

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG BERBASIS ANIMASI**



**Oleh:
AULIA ULFA
03683/2008**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode Juni 2013**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

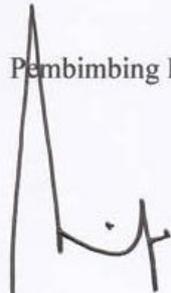
**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG BERBASIS ANIMASI**

Aulia Ulfa

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi Aulia Ulfa untuk persyaratan wisuda periode Juni 2013 dan telah diperiksa/ditetujui oleh kedua pembimbing

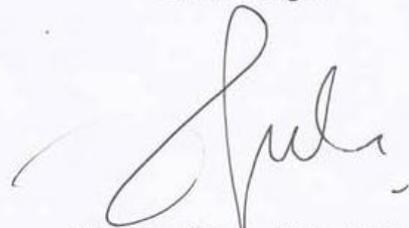
Padang, Mei 2013

Pembimbing I



Dr. Yahya, M.Pd
NIP.19640107.199001.1.1001

Pembimbing II



Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn
NIP:19770401.200812.1.002

Abstrak

Tujuan dari perancangan media promosi animasi ini adalah, (1) merancang media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual yang lebih baik melalui media animasi secara tepat, menarik dan informatif, (2) menghasilkan sebuah konsep dan visualisasi yang dapat dijadikan sebagai media promosi yang lebih menarik pada Program Studi DKV, (3) diharapkan dapat meningkatkan minat calon mahasiswa baru untuk memilih DKV melalui media *Short From Animation (SFA)*, (4) dapat memberikan penjelasan dan informasi kepada masyarakat terhadap Program Studi DKV dengan jelas dan tepat sasaran. Dalam metode perancangan sumber data berasal dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berhubungan dengan Program studi DKV, dan dalam pembahasan karya menggunakan metode analisis data SWOT metode ini dapat menyimpulkan seberapa penting masalah yang perlu diadakan perancangan promosinya serta mengetahui kekuatan dan peluang untuk meminimalkan kekurangan dan ancaman pada media promosi. hasil perancangan berupa media promosi berbasis animasi yang dikemas dalam sebuah CD atau DVD dapat digunakan untuk media promosi prodi DKV dalam setiap tahunnya.

Abstract

The purpose of designing a media campaign this animation is, (1) to design a media campaign of Visual Communication Design Program better right through the animation medium, interesting and informative, (2) produce a concept and visualization that can be used as a media campaign that is more attractive DKV Studies Program, (3) is expected to increase the interest of new students to choose the media through Short DKV From Animation (SFA), (4) may provide an explanation and information to the public against DKV Studies with clear and on target. In the design method of data sources derived from observation, interviews, and documentation related to study Graphic Design Program, and in the discussion of the work of data analysis using the SWOT method can infer how important design issues that needed to be promoted and to know the strengths and deficiencies and minimize opportunities for threats to media promotion. design results in the form of a media campaign based animation that is packaged in a CD or DVD can be used for a media campaign in the Graphic Design department of each year

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG BERBASIS ANIMASI**

**Aulia Ulfa¹, Yahya², Hendra³
Program Studi Pendidikan Seni Rupa
FBS Universitas Negeri Padang**

Abstract

The purpose of designing a media campaign this animation is, (1) to design a media campaign of Visual Communication Design Program better right through the animation medium, interesting and informative, (2) produce a concept and visualization that can be used as a media campaign that is more attractive DKV Studies Program, (3) is expected to increase the interest of new students to choose the media through Short DKV From Animation (SFA), (4) may provide an explanation and information to the public against DKV Studies with clear and on target. In the design method of data sources derived from observation, interviews, and documentation related to study Graphic Design Program, and in the discussion of the work of data analysis using the SWOT method can infer how important design issues that needed to be promoted and to know the strengths and deficiencies and minimize opportunities for threats to media promotion. design results in the form of a media campaign based animation that is packaged in a CD or DVD can be used for a media campaign in the Graphic Design department of each year

Kata Kunci : Promosi, DKV, Animasi.

A. Pendahuluan

Program Studi Desain Komunikasi Visual dibuka pada tahun 2004, dan merupakan program studi baru yang ada di Universitas Negeri Padang. sehingga memerlukan sebuah media promosi untuk lebih mengenalkan program studi kemasyarakat luas, khususnya remaja SLTA untuk memilih program studi DKV UNP. Media promosi yang dipilih untuk promosi program studi DKV ini adalah media promosi berbasis animasi yang dikemas dalam sebuah CD atau DVD.

¹Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi DKV untuk wisuda periode Juni 2013.

²Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang.

³Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang.

Dalam *Concept (2008:12)* menyimpulkan pengertian animasi sebagai berikut;

Animasi berarti menghidupkan urutan *still image* atau gambar tidak hidup atau teknik menfilmkan susunan gambar atau model untuk menciptakan rangkaian gerakan ilusi. Jadi, animasi itu dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis yang kemudian digerakkan.

Masih dalam *concept (2008:12)* menjelaskan media animasi berdasarkan durasinya sebagai berikut;

media animasi berdasarkan durasinya dibagi atas dua yaitu *Short Form Animation (SFA)* dan *Long Form Animation (LFA)*. *Short Form Animation (SFA)* adalah animasi berdurasi pendek, mulai dari 1 menit, 30 detik, atau 15 detik. Sementara *Long Form Animation (LFA)* adalah animasi berdurasi panjang dan karya animasi yang dihasilkan biasanya berdurasi diatas 5 menit. *LFA* lebih sering dikenal sebagai istilah *Feature Film Animation* atau animasi bioskop atau juga animasi untuk layar lebar. Biasanya durasinya minimal sekitar 70 menit.

Animasi yang akan dipakai dalam media promosi ini adalah *Short Form Animation (SFA)*. Karena durasi untuk dijadikannya promosi animasi ini berdurasi 03 menit 58 detik.

Animasi merupakan salah satu mata kuliah yang ada pada kurikulum program studi Desain Komunikasi Visual dan media animasi dirasakan tepat menjadi sebuah solusi untuk dijadikan media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual. Karena animasi mempunyai kelebihan yaitu tampilan yang lebih menarik. Selain sebagai sarana hiburan seperti film, animasi banyak digunakan sebagai sarana promosi dalam berbagai keperluan. Media animasi dapat memberikan penjelasan tentang suatu produk atau jasa yang ditawarkan dengan lebih jelas, menghibur serta menarik.

Media animasi ini dirancang agar dapat menjadi media promosi yang mampu memberikan informasi kepada masyarakat umum selain brosur khususnya calon mahasiswa baru tentang Program Studi Desain Komunikasi Visual sebagai sebuah program studi yang mempelajari tentang Desain Grafis Periklanan, Komunikasi Audio Visual, Identitas Usaha (*Corporate Identity*), Multimedia, Grafis Produk Industri, *fotografi*, *Tipografi* dan Ilustrasi pada Universitas Negeri Padang.

Adapun tujuan dilakukannya perancangan adalah sebagai berikut :

1. Untuk merancang media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual yang lebih baik melalui media animasi secara tepat, menarik dan informatif.
2. Untuk menghasilkan sebuah konsep dan visualisasi yang dapat dijadikan sebagai media promosi yang lebih menarik.
3. Dengan mempromosikan Program Studi Desain Komunikasi Visual melalui media *Short From Animation (SFA)* diharapkan dapat meningkatkan minat calon mahasiswa baru untuk memilih Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Melalui *Short From Animation (SFA)* promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual diharapkan akan dapat memberikan penjelasan dan informasi kepada masyarakat terhadap Program Studi Desain Komunikasi Visual dengan jelas dan tepat sasaran.

B. Metode Perancangan

Metode pengambilan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berhubungan. Dalam pembahasan karya menggunakan metode analisis data SWOT metode ini dapat menyimpulkan seberapa penting masalah yang perlu diadakan perancangan promosinya serta mengetahui kekuatan dan peluang untuk meminimalkan kekurangan dan ancaman pada media promosi.

Analisis SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang suatu hal yang telah ada diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan risiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil (sarwono dan lubis 2007:18).

1. Dari segi Program Studi

a. *Strenght* (Kekuatan)

Adapun kekuatan yang dimiliki oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual ini adalah:

- 1) Program Studi Desain Komunikasi Visual ini berdiri pada tahun 2004.
- 2) Memiliki tenaga pengajar yang berkompeten di bidangnya.
- 3) Tamatannya mampu bersaing di dunia kerja.
- 4) Banyak mempelajari tentang ilmu desain dan penerapannya.
- 5) Dan mempelajari ilmu-ilmu computer dan penerapannya.

b. Weakness (Kelemahan)

Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual ini adalah:

- 1) Belum memiliki sebuah media promosi yang menggambarkan sebuah program studi yang bergelut dibidang animasi.
- 2) Kurang mengadakan promosi.

c. Opportunity (Peluang)

Adapun peluang yang dimiliki oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual ini adalah:

- 1) Menghasilkan tamatan-tamatan yang handal mampu bersaing di dunia kerja, sehingga Program Studi ini pada setiap tahunnya mengalami peningkatan mahasiswa baru.

c. Threat (Ancaman)

Adapun ancaman yang dimiliki oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual ini adalah:

- 1) Kurangnya promosi sehingga kurang begitu dikenal oleh masyarakat khususnya calon mahasiswa baru.
- 2) Adanya Universitas lain yang membuka program studi ini.

2. Dari Segi Media Animasi

a. Strength (Kekuatan)

Adapun kekuatan yang dimiliki oleh media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual berbasis animasi ini adalah:

- 1) Memiliki bentuk yang menarik, karena unsur yang *full color*

- 2) Hasil yang dikemas kedalam sebuah CD, memungkinkan mudah untuk dibawa
- 3) Dapat diputar ulang sesuai kebutuhan
- 4) Dapat diaplikasikan bersamaan pada WEB Program Studi
- 5) Sebelumnya belum ada promosi melalui animasi pada program studi DKV.

b. Weakness (Kelemahan)

Adapun kelemahan yang dimiliki oleh media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual berbasis animasi ini adalah:

- 1) Media dapat dilihat pada tempat tertentu yang menyediakan fasilitas *computer*
- 2) Pemeliharaannya harus hati-hati karya CD mudah pecah atau tergores

c. Opportunity (Peluang)

Adapun peluang yang dimiliki oleh media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual berbasis animasi ini adalah:

- 1) Hasil karya yang berunsurkan teknologi, berupa CD yang hanya dapat diputar dengan CD Room sebuah *computer* dapat menjadi besar peluangnya karena semakin berkembang dan semaraknya teknologi yang berupa computer tersebut.

d. *Threat* (Ancaman)

Adapun ancaman yang dimiliki oleh media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual berbasis animasi ini adalah:

Adanya media promosi lain yang dapat menyaingi media animasi tersebut.

C. Pembahasan

1. Pendekatan Kreatif

Pendekatan kreatif merupakan langkah atau tahapan yang akan dilakukan untuk pemecahan masalah dalam pembuatan sebuah media promosi yang akan digunakan.

Agar pesan promosi yang dibuat tersebut dapat diterima baik oleh target *audience*, sesuai dengan tujuan perancangan.

Adapun pendekatan kreatif yang digunakan dalam pembuatan media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual ini adalah:

a) Strategi Media

Sebuah rancangan terlebih dahulu harus mensiasati atau membuat langkah-langkah agar tujuan promosi tercapai, dalam perancangan media harus ditinjau dari segi keefektifan dan keefesienan media yang akan dirancang. Efektif dan efesiennya itu didapat dari hasil analisis target *audience*, dari tinjauan analisis target *audience*

tersebut media yang dirasakan tepat untuk Program Studi Desain Komunikasi Visual adalah promosi berbasis animasi.

Dalam Sanyoto (2006:67) Penetapan segmentasi target *audiences* yang akan dijangkau media harus secara terukur sesuai dengan tujuan media yang telah ditetapkan, yaitu meliputi:

- 1) Segmentasi geografis : yang menjadi bagian dari target *audience* secara geografis adalah remaja yang berdomisili dan mengenyam pendidikan di Sumatera Barat
- 2) Segmentasi demografis : laki-laki dan perempuan, remaja, siswa sekolah menengah atas tingkat akhir dan mahasiswa baru Program Studi Desain Komunikasi Visual.
- 3) Segmentasi psikografi : anak remaja sekarang yang menyenangi teknologi dan kepraktisan memungkinkan untuk dirancangnya media promosi yang berunsurkan teknologi.
- 4) Segmentasi *behaviouristis* : ketika memiliki waktu senggang, anak remaja sekarang lebih suka memanfaatkan teknologi dalam mengisi hari-harinya, hal ini menjadikan peluang besar bagi program studi untuk dapat diputar dan dilihatnya media promosi tersebut.

b) Tujuan Kreatif

Tujuan dalam pembuatan media promosi program studi ini adalah untuk memperkenalkan program studi kepada calon mahasiswa baru mengenai program studi tersebut serta merancang media promosi

yang baru, yang diharapkan dapat menjadi solusi dalam Promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual.

c) Strategi Kreatif

Untuk mencapai tujuan promosi maka diterapkan sebuah strategi, adapun strategi kreatif dalam pembuatan media promosi tersebut adalah antara lain:

1) Pesan Verbal

Pesan verbal adalah pesan yang dapat di terima oleh masyarakat melalui bahasa yang ringan untuk dapat di ingat oleh masyarakat.

2) Pesan Visual

Pesan visual adalah pesan yang diterima oleh mata yang didapat dari gambar atau foto yang dilihat. Tampilan warna dan visual yang menarik merupakan elemen yang penting untuk dapat menarik target *audience*.

a) Tipografi

Tipografi juga merupakan bagian terpenting dalam sebuah perancangan. Menurut Kusrianto (2007:190-191) “Tipografi adalah seni menyusun huruf yang sesuai dengan kaidah yang mengarah pada karya yang ditampilkan sehingga sebuah karya tersebut mempunyai karakter yang memperkokoh dari desain yang diciptakan”.

b) *Lay Out*

Dalam mendesain *layout*, posisi elemen, hubungan antara elemen satu dengan yang lainnya, seperti ukuran, warna, kontras nilai, dan bentuk hirarki visual harus dipertimbangkan. Seperti perancangan layout yang terdiri dari unsur-unsur desain, yaitu titik (*point*), garis (*line*), bidang (*area*), ruang (*space*), warna (*color*), tekstur (*texture*), dan ukuran (*size*). Serta prinsip-prinsip desain seperti dominasi atau penekanan (*emphasis*), irama atau keselarasan (*movement*), kesatuan atau unit (*unity*), keseimbangan (*balance*), keselarasan atau proporsi (*proportion*), kesederhanaan (*simplicity*), dan kejelasan (*clarity*) (Suyanto, 2004:95).

c) Warna

Warna merupakan bagian terpenting dari sebuah perancangan, karena warna dapat mempengaruhi psikologi seseorang. Penampilan warna yang baik akan menghasilkan keindahan dan kenyamanan saat menikmati sebuah karya. Unsur warna yang tajam mempengaruhi kepekaan penglihatan sehingga mampu mempengaruhi perasaan dan defenisi seseorang pada penglihatan indra manusia (Suyanto, 2004:43).

d) Karakter Tokoh

Strategi visual yang digunakan agar dapat menarik perhatian *audience* (remaja atau sekolah menengah atas dan

calon mahasiswa baru) adalah dengan merancang karakter tokoh yang akan menjelaskan program studi desain komunikasi visual.

d) Proses Kreatif

Adapun proses kreatif dalam pembuatan media promosi berbasis animasi ini adalah :

a. Pre Production

1) Ide atau Konsep

Ide atau pokok pertama yang mendasari dalam pembuatan media.

2) *Synopsis*

Synopsis adalah ringkasan cerita yang menjadi pendekatan sebuah film yang halamannya dibatasi menjadi ½, satu atau dua halaman, seperlima atau sepersepuluh dari panjangnya film.

3) *Skript Writing*

Script writing adalah rancangan penulisan naskah secara rinci yang mengembangkan gagasan pada *synopsis* sehingga menjadi sebuah cerita yang menarik.

4) Pembentukan Karakter

Pembentukan karakter adalah pembuatan karakter atau *icon* atau *talent* yang nantinya akan menjadi pemeran penuh selama proses pembuatan media promosi.

5) *Storyboard*

Storyboard adalah rancangan yang berupa *sket* gambar dan tulisan yang fungsinya sebagai petunjuk serta arahan pada saat *shooting*, dan pada pembuatan promosi dalam media animasi ini pembuatan *storyboard* dibuat agar cerita tidak keluar dari cerita yang dibuat.

b. *Production*

Proses perwujudan dari animasi yang akan dibuat berdasarkan *storyboard* yang telah dibuat sampai dengan proses pengisian suara dan *editing*.

c. *Post Production*

Packet untuk DVD atau CD Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang.

D. Simpulan dan Saran

1. Gaya hidup anak remaja sekarang tidak jauh dari yang mananya teknologi, sehingga memungkinkan untuk dibuatkannya media promosi yang berunsurkan teknologi.
2. Media berbasis animasi yang menjadi media utama dikemas dalam sebuah CD atau DVD, sehingga gampang untuk dibawa.

3. menggunakan metode analisis analisis SWOT, yaitu analisis tentang kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*). Sehingga dapat disimpulkan secara sederhana berapa permasalahan (media promosi animasi) yang dipilih tersebut perlu diadakan perancangan komunikasi periklanan.

Disimpulkan beberapa saran, untuk program studi yaitu:

1. Bagi Program Studi Desain Komunikasi Visual untuk selalu menambah dan memperbaharui media promosi, agar terjadi peningkatan jumlah mahasiswa baru pada setiap tahunnya.
2. Lebih memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk berkarya baik didalam maupun diluar akademis sehingga mahasiswa dapat mengembangkan ide-ide kreatif yang mana nantinya akan membawa nama baik program studi itu sendiri.

Catatan : artikel ini disusun berdasarkan karya akhir penulis dengan pembimbing I Dr. Yahya, M.Pd dan Pembimbing II Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn

Daftar Rujukkan

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi

Majalah *Concept*. 2008. *Lil'Bit Chit Chat About Animation*, hlm. 11-18

Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2006. *Metode Perancanagn Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press

Sarwono, Lubis. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi

Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi