

**PEMANFAATAN ANIMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI
WISATA JEEP KALIURANG YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Jeep Wisata Lava Tour MGM 2# Adventure)

TUGAS AKHIR



diajukan oleh:

Nama : Refail Ezer Girsang

NIM : 19.01.4430

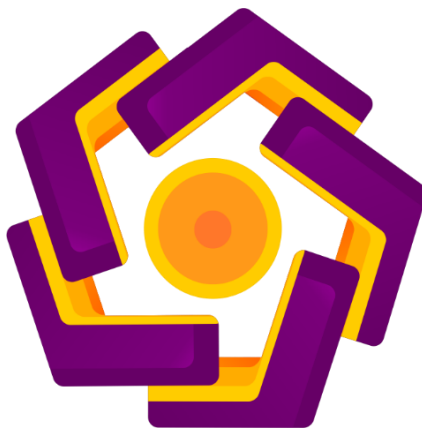
**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

**PEMANFAATAN ANIMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI
WISATA JEEP KALIURANG YOGYAKARTA
(Studi Kasus Jeep Wisata Lava Tour MGM 2# Adventure)**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Ahli Madya Komputer
Program Diploma – Program Studi Teknik Informatika



diajukan oleh

Nama : Refail Ezer Girsang

NIM : 19.01.4430

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PEMANFAATAN ANIMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA JEEP

KALIURANG YOGYAKARTA

(Studi Kasus Jeep Wisata Lava Tour MGM 2# Adventure)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Refail Ezer Girsang

19.01.4430

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 19 Juni 2024

Dosen Pembimbing,



Barka Satya. M.Kom

NIK. 19030212

HALAMAN PENGESAHAN
TUGAS AKHIR
PEMANFAATAN ANIMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA JEEP
KALIURANG YOGYAKARTA
(Studi Kasus Jeep Wisata Lava Tour MGM 2# Adventure)

yang disusun dan diajukan oleh

Refail Ezer Girsang

19.01.4430

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Ainul Yaqin S.Kom., M.Kom
NIK. 190302255

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Tanda Tangan



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya komputer
Tanggal 24 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Refail Ezer Girsang

NIM : 19.01.4430

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:

Pemanfaatan Animasi Sebagai Media Promosi Wisata Jeep Kaliurang Yogyakarta (Studi Kasus Jeep Wisata Lava Tour MGM 2# Adventure)

Dosen Pembimbing : Barka Satya, M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 24 Juli 2024

Yang Menyatakan,



10000
METERAI
TEMPEL
8AE09ALX262031297

Refail Ezer Girsang

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan segala kemudahan dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini, Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus
2. Keluarga tercinta saya, Opung Jakuasi Jawak, Bapak Mathias Girsang dan Ibu Lidia Jawak, Cania Girsang, Gagah Girsang, Nathan Girsang yang selalu mendoakan saya dalam pendidikan dan penyusunan laporan ini.
3. Seluruh saudara saya yang ada di Mardinding maupun di luar Mardinding.
4. Bapak Barka Satya M.Kom yang sudah membimbing saya dan selalu meluangkan waktu untuk saya.
5. Semua teman yang mendukung saya secara langsung ataupun tidak langsung.
6. Rekan – Rekan saya Hatcuh, Jose, Gia, Richad, Inggreny, dan Devinia yang selalu support dalam membantu mengerjakan.
7. Bapa Tua saya, Bang Mora Malioboro, Ketua DPD PBB Yogyakarta (I.Ompusunggu), Aziz Maulana, Dewan Siregar, Robert Situmorang, Mas Feri, dan Mas Nanda yang selalu memberikan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan anugerahNya, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan lancar. Laporan tugas akhir ini merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program studi Teknik Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Selanjutnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan ini:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Bapak Barka Satya M.Kom selaku Dosen Pembimbing
3. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer
4. Bapak Pramudhita Ferdiansyah, M.Kom selaku Dosen Wali
5. Nama Dosen selaku Dosen Penguji
6. Nama Dosen selaku Dosen Penguji
7. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Yogyakarta, 24 Juli 2024

Penulis



Refail Ezer Girsang

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Literature Review	4
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Media Promosi	7
2.2.2 Pemanfaatan	7
2.2.3 Animasi	8
2.2.4 <i>User Interface Animation</i>	8
2.2.5 Style Dalam Animasi (Animasi 2D).....	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	11
3.1 Metode Penelitian.....	11
3.1.1 Prosedur Pengembangan	11
3.2 Langkah Penelitian	12
3.2.1 <i>Konsep</i>	12

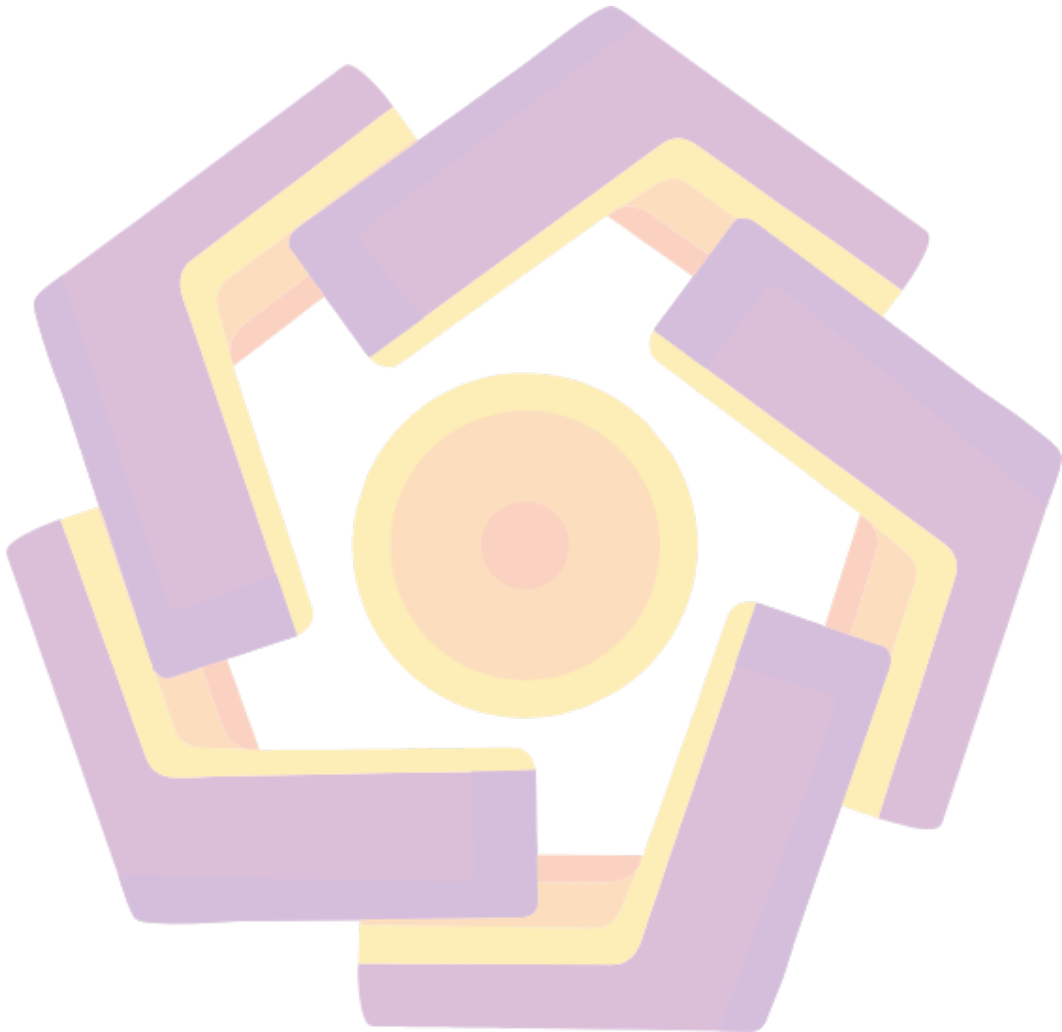
3.2.2 Desain.....	13
3.2.3 <i>Material Collecting</i>	13
3.2.4 <i>Assembly</i>	14
3.2.5 <i>Testing</i>	14
3.2.6 <i>Interview (Wawancara)</i>	14
3.2.7 <i>Distribution</i>	15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Hasil Penelitian.....	17
4.1.1 Konsep.....	17
4.1.2 Desain.....	18
4.1.3 <i>Material Collecting</i>	21
4.1.4 <i>Assembly</i>	22
4.1.5 <i>Testing</i>	28
4.1.6 <i>Interview (Wawancara)</i>	30
4.1.7 <i>Distribution</i>	32
BAB V PENUTUP	33
5.1 Kesimpulan.....	34
5.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Konsep model video animasi 2D	17
Gambar 4. 2 Material Collecting	22
Gambar 4. 3 Pembukaan (Scane 1)	22
Gambar 4. 4 Scane 1.....	23
Gambar 4. 5 Scene (2) Wisatawan Menikmati Pemandangan dan Kegiatan Seru dengan Jeep	24
Gambar 4. 6 Scane (3) Berbagai Paket Tour dengan Jeep yang Ditawarkan	24
Gambar 4. 7 Scane (3) Berbagai Paket Tour dengan Jeep yang Ditawarkan	25
Gambar 4. 8 Scane (4) Wisatawan Menikmati Layanan MGM Adventure	25
Gambar 4. 9 Scane (4) Wisatawan Menikmati Layanan MGM Adventure	26
Gambar 4. 10 Scane (4) Wisatawan Berswafoto dengan Jeep di Puncak Gunung Merapi	26
Gambar 4. 11 Scane (6) Kontak Informasi MGM Adventure	27
Gambar 4. 12 Scane (7) Closing Scene - Logo MGM Adventure dan Tagline	27
Gambar 4. 13 Platfom Instagram sebagai Media Promosi	32

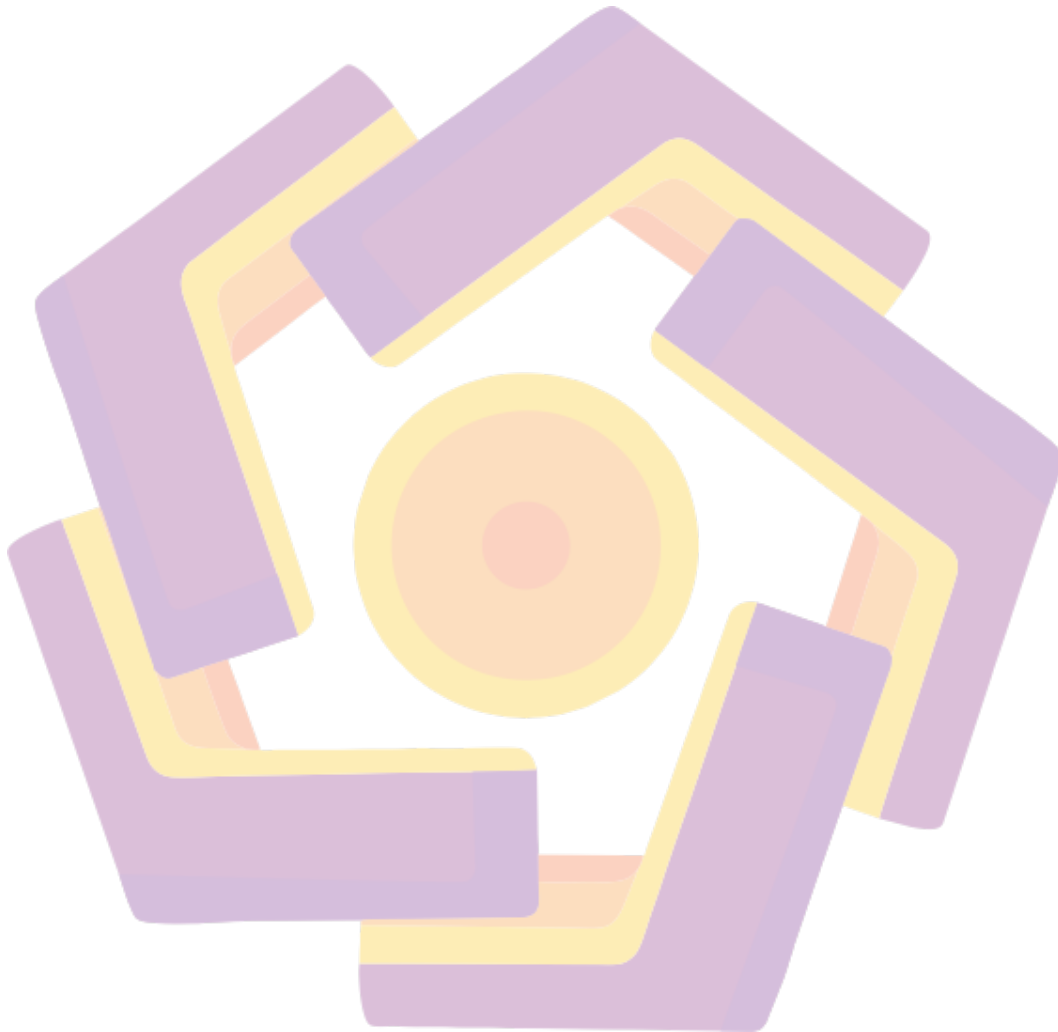
DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Story Board	18
Tabel 4. 2 Pengujian.....	28
Tabel 4. 3 Hasil Wawancara bersama pihak pengelola	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Screenshoot Video Animasi.....	37
Lampiran 2 Media Promosi	39
Lampiran 3 Software Blender	40
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara Bersama Pihak Pengelola	41



INTISARI

Animasi merupakan gambar bergerak, yang saat ini sudah banyak memanfaatkan komputerisasi dalam proses penciptaanya. Seiring perkembangan zaman, meningkat pula cara untuk menciptakan sebuah animasi, baik secara konvensional maupun secara digital, dan jenis animasi yang ada juga semakin bertambah. Animasi memiliki beragam jenis, walaupun demikian, semua jenis dari animasi tersebut dapat digunakan sebagai media promosi. Dengan adanya gerakan dalam sebuah media akan membuat sebuah promosi produk maupun jasa akan menjadi lebih menarik bila dibandingkan dengan media konvensional yang hanya menampilkan gambar diam.

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan oleh bisnis untuk mengenalkan produk atau layanan kepada calon konsumen. Tujuan utama dari penggunaan media promosi adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat dikenal luas oleh masyarakat, sehingga konsumen tertarik untuk membelinya.

Promosi wisata adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau lembaga usaha pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran (jual beli) dalam memperkenalkan tempat wisata. Promosi tempat wisata berperan sebagai pendukung transaksi dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan, dan membedakan tempat wisata yang dipromosikan dengan tempat wisata lainnya.

Kata Kunci: Animasi, Promosi, Konsumen, Tempat Wisata

ABSTRACT

Animation is a moving picture, which nowadays makes use of computerization in the creation process. As time goes by, the way to create an animation increases, both conventionally and digitally, and the types of animation that exist are also increasing. Animation has various types, however, all types of animation can be used as promotional media. The presence of movement in a media will make a product or service promotion more attractive when compared to conventional media that only displays still images.

Promotional media is a tool or means used by businesses to introduce products or services to potential customers. The main purpose of using promotional media is so that the products or services offered can be widely recognized by the public, so that consumers are interested in buying them.

Tourism promotion is a one-way flow of information that is made to direct potential tourists or tourism business institutions to actions that are able to create exchanges (buying and selling) in introducing tourist attractions. Promotion of tourist attractions acts as a support for transactions by informing, persuading, reminding, and differentiating the promoted tourist attractions from other tourist attractions.

Keyword: Animation, Promotion, Consumer, Tourist Attractions