

**PERANCANGAN IKLAN KOMERSIL CV. MATIINU
BERDIKARI BERBASIS ANIMASI 2D**

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana
Pendidikan Seni Rupa*



Oleh :
Muhammad Iqbal Erfand
18020123 / 2018

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

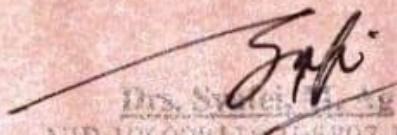
KARYA AKHIR

**PERANCANGAN IKLAN KOMERSIL CV. MATIINU BERDIKARI
BERBASIS ANIMASI 2D**

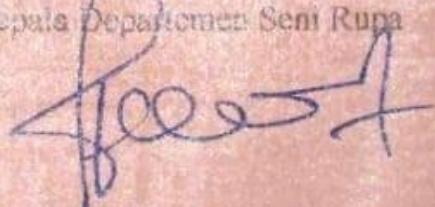
Nama : Muhammad Iqbal Erfand
NIM : 18020123
Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 8 November 2024

Disetujui untuk Ujian:
Dosen Pembimbing


Dr. Sriwijaya
NIP 196003101983031004

Menyatakan,
Kepala Departemen Seni Rupa



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

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus setelah dipertahankan di depan Tim Pengaji Skripsi
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul	Perancangan Iklan Komersil CV Matinu Berdikari berbasis Ammasi 2D
Nama	Muhammad Iqbal Erfand
NIM	18020123
Program Studi	Pendidikan Seni Rupa
Fakultas	Bahasa dan Seni

Padang, 5 Desember 2024

Tim Perrott

Jabatan Nama Tanda Tangan

Tando Tannoor

- | | |
|------------|--|
| 1. Ketua | Drs. Syafei, M. Ag
196008116 198803 1-004 |
| 2. Anggota | Drs. Subi Awrus, M.Pd
195912121986021001 |
| 3. Anggota | Eko Purnomo, S.Ds., M.S
0006108902 |

Mr. S. H. Clegg

Mulyetaji,
Kepala Departemen Seni Rupa

~~4000~~

Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.
NIP. 19830201 200912 2 001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

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

Padang,
Saya yang menyatakan,



Muhammad Iqbal Erfand
NIM. 18020123

ABSTRAK

Muhammad Iqbal Erfand, 2024 : Perancangan Iklan Komersil CV. Matiinu Berdikari berbasis Animasi 2D

CV. Matiinu Berdikari merupakan perusahaan percetakan yang berada di kota Pekanbaru, berada di jalan Nenas yang memiliki banyak persaingan. Pada Pandemi Covid-19 terjadi, banyak perusahaan, pembisnis, toko-toko, usahawan dan lainnya mengalami penurunan omzet, termasuk perusahaan percetakan. Oleh karena itu penulis ingin membantu perusahaan percetakan CV. Matiinu Berdikari untuk mulai bangkit lagi, dengan cara membuat animasi 2D sebagai iklan komersil untuk membantu perkembangan CV. Matiinu Berdikari. Metode perancangan yang penulis gunakan adalah metode *black box* merupakan metode perancangan yang dibuat secara spontanitas oleh percangang. Ide bisa datang dari mana saja dan kapan saja untuk membuat suatu karya. Metode Analisa data yang digunakan dalam perancangan animasi 2D ini adalah menggunakan metode Analisa data 5W+1H. Hasil akhir dari perancangan ini adalah animasi komersil 2D sebagai media utama dan poster, stiker, kartu nama, media sosial, x-banner, serta katalog sebagai media pendukung.

Kata Kunci: Animasi, Percetakan, Iklan, Frame by Frame

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah *subhanahuwata'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya akhir yang berjudul " Perancangan Iklan Komersil CV. Matiinu Berdikari berbasis Animasi 2D" berhasil diselesaikan. Pembuatan karya akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana dalam program studi Pendidikan Seni Rupa Strata Satu (S1) Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

Karya Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik atas bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd.,M.Sn selaku kepala Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Nessya Fitryona, S.Pd, M.Sn selaku Pembimbing Akademis
3. Bapak Drs. Syafei, M. Ag selaku Dosen Pembimbing karya akhir yang telah membimbing penulis dengan sabar dan maksimal, begitu banyak memberikan bantuan, dorongan dan motivasi sehingga terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Drs. Suib Awrus, M.Pd dan Bapak Eko Purnomo, S.Ds., M.Sn selaku Dosen Penguji yang telah memberikan dukungan serta kritik dan sarannya dari awal penulisan proposal sampai dengan laporan karya akhir ini.

5. Bapak/Ibu Dosen Departemen Seni Rupa Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis ilmu pengetahuan sehingga perancang dapat menyelesaikan Laporan Karya Akhir ini.
6. Teman-teman mahasiswa Seni Rupa Angkatan 2018 dan teman-teman program studi Pendidikan Seni Rupa 2018 atau segala motivasi dan bantuannya.

Akhirnya semoga dengan segala bantuan, dukungan, saran dan do'a yang telah diberikan semua pihak dapat menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT serta tugas akhir skripsi ini dapat menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca ataupun pihak yang membutuhkan.

Padang, November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Orisinalitas	8
F. Tujuan Berkarya	8
G. Manfaat berkarya	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Praksis	10
B. Kajian Teoritis.....	14
C. Karya yang Relavan	29
D. Proses Berkarya	30
E. Kerangka Konseptual	34

BAB III. METODE PERANCANGAN	35
A. Metode Perancangan.....	35
B. Metode Pengumpulan Data.....	36
C. Metode Analisis Data.....	37
D. Pendekatan Kreatif.....	38
E. Media Utama dan Media Pendukung	40
BAB IV. PERANCANGAN VISUAL	43
A. Teori Media.....	43
B. Program Kreatif.....	44
C. Layout	70
1. Layout Kasar	70
2. Layout Eksekusi.....	80
3. Layout Kompherensif	86
BAB V. PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	92
DAFTAR RUJUKAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Logo CV. Matiinu Berdikari	5
2. Toko CV. Matiinu Berdikari	10
3. Proses penggerjaan cetakan.....	12
4. Mesin CV. Matiinu Offset.....	13
5. Video animasi 2D Renaria Animation	31
6. Desain karakter Fatih	48
7. Desain karakter Ruina	49
8. <i>Storyboard</i> animasi	61
9. Licensi dari Premium Beat.....	62
10. Proses pembuatan <i>background</i>	63
11. Proses pengeditan <i>background</i> di Photoshop.....	64
12. Proses pembuatan animasi	65
13. Proses pembuatan <i>basecolour</i>	66
14. Proses pembuatan warna dpada animasi	67
15. Proses pembuatan <i>compositing</i> pada animasi	68
16. Proses <i>editing</i> pada animasi	69
17. Proses <i>rendering</i> pada animasi.....	70

DAFTAR TABEL

Gambar	Halaman
1. Data Jumlah Percetakan di Kota Bandung Tahun 2018.....	2
2. Pesebaran Usaha Percetakan di kota Pekanbaru tahun 2018	3

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, teknologi akan terus berkembang dan berkembang lebih cepat lagi. Terlebih lagi perkembangan teknologi ini tidak terbatas pada suatu bidang saja, namun bidang lain juga seperti astronomi, media komunikasi, dan sesuai topik utamanya yaitu percetakan. Produk hasil percetakan kini bisa kita lihat dimanapun, buku, majalah, map dan sebagainya merupakan bukti dari perkembangan percetakan di dunia. Menurut Badan Pusat Statistik, pertumbuhan produksi industri manufaktur mikro dan kecil pada kuartal ketiga 2017 untuk sektor percetakan dan reproduksi media rekaman naik sebesar 14,48% dibandingkan dengan periode sama pada tahun lalu. Selain itu, pertumbuhan industri tersebut pada triwulan III/2017 terhitung masih naik sebanyak 8,12% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya.

Pada buku Analisis Pembangunan Industri Edisi 2021, dikatakan bahwa Industri mulai mengalami kenaikan pertumbuhan yang berarti sejak semester II 2018. Percetakan mengalami pertumbuhan relative tinggi yaitu sebesar 5,40%, dari pertumbuhan negatif sebesar 3,03%.

Persatuan Perusahaan Grafika Indonesia (PPGI) menargetkan kinerja industri percetakan bisa tumbuh 10 persen tahun ini. Pertumbuhan ini didukung dengan adanya momen pemilihan umum, tahun ajaran baru, hingga perkembangan industri rumah tangga. Adapun sepanjang semester I 2019 kemarin, industri percetakan mengalami pertumbuhan akibat adanya kegiatan pemilu yang

berdampak pada kenaikan omzet yang lumayan. Selain itu, adanya kebijakan pemerintah yang melarang buku-buku katalog atau petunjuk untuk produk elektronik dan lainnya dicetak di luar negeri dinilai sangat membantu industri percetakan tanah air. Buku-buku katalog dan petunjuk penggunaan alat elektronik terutama yang berbahasa Indonesia wajib dicetak di dalam negeri.

Percetakan pada umumnya memiliki banyak jenis, percetakan sablon, percetakan digital, maupun percetakan offset. Produk yang dihasilkan oleh percetakan ini adalah Buku, majalah, pamflet, brosur dan lain-lain.

Di Indonesia Percetakan Offset sangat banyak tersebar di berbagai wilayah. Diambil dari sumber Indonesia Direktori Bisnis, di Bandung terdiri dari 3 kategori yang berupa Offset Printing, Screen Printing, dan Digital Printing, yang dimana offset printing merupakan jumlah terbesar dari 3 kategori lainnya. Percetakan di Bandung pada tahun 2018 menunjukkan angka 457. Angka ini mengartikan bahwa persaingan di bidang percetakan sangat besar.

Tabel 1 Data Jumlah Penerbitan dan Percetakan di Kota

Bandung Tahun 2018

No	Sektor	Jumlah	Presentase
1.	Percetakan	457	65.10
2.	Penerbitan	245	34.90
	Total	702	100 %

Sumber : Indonesia Direktori Bisnis

Hal ini tidak terjadi di Bandung saja, namun juga di daerah lain seperti Medan Barat yang datanya berasal dari pemkomedan.go.id memiliki 23 percetakan

yang terdaftar. Hal ini menandakan bahwa percetakan masih berkembang pesat saat tahun 2018.

Sebagian besar usaha percetakan di kota Pekanbaru juga mengalami pertumbuhan yang sangat besar dibandingkan kota Medan Barat. Berikut data pesebaran dan jumlah unit usaha usaha percetakan kota di Pekanbaru tahun 2018.

Tabel 2 Pesebaran Usaha Percetakan di kota

Pekanbaru tahun 2018

No	Kecamatan	Jumlah Perusahaan Usaha Percetakan
1	Bukit Raya	11
2	Lima Puluh	14
3	Marpoyan Damai	20
4	Payung Sekaki	18
5	Pekanbaru Kota	19
6	Rumbai	2
7	Rumbai Persisir	1
8	Sail	10
9	Senapelan	6
10	Sukajadi	71
11	Tampan	16
12	Tenayan Raya	3
13	Tangkerang Barat	1
Jumlah		192

Sumber : Disperindag Kota Pekanbaru, 2019

Pada tabel di atas, menunjukkan bahwa usaha percetakan di kecamatan Sukajadi merupakan usaha percetakan yang paling besar diantara percetakan lainnya yang berada di kota Pekanbaru yaitu sebanyak 71 unit usaha. Setiap hari, sentra usaha percetakan di kecamatan Sukajadi ini memang terbilang ramai. Tingginya permintaan menjadikan usaha percetakan ini mengalami peningkatan. Himpunan Pengusaha Muda Provinsi Riau memprediksi akan terjadi peningkatan omzet di bidang usaha percetakan, printing, banner, dan baliho, bahkan kuliner menjelang pesta Pemilihan Kepala Daerah 2018 di daerah ini. Ketua Himpunan

Pengusaha Muda Riau Budi menjelaskan musim pilkada seperti tahun ini biasanya akan membawa berkah rezeki bagi pelaku usaha khususnya yang bergerak di bidang percetakan.

Pandemi yang melanda di seluruh dunia melahirkan krisis ekonomi di berbagai sektor, salah satunya yaitu percetakan. Mulai dari pertengahan tahun 2020 pelaku usaha percetakan sudah mulai porak poranda, pemasukan menipis, produksi terganggu, cicilan mesin tak terbayar dan lain lain. Di tambah lagi pengeluaran untuk THR idul fitri sudah di depan mata yang membuat dunia usaha percetakan di ambang kebangkrutan masal terutama di pelaku usaha percetakan kecil dan sedang.

Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Persatuan Perusahaan Grafika Indonesia menyatakan bahwa begitu besar dampak Covid-19 terhadap industri percetakan grafika. Hampir seluruh percetakan di Indonesia mengalami penurunan omzet dan produksi lebih dari 70%, yang dimana angka ini menunjukkan betapa brutalnya efek dari pandemi saat itu. Di bulan maret yang harusnya terjadi peningkatan prosuksi buku sekolah karena tahun ajaran baru jadi batal akibat pandemi.

Pelanggan tidak ada lagi yang mampir ke percetakan akibat pembatasan kegiatan usaha. Tidak banyak juga percetakan yang pelanggannya menunda pembayaran. Bahkan hingga karyawan percetakan banyak di PHK akibat krisis ekonomi yang terjadi pada pandemi. Salah satu perusahaan percetakan yang terdampak krisis ekonomi akibat pandemi ini adalah CV. Matiinu Berdikari.

CV. Matiinu Berdikari adalah percetakan yang berada di kota Pekanbaru setidaknya sejak tahun 2016. Dalam usahanya CV. Matiinu Berdikari hadir sebagai percetakan yang menyediakan jasa ataupun kebutuhan UMKM seperti kemasan,

paperbag, juga kebutuhan dalam pemerintahan. Adapun produk yang dapat dicetak oleh percetakan ini adalah buku, majalah, kalender, kartu nama dan lain lain.



Gambar 1 Logo CV. Matiinu Berdikari

Sumber: Dokumen Perusahaan CV. Matiinu Berdikari, 2018

CV. Matiinu Berdikari juga merupakan perusahaan yang terdampak akibat krisis ekonomi akibat pandemi di pertengahan tahun 2020 silam. Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Persatuan Perusahaan Grafika Indonesia menyatakan bahwa begitu besar dampak Covid-19 terhadap industri percetakan grafika. Di bulan Maret, April hingga juli 2020 merupakan bulan-bulan jelang tahun ajaran baru, dimana seharusnya terjadi peningkatan produksi buku-buku sekolah. Tapi karena pandemik, tidak adanya kejelasan pesanan dari penerbit maupun keputusan pemerintah, sehingga produksi mengalami penghentian. Pihak sekolah maupun instansi menunda keputusan pembelian buku atau pesanan barang cetakan karena menunggu instruksi lebih lanjut dari pemerintah mengenai penggunaan dana yang

kini dialihkan untuk penanggulangan Covid-19. Proyek permintaan dalam sektor percetakan berkurang, produksi macet hingga pengurangan karyawan finishing dan operator cetak telah dilalui. Bahkan pembayaran cetakan *client* sering menunggak dalam waktu yang lama, hingga permasalahan yang tidak terduga kerap terjadi kepada CV. Matiinu Berdikari.

Dengan usaha keras, pantang menyerah, hingga bahu-membahu antar perusahaan, kini CV. Matiinu Berdikari sudah mulai fokus ke tahap pemulihan akibat pandemi Covid-19 yang mulai mereda. Perusahaan ini juga mulai melakukan promosi melalui cara lama menggunakan kalender, brosur serta kartu nama yang kerap kali dihiraukan isinya.

Kebanyakan masyarakat terutama di Indonesia mulai mengenal tentang internet. Sebuah media yang membuat manusia mendapatkan informasi dengan cepat dan cukup akurat membuat masyarakat menyukainya, salah satunya yaitu media sosial. Taprial dan Kanwar (2012:8) mengemukakan bahwa media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain. Keberadaan media sosial yang memungkinkan siapapun, dimanapun dan kapanpun dapat mendapatkan informasi dengan cepat ini yang membuat kebanyakan masyarakat ingin bisa mencari apapun dengan cepat pula, termasuk jasa atau produk.

Untuk sebuah perusahaan di era digital sekarang sayangnya masih sedikit yang sudah dilakukan CV. Matiinu Berdikari untuk mempromosikan produk atau jasanya melalui media digital sehingga penyebaran namanya lamban. Karena

permasalahan tersebut Penulis tertarik mengangkat permasalahan bagaimana **Perancangan Iklan Komersil CV. Matiinu Berdikari berbasis Animasi 2D** guna memperkenalkan produk dan jasanya lebih luas.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya terdapat permasalahan beberapa permasalahan yaitu :

1. Selama masa pandemi berlangsung, CV. Matiinu Berdikari memiliki masalah yang sangat berimpas pada finansial dan kini masih melakukan pemulihan.
2. Kurangnya media promosi mengenai jasa CV. Matiinu Berdikari yang lebih meluas dan bisa diterima banyak orang.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka dibuatlah batasan masalah untuk memfokuskan ruang lingkup permasalahan yang akan disampaikan. Penulis memfokuskan pada **Perancangan Iklan Komersil CV. Matiinu Berdikasi berbasis Animasi 2D** sebagai media untuk memperluas nama perusahaan ini ke khalayak banyak.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka rumusan masalah karya ini adalah “Bagaimana Perancangan Iklan Komersil CV. Matiinu Berdikari berbasis Animasi 2D ?”. Sehingga dapat mencapai tujuan dalam mempromosikan dan membantu CV. Matiinu Berdikari.

E. Orisinalitas

Perancangan pembuatan animasi 2 dimensi ini mempromosikan CV. Matiinu Berdikari penyampaiannya secara tersirat bukan tersurat. Sehingga penulis dapat menitik beratkan pada minat penonton menggunakan visual yang merupakan hasil imajinasi penulis dan melalui desain yang telah direncanakan.

F. Tujuan Berkarya

Adapun tujuan penggeraan media promosi ini adalah membantu CV. Matiinu Berdikari untuk mempromosikan percetakannya dengan cara membuat iklan komersil animasi 2D. Sehingga CV. Matiinu Berdikari dapat mengenalkan CV. Matiinu Berdikari lebih luas dan melewati krisis pandemi Covid-19.

G. Manfaat Berkarya

Adapun manfaat dari karya ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai pengembangan ilmu, keterampilan penulis, portfolio dalam membuat animasi kedepannya baik di dunia pendidikan maupun dunia industri.
2. Dapat dijadikan acuan dan referensi untuk berkarya animasi ataupun penelitian kedepannya.
3. Supaya Masyarakat mulai mengembangkan media promosi mereka menuju digital dan tidak lagi mempromosikan karya hanya melalui cara lama, serta mulai mengenal perubahan zaman dan mengikuti perubah itu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam akhir perancangan ini penulis mendapatkan kesempatan untuk mengerjakan animasi 2D ini dengan cukup baik. Mulai Dari proses pembuatan *storyboard*, animasi, *background*, *compositing*, *editing* serta *rendering* yang mengalami banyak tahap hingga selesai.

Penulis berharap dengan ini, CV. Matiinu Berdikari semakin dikenal, serta pengalaman ini dapat membuat penulis berkembang kedepannya. Karena dalam pembuatan animasi ini memerlukan waktu yang lama dan proses yang berliku liku sehingga perlu perkembangan yang lebih baik lagi.

B. Saran

Beberapa saran dari penulis setelah membuat animasi 2D untuk CV. Matiinu Berdikari ada beberapa hal. Pertama, CV. Matiinu Berdikari perlu mengikuti perkembangan teknologi dan menerapkan ke sehari-hari seperti pembuatan media dan social media yang menarik banyak orang. Kedua, penulis menyadari beberapa kekurangan penulis dalam pembuatan animasi ini. Contohnya alur cerita yang sukar dimengerti, *timing* terlalu cepat dan penggabungan suara ke dalam animasi kurang baik. Penulis berharap dapat membuat perkembangan yang lebih baik kedepannya.

DAFTAR RUJUKAN

- A., Antonius., H., Sama. 2020. Studi Komparasi Bitmap dan Vektor Terhadap Kualitas Digital Art: Case Study Deviantart Nabhan dan Pixeljeff1995. Jurnal UIB Vol. 1 number 1 Agustus 2020. Diambil dari: <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/view/1467/967> (Agustus 2020).
- Ahman, Hidayat. Faisal. 2019. Rancang Bangun Sistem Informasi Penyewaan Lahan Parkir Berbasis Web Gis. Jurnal Sistem Informasi dan Sains Teknologi Vol.1 No.1, Februari 2019. Diambil dari: <https://media.neliti.com/media/publications/337375-rancang-bangun-sistem-informasi-penyewaan-9d89d8d2.pdf> (Februari 2019)
- Aisyah, Intan. 2021. Tinjauan Aktivitas Sosial Media Marketing Instagram Pada Mpone Stationery di Lampung Tahun 2021. *e-Proceeding of Applied Science* Vol. 7 nomor 5, Oktober 2021. Diambil dari: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/15454/15168>. (Oktober 2021)
- Alhuda, Al, Fahmi. 2020. Perancangan Animasi Dua Dimensi Sebagai Media Promosi Produk Wild Child Semarang Mahasiswa Seni Rupa FBS UNS. Laporan: *Penelitian Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- Anindya, Putri Andina. 2018. Perancangan Desain Karakter Untuk Short Animation 2D “Sakai”. *e-Proceeding of Art & Design* Vol. 5 number 3, December 2018. Diambil dari: <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/146899/perancangan-desain-karakter-untuk-short-animation-2d-sakai-.html>. (9 Desember 2024).
- dnyana, Putra. 2019. Perancangan Film Animasi Pendek 2D sebagai Media Kampanye Penanganan Anxiety Disorder. Jurnal Bahasa Rupa Vol.1 number 2, April 2019. Diambil dari: <https://jurnal.instiki.ac.id/index.php/jurnalbahasarupa/article/download/368/128/1219> (April 2019)

Firmansyah, Angga., Kurniawan, Mei P. 2013. Pembuatan Film Animasi 2D Menggunakan Metode Frame By Frame Berjudul "Kancil dan Siput". *Jurnal Ilmiah DASI Vol.14 number 04 Desember 2013*. diambil dari: <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/dasi/article/download/167/153> (Desember 2013)

Fernandez, Gregorius. 2014. Peran Talent Anak Dalam *Television Commercial* Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UAJ Yogyakarta. Laporan: *Penelitian Yogyakarta*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Hidayat, Ahmad & Faisal. 2019. Rancang Bangun Sistem Informasi Penyewaan Lahan Parkir Berbasis Web GIS. *Jurnal Sistem Informasi dan Sains Teknologi Vol. 1 No. 1. Februari 2019.* Diambil dari: [https://widuri.raharja.info/index.php?title=S11212472927_\(1\)_2019](https://widuri.raharja.info/index.php?title=S11212472927_(1)_2019). Februari

I, D, Pratama. U, Sumarwan. H, Wiranto. 2016. Advertising Avoidance Pada Iklan di Media Televisi. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen Vol. 2 No. 1, Januari 2016.* Diambil dari: <https://core.ac.uk/download/pdf/230423404.pdf> (Januari 2016)

Luktaningsih, Ambar. 2023. Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *JTIM Vol. 5 No. 1, Juni 2022.* Diambil dari: <https://journal.unmaha.ac.id/index.php/jtim /article/download/123/111> (2 April 2022).

L, P. Supu., B, Lumanauw., J, G. Poluan. 2021. Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung di Manado. *Jurnal EMBA Vol. 9 Number 3, Juli 2021.* Diambil dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba /article/download/35083/32865>. (Oktober 2021)

Marissa, Sobri & Meilantika. 2022. Film Animasi Dampak Pengguna Gadget Berlebihan SD N 57 OKU Menggunakan Adobe Flash CS6. *JTIM Vol. 5 No. 1, Juni 2022.* Diambil dari: <https://journal.unmaha.ac.id/index.php/jtim /article/download/123/111> (2 April 2022).

Mutowinangun, Kasino. 2019. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Co-Management Vol. I Number 2, Juni 2019*. Diambil dari: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/comanagement/article/download/162/124/605>

N. Y. Kaawoan, H. N. Tawas, & R. Ch. Kawet. 2022. Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Minimal Ladis di Matahari Megamall Manado). *Jurnal EMBA Vol. 10 No. 2, April 2022*. Diambil dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/40049/36401> (2 April 2022).

PrintGraphic. (2020, 12 April). Pandemik Covid-19 Menjadi Ujian Berat Bagi Pengusaha Bidang Percetakan. *Print Graphic*. Hal 1

Pemko Medan. 2017. *Data Percetakan Untuk Kecamatan Medan Barat*. Medan Barat: Pemko Medan.

Rahmadhannik, Sendika. 2018. Penciptaan Film Animasi 2D "The Awakening Lullaby". Tugas Akhir Yogyakarya. ISI Yogyakarta.

R, A, Purnawan. P, P, Aryati. 2018. Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Departemen Store Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomedia Vol. 7 number 01, Juni 2018*. Diambil dari: <https://jurnal.stiepasim.ac.id/index.php/ekonomedia/article/download/140/86/185df> (Juni 2018)

Salam, Sofyan dkk. 2020. Pengetahuan Dasar Seni Rupa. Makassar : Percetakan Media Sembilan Sembilan

Soedarwanto, Hard. 2020. Tintauan Proses Kreatif Mahasiswa Desain Produk Pada Proses Desain Tugas Akhir (Studi Kasus: Tugas Akhir Desain Produk Mainan). *Jurnal Narada Vol. 7 number 3. Desember 2020*. Diambil dari:

<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/narada/article/download/9400/4068> (Desember 2020)

Taprial, Varinder dan Kanwar, Priya. 2012. Understanding Social Media. Diambil dari: https://www.akdistancelearning.net/resources_files/understanding-social-media.pdf (12 Desember 2024).

UMA, BAMAI. 2022. Pengertian Perancangan. Diambil dari: <https://bamai.uma.ac.id/2022/11/04/pengertian-perancangan> (4 November 2022).

Ulfa, A. (2013). Perancangan Media Promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang Berbasis Animasi. Diambil dari: Portal <http://id.portalgaruda.org/index.php?ref=browser&mod=viewarticle=101063> (8 April 2017).

Wibowo, Mars Caroline. 2024. Desain Karakter Tokoh Animasi. Semarang. Yayasan Prima Agus Teknik.

Yusmiarti, Kusnita. 2020. Perancangan Sistem Informasi Pendaftaran Calon Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Pada Kantor Cabang PT. Putra Jabung Perkasa. *Jurnal Informatika Vol. 9 No. 1, Juli 2020*. Diambil dari: <https://www.cjournal.lembahdempo.ac.id/index.php/AMIK-JI/article/download/96/72> (1 Juli 2020).

Y, L. Nurhasanah., S, Destyany. 2011. Implementasi Model Cmifed Pada Multimedia Interaktif Untuk Pembelajaran Anak Usia TK dan Playgroup. *Jurnal Informatika Vol. 2 number 2 Agustus 2021*. Diambil dari: <http://lib.itenas.ac.id/kti/wp-content/uploads/2013/10/No.-2-Vol.-2-Mei-Agustus-2011-1.pdf> (Agustus 2011).