

MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS LEMBAH DEMPO (UNILED) BERBASIS MULTIMEDIA ANIMASI 2 DIMENSI

Putri Aprilia¹, Lendy Rahmadi², Heriansyah³

putriafriliabaar@gmail.com¹, lendy@lembahdempo.ac.id², heriansyah2012@gmail.com³

Universitas Lembah Dempo

ABSTRAK

PUTRI APRILIA (2131009) Media promosi Universitas Lembah Dempo (UNILED) Pagar Alam masih menggunakan media promosi manual seperti brosur dan spanduk, walaupun sudah menggunakan teknologi yang ada seperti mengupload foto ke social media tapi butuh pengembangan lainnya. Dengan dilakukannya analisis terhadap permasalahan media promosi Universitas Lembah Dempo yang menarik minat penonton untuk mengetahui tentang Universitas Lembah Dempo, dengan Media Promosi Universitas Lembah Dempo berbasis Multimedia Animasi 2 Dimensi. Animasi ini dibangun dengan menggunakan Software Adobe Flash Cs6 dan menggunakan metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle) yang terdiri dari enam tahapan mulai dari tahap Concept, design, obtaining content material, assembly, testing, dan distribution. Animasi ini dilengkapi dengan audio, visual, gambar dan karakter kartunis. peng editan menggunakan CapCut dengan tujuan memberikan informasi tentang Universitas Lembah Dempo kepada penonton.

Kata Kunci: Media Promosi, Animasi, Adobe Flash Cs6, Capcut.

ABSTRACT

PUTRI APRILIA (2131009) *The promotional media for Universitas Lembah Dempo (UNILED) Pagar Alam is still reliant on traditional promotional materials such as brochures and banners. Although the university has utilized existing technologies, such as uploading photos to social media, further development is needed. This study aims to analyze the issues with the current promotional media of Universitas Lembah Dempo and proposes the development of a more engaging promotional medium through a 2D Multimedia Animation. The animation was created using Adobe Flash CS6 software and follows the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method, which consists of six stages: Concept, Design, Obtaining Content Material, Assembly, Testing, and Distribution. The animation incorporates audio, visuals, images, and cartoon characters. editing using CapCut to effectively communicate information about Universitas Lembah Dempo to the audience.*

Keywords: *Promotional Media, Animation, Adobe Flash CS6, Capcut.*

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi, manusia juga dituntut untuk mengikuti perubahan yang ada. Perkembangan teknologi juga membuat perubahan yang sangat pesat dalam segala bidang begitu juga dalam bidang iklan atau promosi. Perkembangan teknologi multimedia juga membuat perubahan yang sangat pesat dalam segala bidang. Perkembangan ini memunculkan beragam teknologi- teknologi yang dapat membantu manusia dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih efisien[1] termasuk dalam bidang promosi untuk suatu brand atau perusahaan. Setiap perusahaan memiliki strategi khusus untuk mendapatkan perhatian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan mulai dari harga, produk, tempat, dan promosi.[2]

Salah satu media yang biasa digunakan untuk promosi atau iklan adalah dengan menggunakan media promosi seperti brosur, baliho yang dipasang dijalan- jalan, banyak pengusaha atau pemilik suatu brand memfaatkan teknologi saat ini untuk membuat berbagai spanduk ataupun brosur yang menarik lalu dibagikan kepada masyarakat yang menjadi target pasar mereka. Tapi dengan seiring berkembangnya teknologi, media promosi

biasa atau manual seperti mebagikan brosur atau memasang spanduk dijalan-jalan semakin kurang diminati oleh masyarakat terutama kaum anak muda. Dengan media promosi manual seperti ini juga tidak terlalu efisien dan tidak dapat menjangkau banyak lapisan masyarakat.

Dengan adanya permasalahan semakin kurangnya minat masyarakat dalam membaca brosur dan spanduk, Masyarakat terutama pemilik perusahaan atau brand mulai berbondong-bondong mengembangkan cara promosi mereka dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang, banyak perusahaan ataupun brand membuat video konten ataupun video animasi yang digunakan untuk memromosikan perusahaan atau brand mereka dan mengupload video-video tersebut keberbagai platform yang ada. Teknologi multimedia di bidang animasi 2 dimensi (2D) merupakan salah satu cara mempermudah suatu penyampaian informasi dalam bentuk visual maupun audio visual Penggunaan beragam media promosi dapat memaksimalkan penyebaran informasi hingga kepada audiens yang sebelumnya tidak dijangkau dengan media-media promosi[3].Tidak ingin kalah Perguruan tinggi dan Universitas juga menggunakan teknologi yang berkembang saat ini untuk melakukan promosi.

Dari tahun ke tahun, universitas di seluruh Indonesia berlomba-lomba mempromosikan untuk menunjukkan kelebihan dan kualitas yang dimiliki setiap jurusan dan program studinya dalam dunia pendidikan dengan memanfaatkan berbagai media promosi. Media promosi yang biasanya digunakan berupa spanduk, postingan di media sosial, video yang memuat konten informasi terkait universitas tersebut dan juga berupa animasi dengan tampilan visual menarik, Penggunaan media promosi ini memudahkan kegiatan komunikasi dari suatu universitas dalam mempromosikan dan penyampaian informasi kepada masyarakat terkhusus pelajar yang sedang mencari universitas untuk melanjutkan pendidikannya. Salah satunya universitas Lembah Dempo yang ada di kota Pagar Alam, Tapi Universitas Lembah Dempo (UNILED) masih menggunakan media promosi seperti baliho, brosur dan sebagainya. Awalnya Penggunaan media promosi ini memudahkan kegiatan komunikasi dari universitas Lembah Dempo dalam mempromosikan dan penyampaian informasi kepada masyarakat luas terkhusus pelajar yang sedang mencari universitas untuk melanjutkan pendidikannya,. Tapi sekali lagi promosi seperti ini tidak terlalu efektif dan hanya dapat mencapai sedikit lapisan masyarakat. dibutuhkan sesuatu yang benar-benar membuat orang tertarik dan mengetahui kualitas dan kuantitas serta keunggulan setiap jurusan[4]. Sehingga daya minat seseorang lebih tinggi dengan melihat suatu iklan yang menjelaskan tentang Universitas, Media promosi iklan yang paling efektif untuk dunia digital saat ini serta menarik perhatian masyarakat salah satu nya adalah vidio animasi 2 dimensi. Multimedia menjadi salah satu pilihan untuk menyampaikan sebuah informasi karena dapat mengekspresikan pesan dengan cara yang atraktif dan mudah diingat dan tentunya media promosi seperti ini akan jauh lebih menarik untuk dilihat ianya menjadi sebuah solusi dalam memanfaatkan ketertarikan pengguna pada sebuah produk(Hanafri et al., 2018), multimedia menjadi solusi yang bagus dalam penarikan minat dikarenakan dapat menyentuh indra manusia, dikarenakan penggabungan dari audio dan visual yang menarik.[5]

Animasi sendiri merupakan salah satu media audio visual yang mengandung unsur hiburan, edukasi, dan berpotensi memberikan informasi yang menarik perhatian penonton sehingga dapat menghilangkan hal-hal yang, membosankan dan monoton (Sari, 2019)[6]. Output yang dihasilkan merupakan akan satu karakter dengan pendekatan style kartunis agar dapat menyampaikan informasi yang ada di Universitas Lembah Dempo (UNILED).

Dengan permasalahan yang ada diatas penulis tertarik untuk membuat “MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS LEMBAH DEMPO (UNILED) BERBASIS MULTIMEDIA ANIMASI 2 DIMENSI” Sebagai pengembangan media promosi untuk Universitas lembah

dempo (UNILED), promosi dengan menggunakan media manual seperti brosur dan baliho dapat terus dipakai untuk mencapai masyarakat di pagar alam tapi dengan dibuat Animasi ini diharapkan dapat menarik lebih banyak minat dari masyarakat terutama pelajar yang sedang mencari Universitas baik dikota pagar alam maupun diluar kota Pagar Alam dan pembuatan animasi ini sendiri akan menggunakan soft-ware Adobe flash Cs6 dan CapCut.

METODE PENELITIAN

Gambaran Objek Penelitian

YPM Lembah Dempo berdiri pada Tahun 2000 yang didirikan oleh founding father Almarhum Bapak Drs. H.AM. Effendi Sangkim, M.Si. hingga sekarang Perguruan Tinggi Lembah Dempo telah berumur 24 Tahun, eksistensi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) dan Akademi Manajemen Informatika & Komputer (AMIK) Lembah Dempo di Pagar Alam akan makin menyemarakkan percepatan pengembangan tanah Pasemah Raya. Dimana Perguruan Tinggi Lembah Dempo merupakan perguruan tinggi swasta pertama yang lahir di Kota Pagar Alam dengan status akreditasi Baik. Pada Tanggal 5 September 2023 perubahan bentuk menjadi Universitas Lembah Dempo berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 730/E/O/2023 tentang Izin Perubahan Bentuk Institut Teknologi dan Bisnis Lembah Dempo di Kota Pagar Alam Menjadi Universitas Lembah Dempo di Kota Pagar Alam Provinsi Sumatera Selatan yang Diselenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Milenium Lembah Dempo.

Universitas Lembah Dempo beralamatkan Jalan. H.Effendi Sangkim, Airlaga Kelurahan Kuripan Babas Pagar Alam Sumatera Selatan. Dari segi tata letak UNILED terletak ditempat yang cukup strategis dan mudah diakses oleh kendaraan umum. Dimana kota Pagar Alam tidak hanya memiliki tempat untuk menempuh pendidikan kota Pagar Alam juga memiliki pemandangan alam yang indah, tanah Besemah juga merupakan tempat budaya.[14] yang cocok untuk dijelajah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian

Selanjutnya adalah tahap pengujian (Testing) dilakukan setelah tahap pembuatan (Assembly) telah selesai dibangun dengan menjalankan vidio animasi, pengujian berupa tiap Scene, dan audio yang dihasilkan. Apabila terdapat Malfunction atau kesalahan pada fungsi animasi, maka dapat segera dilakukan perbaikan.

Pengujian Kuesioner

Tahap pengujian kuesioner ini adalah dengan membagikan kuesinoer kepada calon siswa dan masyarakat umum untuk melihat perbandingan sebelum dan sesudah mereka menonton vidio animasi yang dibuat. dimana ada 5 pertanyaan sebelum mereka menonton vidio animasi dan 5 pertanyaan lagi setelah mereka menonton vidio animasi.

Berikut ini merupakan pertanyaan yang diajukan kepada penonton atau calon mahasiswa:

- pertanyaan sebelum menonton iklan vidio animasi.

Table 1. Pertanyaan Sebelum

No	Soal	Nilai 1-5
1	Apakah Anda sudah pernah mendengar tentang Universitas Lembah Dempo sebelumnya?	

2	Seberapa banyak Anda mengetahui program studi yang ditawarkan Universitas Lembah Dempo?	
3	Seberapa tertarik Anda untuk melanjutkan studi ke Universitas Lembah Dempo?	
4	Seberapa penting media promosi (seperti video) dalam membantu Anda memilih universitas?	
5	Menurut Anda, seberapa penting citra atau branding sebuah universitas?	

Tabel di atas berisi 5 pertanyaan yang diajukan kepada responden sebelum menonton video animasi promosi Universitas Lembah Dempo. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan awal dan tingkat pengenalan responden terhadap universitas tersebut. Setiap pertanyaan dinilai menggunakan skala Likert 1–5, di mana:

- 1 = Sangat Tidak Setuju / Tidak Tahu
- 5 = Sangat Setuju / Sangat Tahu
- pertanyaan sesudah menonton iklan

Table 2. Pertanyaan Sesudah

No	Soal	Nilai 1-5
1	Apakah Anda sudah pernah mendengar tentang Universitas Lembah Dempo sebelumnya?	
2	Seberapa banyak Anda mengetahui program studi yang ditawarkan Universitas Lembah Dempo?	
3	Seberapa tertarik Anda untuk melanjutkan studi ke Universitas Lembah Dempo?	
4	Seberapa penting media promosi (seperti video) dalam membantu Anda memilih universitas?	
5	Secara keseluruhan, bagaimana penilaian Anda terhadap video promosi Universitas Lembah Dempo terutama desain animasinya?	

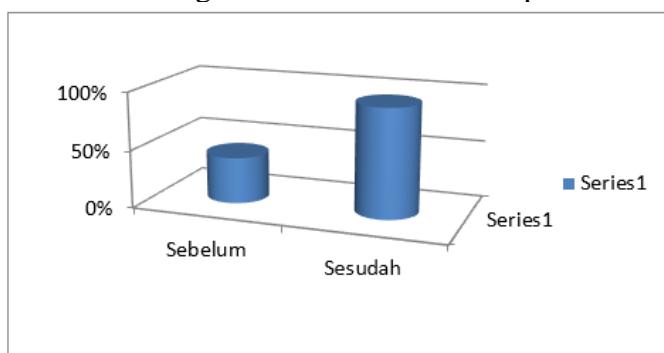
Tabel ini berisi 5 pertanyaan yang diajukan kepada responden setelah menonton video animasi promosi Universitas Lembah Dempo. Tujuannya adalah untuk mengukur perubahan persepsi, tingkat pemahaman, dan ketertarikan calon mahasiswa terhadap universitas setelah menyaksikan media promosi. Masing-masing pertanyaan dinilai menggunakan skala 1–5.

Table 3. Hasil Kuesioner

Nama	Keterangan	
	Sebelum	Sesudah
Desi Anggriani	3	5
Indi Awindi	1	4
Popi Delpia	3	5
Dia Amelia	4	5
Roval Firmansyah	2	4
Pandu Wijayah	2	5
Devia Anggriani	1	5
Renata	3	4
Ayu Agustina	2	4
Calisa	1	4

Gresia Dwi Darma	1	5
Fadzelia	1	5
dimas satriadi	2	5
Viona	2	4
Nuraisyah	1	4
azril raihan	1	5
riski	1	4
leo agung	2	5
deki suyatno	3	5
merli saguscahyani	2	5
HASIL		2.00
40%		4.70
94%		

Tabel diatas menunjukan nilai hasil dari keusioner yang sudah dibagikan kepada beberapa siswa dimana ada 5 pertanyaan sebelum mereka menonton vidio animasi dan 5 pertanyaan lagi setelah mereka menonton vidio animasi untuk membuat perbandingan,dari hasil itu dapat dilihat bahwa sebagian dari mereka awalnya tidak terlalu mengetahui tentang universitas lembah dempo kebanyakan mereka hanya tahu kalau di kota pagaralam ada universitas lembah dempo tapi tidak tahu jurusan apa saja yang ada disana atau fasilitas apa saja yang di sediakan,Tetapi saat sesudah menonton vidio animasi ini mereka sedikit banyak lebih mengetahui informasi tentang universitas lembah dempo.

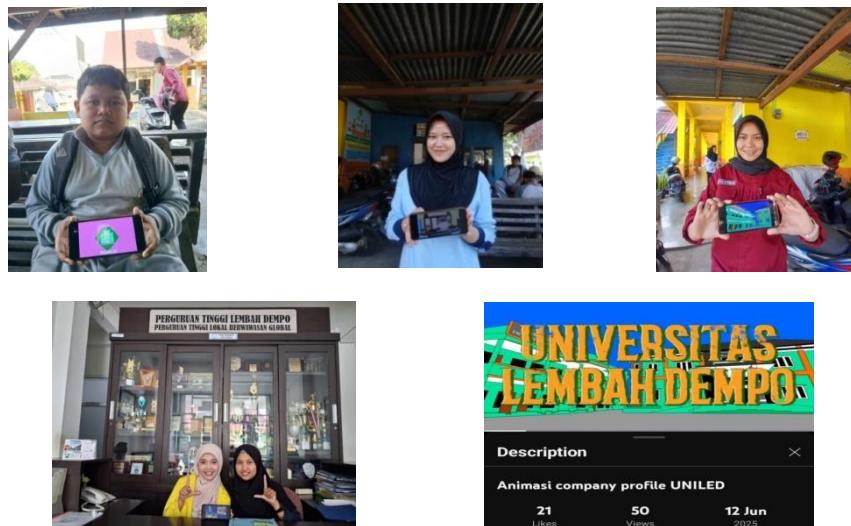


Gambar 1. Grafik

Gambar Grafik diatas merupakan grafik hasil pengujian yang dillaukan dimana sebelum menonton vidio pengetahuan penonton tentang universitas lembah dempo rata-rata 40% dan sesudah menonton nilai mereka naik menjadi 90%. Dari hasil field test didapatkan rata-rata yang siswa yang ikut pre-test adalah hanya mengenal universitas lembah dempo tanpa tahu jurusan apa saja yang ada disana dengan kategori kurang, sedangkan untuk hasil post test didapatkan hasil 90% dengan kategori sangat baik. Maka dapat kita lihat dari hasil tersebut bahwa terjadi peningkatan dimana mereka menjadi lebih mengenal universitas lembah dempo yang menunjukan bahwa vidio Animasi sebagai media promosi universitas lembah dempo ini memiliki kefektifan terhadap promosi iklan kepada siswa ataupun masyarakat.

Pendistribusian

Tahap ini merupakan tahapan terakhir dari metode pengembangan MDLC Hasil dari vidio animasi ini akan menjadi file MP4 yang mudah untuk disimpan dan vidio ini dapat diunggah kesetiap jejaring media sosial. untuk pendistribusian awal penulis mengunggah vidio animasi ini ke salah satu media sosial YouTube dan membagikan link kepada calon mahasiswa. berikut bukti unggah dan pendistribusian:



Gambar 2. Bukti Pendistribusian dan Upload

Berikut ini merupakan link dan QR code untuk mengakses youtube video animasi ini
<https://youtu.be/x55aKZzOOSs?si=HhqKoVEsAq9IKsJq>.



Gambar 3. QR Code

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan implementasi media promosi dalam bentuk video animasi 2 dimensi, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Video animasi 2 dimensi sebagai media promosi berhasil menarik minat masyarakat, khususnya pelajar, untuk lebih mengenal Universitas Lembah Dempo (UNILED), sesuai dengan tujuan utama promosi.
2. Video ini dibuat menggunakan Adobe flash cs6 serta tahap pengumpulan data menggunakan metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle) melalui enam tahapan, yaitu Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution, dengan dukungan software CapCut.
3. Berdasarkan hasil uji coba dan kuesioner sebelum dan sesudah menonton video, terjadi peningkatan pemahaman materi dari 44% menjadi 90%, menunjukkan bahwa video animasi ini sangat efektif sebagai media promosi digital yang informatif dan menarik.

Saran

Adapun berikut merupakan saran yang diberikan untuk pengembangan Vidio Animasi 2 dimensi ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk membuat dengan menggunakan visualisasi 3 Dimensi Universitas Lembah Dempo.

2. Penggunaan animasi dapat ditingkatkan dengan teknologi yang lebih modern atau menggunakan multimedia lain.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rustamana, S. A. Mulyati, T. Prasetya, dan S. A. Tirtayasa, “PENGEMBANGAN DAN PEMANFAATAN MEDIA CETAK : TAMPILAN STORYBOARD,” vol. 1, no. 6, 2023. I. Burhanuddin, “Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Augmented Reality Untuk Meningkatkan Pemahaman Flowchart,” no. 001, 2024.
- Animasi,” J. Abdimas BSI J. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 4, no. 1, hlm. 138– 147, Feb 2021, doi: 10.31294/jabdimas.v4i1.8809.
- D. Nuriman dan D. Y. Prasetyo, “IKLAN MEDIA PROMOSI UNISI BERBASIS ANIMASI 2 DIMENSI.”
- D. Pratiwi, A. Zuhdi, R. Shofiqiati, R. R. Pratama, dan H. A. Wijaya, “Penerapan Animaker dalam Pembuatan Iklan Produk UMKM berbasis
- D. Susandi dan S. Sukisno, “Sistem Informasi Inventaris Berbasis Web di Akademi Kebidanan Bina Husada Serang,” JSiI J. Sist. Inf., vol. 5, no. 2, Okt 2018, doi: 10.30656/jsii.v5i2.775.
- Hasbullah, “Penyuluhan Bahaya Rokok Elektrik Menggunakan Animasi 2 Dimensi Iklan Layanan Masyarakat pada Pemuda Desa,” JILPI J. Ilm.
- I. Idris, H. R. Pangaribuan, R. Khair, dan P. Koresponden, “PERANCANGAN MOTION GRAPHIC VIDEO ANIMASI SEBAGAI SARANA IKLAN PROMOSI DAN INFORMASI”.
- I. Y. Sumendap, V. Tulenan, dan S. D. E. Paturusi, “Pembuatan Animasi 3 Dimensi Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (Studi Kasus : Tarian Dana Dana Daerah Gorontalo)”.
- J. F. Lukman dan M. D. Ramadhan, “PERANCANGAN PROSES SISTEM PAINTING DI PERUSAHAAN OTMOTIF MENGGUNAKAN SOFTWARE „STARUML”
- L.Rahmadi dan M.Triawan, “Game „Quiz Besemah“ Sebagai Media Untuk Memperkenalkan Budaya Kota Pagar Alam,” vol. 3, no. 3, 2021.
- M. Asy’ari, H. Hunaepi, B. Mirawati, A. Armansyah, dan H. Rahmawati, “Pelatihan Reference Managemen Software (RMS) Zotero dalam
- M. I. Sapar dan D. D. Andayani, “Pengembangan Animasi 2 Dimensi Sebagai Media Promosi Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer Universitas Negeri Makassar,” vol. 1, no. 3, 2024.
- M. Rosanensi, L. Sakti, H. Santoso, H. Lestari, Miftahul Madani, dan Medi Triawan dan H. Heriansyah, “Multimedia Interaktif Pengenalan Objek Wisata Kota Pagar Alam,” J. Ilm. Bin. STMIK Bina Nusant. Jaya Lubuklinggau, vol. 4, no. 2, hlm. 99–104, Okt 2022, doi: 10.52303/jb.v4i2.85. “admin,+Journal+manager,+1.+91-99++Dalwin+Christophe++Animasi+2D+Penjelasan+dan+Penanganan+Virus+&+Bakteri+Menggunakan+Animate+CC+Dengan+Teknik+Mot.”
- Pengabdi. Dan Inov., vol. 2, no. 2, hlm. 575–586, Des 2023, doi: 10.57248/jilpi.v2i2.347.
- pengelolaan Sumber Rujukan Penelitian,” Sasambo J. Abdimas J. Community Serv., vol. 4, no. 3, hlm. 417–431, Agu 2022, doi: 10.36312/sasambo.v4i3.813.
- R. A. Simanjuntak, “STUDI PENERAPAN ANIMASI DAN MOTION GRAPHIC DALAM MENINGKATKAN KUALITAS IKLAN DIGITAL,” vol. 1, 2020
- Shodik Permana, Muhammad Sulthon Abdillah, dan Ina Sholihah Widiati, “Pembuatan Iklan Animasi 2D untuk Produk Minuman Isotonik Sebagai Media Promosi Menggunakan Adobe Animate,” Polyg. J. Ilmu Komput. Dan Ilmu Pengetah. Alam, vol. 2, no. 5, hlm. 01–09, Agu 2024, doi: 10.62383/polygon.v2i5.202.