan UNISI serta jurusan-jurusan apa saja yang ada di UNISI, fasilitas yang dimiliki dan lokasi UNISI.
4. Apa hasil akhir dari iklan animasi ini ?
Jawab : hasilnya berupa iklan berbentuk visual animasi dimana karakter memperkenalkan UNISI serta diiringi animasi setiap jurusan-jurusan yang menggunakan Efek dari Software After Effects dimana penjelasan lebih menarik dan mudah dipahami penonton.

3.2.6 Character Development

Pembuatan karakter Utama dalam iklan animasi pengenalan UNISI :

Tabel 3.1 Biodata Karakter Utama

Nama	:	Mahdi
Umur	:	20 tahun
Warna Kulit	:	Kuning Langsat
Rambut	:	Hitam
Sifat	:	Murah senyum dan berilmu pengetahuan yang tinggi, santun, ramah, dan baik hati

Berdasarkan tabel diatas maka akan ditampilkan rancangan dari sketsa karakter dari animasi



Gambar 3.2 karakter Tokoh Utama

Sumber : diolah, 2016

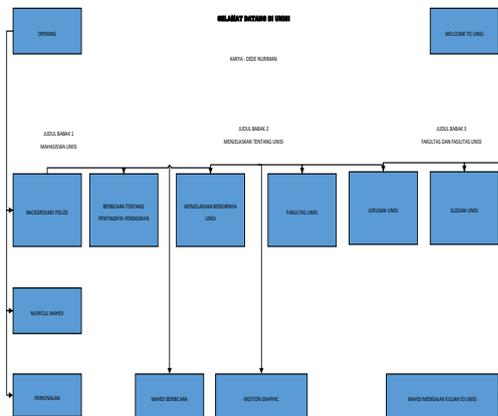


Gambar 3.3 karakter Tokoh Utama warna
Sumber : diolah, 2016

3.2.7 Diagram Scene (Adegan)

Seperti standar film kartun hollywood, Sebuah cerita didasarkan pada diagram scene yang secara umum yang terdiri dari tiga babak, yaitu awal 25%, tengah 50% dan akhir cerita (Suyanto, 2006).

Setelah menyelesaikan diagram scene, langkah selanjutnya adalah pengembangan karakter serta naskah untk pembuatan iklan animasi 2 dimensi dengan motion grapich menggunakan after effects.

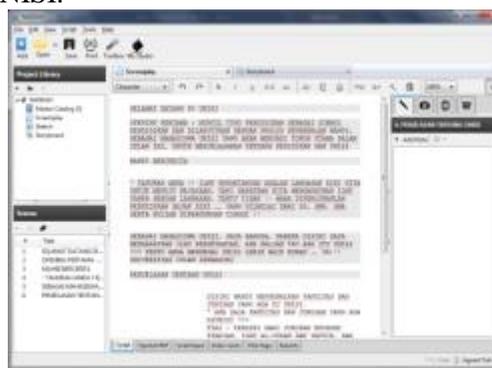


Gambar 3.7 Diagram Scene
Sumber : diolah, 2016

3.2.8 Naskah

Dalam merancang naskah, analis menetapkan dialog dan urutan elemen-elemen secara rinci. Merancang naskah merupakan spesifikasi lengkap dari teks dan narasi.

Konsep iklan berupa animasi 2 dimensi. Diharapkan mampu menarik perhatian siswa serta masyarakat untuk kuliah di UNISI.



Gambar 3.8 Cuplikan Naskah menggunakan CELTX
Sumber : diolah 2016

3.2.9 Story Board

Peran storyboard dalam Proses penganimasian sangat penting, karena merupakan pedoman untuk menentukan animasi yang akan dibuat sesuai dengan susunan storyboard. Penganimasian dilakukan per karakter, per objek, dan altar belakang sesuai jalan cerita. Storyboard memberikan kehidupan (nyawa) bagi script mengenai bagaimana sebuah cerita akan berjalan dan mudah dipahami. storyboard akan memperlihatkan setiap adegan/scene dalam beberapa angel kamera kepada semua orang (pekerja film), (Suyanto, 2006).

Tabel 3.2 Storyboard

KETERANGAN	GAMBAR	SCRIPT
FRAME 01 : FADE IN OPENING		MUSIK
FRAME 02 : MAHDI BERCERITA TENTANG PENDIDIKAN DAN UNISI		MUSIK dan NASKAH
FRAME 03 : MAHDI MENGENALKAN FAKULTAS DAN JURUSAN		MUSIK dan NASKAH
FRAME 04 : MAHDI MENGAJAK BERGABUNG DENGAN UNISI	Come Join To UNISI	MUSIK dan NASKAH
FRAME 05: PENUTUP	UNISI : Gateway To The Excellent Future	MUSIK dan NASKAH

Sumber : diolah, 2016

4 PEMBAHASAN DAN DEMONTRASI PROGRAM

4.1 Demontrasi Program

Sistem awal dalam kegiatan promosi UNISI menggunakan Pamflet, Baleo dan kegiatan Lainnya. Sekarang mencoba menggunakan sistem baru dimana menggunakan Media Audio Visual Iklan Animasi berbasis 2 dimensi. Hasil akhir dari pembuatan iklan Animasi menggunakan Adobe Illustrator, Adobe After Effects, dan Adobe Premier Adalah sebagai berikut :

4.1.1 4.2.1 Opening

Pembukaan sebagai Opening pertama adalah dengan Intro Animasi Tugu Pendidikan di Indragiri Hilir, dengan muncul secara vertikal pohon-pohon dan tugu serta di akhiri dengan Tulisan INDRAGIRI HILIR.



Gambar 4.31*Opening*
Sumber : diolah, 2016

4.1.2 *Intro*

Intro Awal dalam iklan animasi adalah Pengenalan karakter, karakter yang digunakan adalah seorang mahasiswa UNISI yang menggunakan Almamater UNISI berwarna kuning sebagai Identitasnya. Dengan menlambaikan tangan sebagai petunjuk bahwa dia mengenalkan dirinya kepenonton.



Gambar 4.32*Intro*
Sumber : diolah, 2016

4.1.3 *Scene 1*

Selanjutnya masuk ke *scene* pertama dimana, Mahdi berbicara tentang Pendidikan, bagaimana pentingnya pendidikan dan arti sebuah pendidikan tanpa sebuah landasan.



Gambar 4.33*Scene 1*
Sumber : diolah, 2016

4.1.4 *Scene 2*

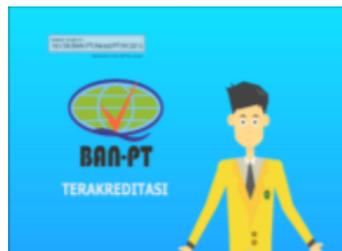
Scene kedua adalah kebanggaan Mahdi sebagai Mahasiswa UNISI, dan mengajukan pertanyaan “ Apa kalian Tau Apa Itu UNISI ??? “



Gambar 4.34 Scene 2
Sumber : diolah, 2016

4.1.5 Scene 3

Scene ketiga, Mahdi mengenalkan UNISI dan kapan berdirinya UNISI, diresmikan Oleh siapa dan Bukti UNISI sudah Terakreditasi.



Gambar 4.35 Scene 3
Sumber : diolah, 2016

4.1.6 Scene 4

Pada scene keempat Mahdi berdialog tentan Visi dan Misi UNISI, sebagai Acuan dasar bahwa kedepannya UNISI akan menjadi Universitas yang Berjaya dan Gemilang 2025 di Indonesia.



Gambar 4.36 Scene 4
Sumber : diolah, 2016

4.1.7 Motion Grapich

Step berikutnya adalah penggunaan *Motion Grapich*, penggunaan *Motion Grapich* untuk mengenalkan Fakultas dan Jurusan di UNISI, agar terlihat lebih menarik, sehingga Calon Mahasiswa tidak bingung, Fakultas dan Jurusan apa yang cocok untuk mereka.



Gambar 4.37 Motion Grapich FIAI
Sumber : diolah, 2016



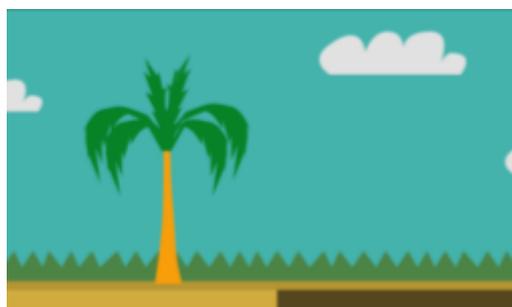
Gambar 4.38 Motion Grapich HUKUM
Sumber : diolah, 2016



Gambar 3.39 Motion Grapich FTIK
Sumber : diolah, 2016



Gambar 3.40 Motion Grapich FAPERTA
Sumber : diolah, 2016



Gambar 4.41 Motion Grapich FKIP
Sumber : diolah, 2016

5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil Pembuatan Iklan animasi untuk promosi UNISI berbasis 2 Dimensi dengan menggunakan *Method 2D Hybrid Animation* dan *Motion Grapich*, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1 Dalam kegiatan Promosi UNISI dengan menggunakan Sistem lama berupa pengenalan UNISI dengan menggunakan Pamflet dan Baleho serta kegiatan lainnya terkadang sering menjadi kendala

dalam Pemahaman Masyarakat tentang Mengenal lebih baik. Memang dengan menggunakan Media tersebut sebagian orang yang dapat memahami dan mampu masuk kedalam Informasi, namun belum bisa dikatakan Efektif karena pemahaman seseorang berbeda. namun dengan adanya sistem baru dengan penambahan Media Promosi menggunakan Video Audio Visual dalam berbentuk Animasi.

- 2 Dalam kegiatan Promosi UNISI menggunakan Pamflet dan Baleho terkadang kurang efektif sehingga kurang menarik perhatian dan minat masyarakat untuk masuk ke UNISI, sehingga diperlukan sistem baru dalam kegiatan Promosi UNISI. Dalam pengenalan UNISI berbentuk Visual Audio dapat dipahami serta dicerna oleh masyarakat, karena penggunaan Animasi yang ringan dan tidak terlalu berlebihan.

5.2 Saran

Pada umumnya peneliti sangat mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti lainnya. Peneliti ingin memberikan saran kepada pembaca atau peneliti lainnya yang ingin mengembangkan penelitian dengan judul yang sama sebagai berikut :

- 1 Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat membantu UNISI dalam kegiatan Promosi serta kegiatan lainnya, sehingga memberikan kepercayaan baik dari segi kuantitas maupun kualitas.
- 2 Diharapkan penelitian selanjutnya pada judul yang dimiliki kemiripan menggunakan Animasi berbasis 3 Dimensi.

6 REFERENSI

- Aditiya. (2009). *Trik Dahsyat Menjadi Animator*. Yogyakarta: Andi.
- Dewi. I. (2014). *Media Iklan Profil Sma-It Alia Tangerang Berbasis Animasi 3d*. Yogyakarta.
- Isbat. N. (2012). *Perancangan Film Kartun 2D "DICK" dengan Teknik Tradisional Animasi (CEL) dan Animasi Terbatas*. Yogyakarta
- Kardono. R. (2013) *Perancangan Film Kartun "Narkoba, Jangan Dicoba" (Studi: Pewarnaan Dan Pencahayaan)*. Yogyakarta.
- Mufid. A. (2013). *Perancangan dan Pembuatan Video Klip Lagu Berjudul " Merapi" dengan Teknik Stop Motion*. Yogyakarta.
- Saputro. F. (2012). *Perancangan Karakter Dan Animasi Bertarung Pada Film Animasi 3d "Khamp"*. Yogyakarta.
- Setiawan. I. (2012). *Pembuatan Iklan 3D "DAGADU" sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia*. Yogyakarta.
- Prawiardi. S. (2010) *Pembuatan Film Animasi 2d "Bill N Bull The Monster Kid's" Dengan Teknik Pewarnaan Menggunakan Adobe Photoshop Cs3 Dan Adobe Flash Cs3 Professional*. Yogyakarta.
- Putra. W. (2011). *Perancangan Animasi Promosi Iklan SMP Negeri 1 Curup Utara*. Yogyakarta.
- Purnasiwi R.G. (2013) *Perancangan Dan Pembuatan Animasi 2d "Kerusakan Lingkungan" Dengan Teknik Masking*. Yogyakarta.
- Suyanto. M. (2006). *Merancang Film Kartun Kelas Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Suyanto. M. (2005). *Multimedia Alat untuk meningkatkan keunggulan bersaing*. Yogyakarta: Andi.
- Syarifudin. C. (2013). *Pembuatan Film Animasi Pendek " Dahsyatnya sedekah" Berbasis Multimedia Menggunakan Teknik 2D Hybrid Animation dengan Pemanfaatan Grapihc*. Yogyakarta.
- Toil. M. (2015). *Pembuatan Iklan Animasi 2d Produk Gula Semut Untuk Koperasi Serba Usaha Jatirogo, Kulon Progo*. Yogyakarta.
- Wahana. K. (2007). *Desain Kartun dan Karikatur dengan Adobe Illustrator CS3*. Jakarta.
- Zufri. S. F. (2010). *Perancangan Film Animasi " Keluhan Ku " Menggunakan Macromedia Flash*. Yogyakarta.