

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### II.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

<b>Nama penelitian</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Itsna Nurhayati, 2017	Promosi Universitas Swasta Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru (Studi Kasus Promosi UPT HPPMB Universitas Muhammadiyah Sukabumi)	Promosi yang dilakukan melalui media cetak, elektronik dan event-event yang khusus diselenggarakan oleh program studi dan mahasiswa dan lewat berbagai kegiatan kampus lainnya.
Perbedaan: penelitian yang dilakukan Itsna Nurhayati adalah menggunakan banyak dan berbagai media informasi, sedangkan penulis hanya menggunakan satu jenis media informasi yaitu iklan animasi.		
<b>Nama penelitian</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Pulung Hendro Prastyo, 2017	Analisis Data Atribut Mahasiswa untuk Menentukan Strategi Promosi Kampus Menggunakan Metode Data Mining	Data peminat terbentuk tiga klaster, yaitu klaster peminat banyak, sedang, dan sedikit. Dari hasil klaster tersebut, terbentuk strategi

		promosi yang dapat menjadi rujukan tim promosi PNUP untuk melakukan promosi yang lebih efektif dan efisien.
Perbedaan: penelitian yang dilakukan Pulung Hendro Prastyo menggunakan model tiga klaster, sedangkan penulis hanya menggunakan satu model penyampaian informasi yaitu penyampaian informasi secara umum.		
<b>Nama penelitian</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Surya Dharmawansyah, 2014	Strategi Promosi Dalam meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makasar	PoliMedia Kreatif Makassar menggunakan 4 (empat) bauran promosi, yaitu Iklan, Personal Selling, Publisitas, dan Word of Mouth. Dimensi iklan (advertising) adalah merupakan dimensi strategi promosi yang paling berpengaruh terhadap peningkatan jumlah mahasiswa.
Perbedaan: penelitian yang dilakukan Surya Dharmawansyah menggunakan empat media promosi, sedangkan penulis hanya menggunakan satu model penyampaian informasi yaitu iklan animasi.		

## II.2. Uraian Teoritis

### II.2.1. Perancangan

Perancangan atau desain didefinisikan sebagai proses aplikasi berbagai teknik dan prinsip bagi tujuan pendefinisian suatu perangkat, suatu proses atau sistem dalam detail yang memadai untuk memungkinkan realisasi fisiknya Untuk mengendalikan proses desain, A. Davis mengusulkan serangkaian prinsip-prinsip dasar dalam perancangan/desain sebagai berikut:

1. Desain tidak boleh menderita karena *tunnel vision* (visi terowongan).
2. Desain tidak boleh berulang.

3. Desain harus terstruktur untuk mengakomodasi perubahan.
4. Desain harus terstruktur untuk berdegradasi dengan baik, bahkan pada saat data dan *event-event* (kejadian-kejadian) menyimpang atau menghadapi kondisi operasi.
5. Desain bukan pengkodean dan pengkodean bukanlah desain.
6. Desain harus dinilai kualitasnya pada saat desain dibuat, bahkan setelah jadi.
7. Desain harus dikaji untuk meminimalkan kesalahan-kesalahan konseptual (semantik). (*Nataniel Dengen, 2013*).

### **II.2.2. Iklan**

Iklan Menurut UU RI No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.

Iklan Layanan Masyarakat Iklan layanan masyarakat sendiri merupakan iklan non komersial dengan maksud mengajak, mendidik, mengarahkan, atau menghimbau masyarakat sebagai warga negara maupun warga dunia.

Aspek Yang Mendasari Sebuah Iklan Dalam penyusunan sebuah iklan terdapat beberapa aspek yang mendasarinya, yaitu aspek rasional-fungsional dan aspek seni dan kreatifitas.

Teknik Penyampaian Iklan Dalam teknik periklanan pada hakekatnya ada 4 teknik penyampaian pesan yang perlu dipelajari. Keempat teknik tersebut yaitu Rational Approach, Emotional Approach, Normative Approach, Mix Approach

Menurut Harip Santoso Aplikasi adalah suatu kelompok file (*form, class, report*) yang bertujuan untuk melakukan aktivitas tertentu yang saling terkait, misalnya aplikasi *payroll*, aplikasi *fixed asset*. (Andrian Maulana, 2015)

Iklan itu sendiri adalah semua bentuk aktifitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang amenegetahui jasa secara nonpersonal yang dibayar oleh sponsor tertentu. Secara umum, iklan berwujud penyajian informasi non-personal tentang suatu produk, merk, perusahaan, amenegetahui toko yang dijalankan dengan kompensasi biaya tertentu, Media iklan merupakan segala bentuk prensentasi dan promosi tentang sesuatu yang berupa gagasan amenegetahui ide yang dilakukan oleh sponsor. Iklan sendiri menjadi cara penyampaian informasi yang efektif dari segi biaya untuk menyampaikan pesan, apakah iklan tersebut membagun prefensi akan suatu produk maupun untuk pendidikan masyarakat.

Pada dasarnya Dalam pembuatan sebuah iklan layanan masyarakat yang berupa iklan animasi, maka pesan yang ingin disampaikan harus dikemas secara baik dan sesuai standard durasi dalam pembuatan sebuah iklan animasi, karena hal ini akan mempermudah masyarakat dalam memahami maksud dan tujuan dari iklan amenegetahui film animasi yang telah dibuat. Iklan layanan masyarakat dikatakan baik dan efektif jika informasi yang ada dapat diterima amenegetahui dipahami oleh masyarakat. Selain itu untuk menarik perhatian masyarakat maka iklan ini bisa menggunakan bahasa yang bersifat mengajak akan tetapi bentuk ajakan tersebut tidak harus lugas bisa saja menggunakan bahasa yang menarik amenegetahui bersifat lucu.

Fungsi iklan antara lain:

1. Fungsi Pemasaran Adalah suatu proses yang diterapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menyediakan produk (barang amenegetahui jasa).
2. Fungsi Ekonomis Iklan sebagai alat persuasi yang meningkatkan penganekaragaman produk dan menurunkan minat konsumen terhadap alternative pengganti.
3. Fungsi Sosial Iklan mengkonfirmasi kepada khalayak tentang produk baru dan produk yang disempurnakan dan menunjukkan cara menggunakan inovasi pada suatu produk.
3. Tujuan iklan menurut Renald Khasali bisaanya dibangun atas 4 komponen, yaitu :
  1. Aspek perilaku, merupakan tindakantindakan yang diharapkan pada calon pembeli.
  2. Sikap yang diharapkan, menyangkut sikap amenegetahui keistimewaan produk.
  3. Kesadaran, dalam menembangkan produk-produk baru di pasaran merebut calon pembeli.
  4. Positioning, sasaran konsumen.
 (Dicky Maulana Kurniawan, 2013)

Iklan merupakan salah satu alat dalam bauran promosi (promotion mix) yang terdiri dari lima alat. Selain iklan, juga terdapat sales promotion, personal selling, public relation, dan direct marketing. Namun, iklanlah yang paling banyak digunakan khususnya untuk produk konsumsi. Meskipun tidak secara langsung berakibat terhadap pembelian, iklan merupakan sarana untuk membantu pemasaran yang efektif untuk menjalin komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dalam usahanya untuk menghadapi pesaing. Iklan merupakan suatu bentuk informasi produk maupun jasa dari produsen kepada konsumen maupun

penyampaian pesan dari sponsor melalui suatu media. “Periklanan merupakan proses komunikasi lanjutan yang membawa khalayak ke informasi terpenting yang memang perlu mereka ketahui”.

Pernyataan Frank Jefkins di atas menempatkan iklan sebagai salah satu bentuk pesan yang disampaikan oleh produsen pada khalayak sebagai calon konsumen mereka. Dengan iklan, khalayak diharapkan dapat memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dari suatu produk maupun jasa yang diiklankan tersebut. Periklanan memang memiliki kaitan yang erat dengan industri dan perekonomian. Iklan akan mendongkrak tingkat penjualan suatu produk barang maupun jasa yang membuat industri dari produk jasa maupun barang tersebut tetapi berlangsung dan secara umum akan mempengaruhi tingkat perekonomian di negara tersebut. Hal tersebutlah yang membuat periklanan sedikit banyak menjadi salah satu faktor penggerak perekonomian. “Periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada calon pembeli yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya”.

Pada dasarnya, tujuan periklanan adalah mengubah atau mempengaruhi sikap-sikap khalayak, dalam hal ini tentunya adalah sikap-sikap konsumen. Munculnya iklan bertujuan untuk memperkenalkan produk maupun jasa pada konsumen sehingga konsumen terprovokasi/terpengaruh. Hal ini akan mendorong terjadinya perubahan perilaku konsumen menjadi seperti yang diinginkan oleh produsen. Selain itu, iklan sendiri memiliki beberapa tujuan khusus di antaranya untuk membentuk kesadaran akan suatu produk atau merek baru; menginformasikan fitur dan keunggulan produk atau merek pada konsumen; membentuk persepsi

tertentu akan produk atau merek; membentuk selera akan produk atau merek ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk atau merek yang diiklankan. Tujuan-tujuan tersebut pada dasarnya adalah upaya meningkatkan respon konsumen terhadap penawaran perusahaan yang pada akhirnya menghasilkan laba penjualan dalam jangka panjang. (Ambar Lukitaningsih, 2013)

### II.2.3. Animasi

Animasi adalah suatu proses dalam menciptakan efek gerakan atau perubahan dalam jangka waktu tertentu, dapat juga berupa perubahan warna dari suatu objek dalam jangka waktu tertentu dan bisa juga dikatakan berupa perubahan bentuk dari suatu objek ke objek lainnya dalam jangka waktu tertentu.

Pengertian lain tentang animasi adalah pembuatan gambar atau isi yang berbeda-beda pada setiap *frame*, kemudian dijalankan rangkain *frame* tersebut menjadi sebuah *motion* atau gerakan sehingga terlihat seperti sebuah film.

Sedangkan menurut Andreas Andi Suciadi, animasi adalah sebuah objek atau beberapa objek yang tampil bergerak melintasi *stage* atau berubah bentuk, berubah ukuran, berubah warna, berubah putaran, berubah properti-properti lainnya. Secara garis besar animasi adalah suatu tampilan menarik, grafis statis maupun dinamis, yang disebabkan oleh perubahan tiap *frame* (*frame by frame*), perubahan posisi bergerak (*motion tween*) maupun perubahan bentuk diikuti pergerakan (*motion shape*). (Tonni Limbong, 2013).

Animasi berasal dari bahasa latin yaitu “anima” yang berarti jiwa, hidup, semangat. Sedangkan animasi secara utuh diartikan sebagai gambar yang memuat

objek yang seolah - olah hidup, disebabkan oleh kumpulan gambar itu berubah beraturan dan bergantian ditampilkan. Objek dalam gambar bisa berupa tulisan, bentuk benda, warna dan spesial efek yang propertinya (posisi, ukuran, warna, dan lainnya) berubah sesuai dengan pengaturan yang telah dilakukan.

Animasi pada dasarnya adalah gambar yang digerakkan. Oleh karena itu media animasi ini dapat membuat suatu tiruan bentuk sebagai simulasi bahan ajar yang dapat lebih meningkatkan pemahaman siswa tanpa harus berhadapan dengan situasi amenegetahui keadaan yang sesungguhnya.

Sebuah gambar dapat dikatakan sebagai animasi jika dalam proses penciptaan efek geraknya amenegetahui efek perubahan bentuknya terjadi selama beberapa waktu. Animasi juga merupakan suatu teknik menampilkan gambar berurut sedemikian rupa sehingga penonton merasakan adanya ilustrasi gerakan pada gambar yang ditampilkan. Animasi dipandang sebagai suatu hasil proses dimana obyek-obyek yang digambarkan amenegetahui divisualisasikan tampak hidup, kehidupan tersebut dapat dinyatakan dari suatu proses pergerakan. Meskipun demikian animasi tidak secara eksplisit dinyatakan pada obyek-obyek mati yang kemudian digerakkan. Dengan demikian animasi tidak semata - mata hanyalah menggerakkan, tetapi juga memberikan suatu karakter pada obyek - obyek yang akan dianimasikan. Jadi animasi dapat kita simpulkan secara sederhana ialah "menghidupkan benda diam diproyeksikan menjadi bergerak" yang di maksud di proyeksikan ialah dengan menggunakan tool proyeksi amenegetahui software aplikasi.

Dalam pembuatan sebuah film animasi maka pesan yang ingin disampaikan harus dikemas secara baik, karena hal ini akan mempermudah masyarakat dalam memahami maksud dan tujuan dari film animasi yang telah dibuat. Film animasi dikatakan baik dan efektif jika informasi yang ada dapat diterima, amengetahui, dipahami oleh masyarakat. Selain itu untuk menarik perhatian masyarakat maka film animasi ini bisa menggunakan bahasa yang bersifat mengajak akan tetapi bentuk ajakan tersebut tidak harus lugas bisa saja menggunakan bahasa yang menarik amengetahui bersifat lucu.

Jenis-Jenis Animasi :

1. Animasi Cel ( Animasi 2 Dimensi ) Berasal dari kata celluloid yang merupakan materi yang digunakan untuk membuat film gambar bergerak pada tahun-tahun awal animasi. Bisaanya digambar dengan menggunakan tangan. Animasi Cel bisaanya merupakan lembaran-lembaran yang membentuk animasi tunggal. Masing-masing sel merupakan bagian yang terpisah, misalnya antar obyek dengan latar belakangnya, sehingga dapat saling bergerak mandiri. Misalnya animatormembuat animasi orang berjalan, maka langkah pertama dia akan menggambar latar belakang, kemudian karakter yang akan berjalan dilembar berikutnya, kemudian membuat lembaran yang berisi karakter ketika kaki diangkat, dan akhirnya karakter ketika kaki dilangkahakan. Berikut beberapa langkah pembuatannya:
2. Animasi Frame Adalah bentuk animasi paling sederhana. Contohnya ketika kita membuat gambargambar yang berbedagerakannya pada sebuah tepian

buku kemudian kita bukabuku dengan menggunakan jempol secara cepat maka gambar akan kelihatan bergerak.

3. Animasi Sprite Gambar digerakkan dengan latar belakang yang diam. Sprite adalah bagian dari animasi yang bergerak secara mandiri, misal burung, planet yang berotasi. Dalam animasi sprite yang dapat kita edit adalah animasi dari layar yang mengandung sprite, kita tidak dapat mengedit bagian dalam yang ditampilkan oleh layar untuk masing-masing frame seperti pada animasi frame.
4. Animasi Path Adalah animasi dari objek yang bergerak sepanjang garis kurva yang ditentukan sebagai lintasan. Misalnya dalam pembuatan animasi kereta api, pesawat terbang burung dan lain-lain yang membutuhkan lintasan gerak tertentu. Pada kebanyakan animasi path dilakukan juga efek looping yang membuat gerakan path terjadi secara terus menerus.
5. Animasi Spline Adalah representasi matematis dari kurva, sehingga gerakan objek tidak hanya mengikuti garis lurus melainkan berbentuk kurva.
6. Animasi Vektor Adalah garis yang memiliki ujung pangkal arah dan panjang, animasi vector mirip dengan animasi sprite, tetapi animasi sprite menggunakan bitmap sedangkan animasi vector menggunakan rumus matematika untuk menggambarkan spritenya.
7. Animasi Character ( Animasi 3 Dimensi ) Bisaanya terdapat di film kartun.Sedangkan bagian dalam film kartun selalu bergerak bersamaan.Software yang bisa digunakan adalah Maya Unlimited dengan

contoh film kartunnya Toy 3Story dan Monster inc 3. (Dicky Maulana Kurniawan, 2013)

#### **II.2.4. Prinsip Animasi**

Thomas dan Johnston memberikan 12 prinsip animasi yang diadopsi dan animasi produksi Disney. Animasi ini sebenarnya paling pas digunakan untuk animasi kartun, tetapi tetap dapat digunakan untuk animasi yang serius. Kedua belas prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

1. Anticipation, ada aksi sebelum sesuatu terjadi, misalnya ancang-ancang ingin lari: bergerak berlawanan dengan arah yang akan dituju.
2. Squash dan Stretch, merupakan salah satu prinsip yang penting, karena dapat membuat animasi menjadi lebih hidup.
3. Staging, berhubungan dengan pembuatannya, termasuk sudut pengambilan gambar, framing, dan panjang scene. Hal ini akan memengaruhi penonton dan memudahkan penonton memahami interaksi yang terjadi pada animasi.
4. Straight-ahead Action dan Pose-to-Pose, action dimulai dari satu titik dan berakhir di titik lain dalam satu gerakan yang kontinu, misalnya berlari, sedangkan pose-to-pose merupakan variasi gerakan dalam satu scene yang membutuhkan kejelasan penggambaran keyframe untuk menandai titik gerakan yang ekstrem. Penggunaan in-between dapat mengubah ritme gerakan secara menyeluruh.

5. Follow-through dan Overlapping Action, merupakan lawan dan anticipation. Ketika karakter berhenti, ada bagian yang masih bergerak, misalnya rambut atau baju.
6. Overlapping terjadi ketika ada aksi follow-through yang menjadi anticipation untuk aksi berikutnya. (Iwan Binanto, 2010)

### **II.2.5. Animasi Komputer**

Animasi komputer (Computer Animation atau CGI Animation) adalah seni membuat gambar bergerak dengan menggunakan komputer. Animasi komputer merupakan bagian dari Grafika Komputer dan Animasi. Istilah animasi komputer juga merujuk pada CGI (Computer-Generated Imagery atau Computer-Generated Imaging) terutama ketika digunakan pada film.

Animasi komputer terus berkembang dengan pesat. Saat ini, jika berbicara tentang animasi komputer, berarti berbicara tentang grafika komputer 3D, walaupun grafika komputer 2D masih digunakan dengan luas untuk penggunaan bandwidth rendah dan kebutuhan render real time yang cepat. (Iwan Binanto, 2010)

### **II.2.6. Animasi 2 Dimensi**

Pembuatan animasi film kartun pada awalnya dikerjakan dengan membuat sketsa gambar yang digerakkan satu demi satu, jadi kesimpulannya animasi merupakan suatu gambar objek yang dapat bergerak (Munir, 2013 : 327).

Pedesain animasi di komputer yang umumnya disebut dengan animator, hanya

perlu menganimasikan objek antar keyframe sehingga tidak perlu lagi membuat animasi frame per frame dalam pembuatan animasi gambar demi gambar dalam pembuatan kartun. (Rabindranath Ario Pamungkas, 2015)

### **II.2.7. Motion Graphic**

Motion graphic adalah grafis yang menggunakan video dan atau animasi untuk menciptakan ilusi dari gerak atau transformasi. Graphic design telah berubah dari static publishing dengan memanfaatkan teknologi komunikasi termasuk film, animasi, media inteaktif, dan environmental design. Motion menjadi bagian utama modern visual saat ini dengan integrasi antara televisi, internet, dan lingkungan (Jon Krasner dalam Sholifah 2011: 3). Pembuatan motion graphic diperlukan beberapa pertimbangan untuk menghasilkan gerak yang efektif, yaitu :

1. Spatial Merupakan pertimbangan ruangan yang terdiri dari arah, ukuran, arah gerakan, perubahan ketika sebuah gerakan dipengaruhi oleh gerakan lain, hubungan pergerakan terhadap batas-batas frame. Faktor-faktor tersebut penting untuk dipertimbangkan ketika proses koreografi animasi.
2. Temporal Pertimbangan temporal terdiri dari time and velocity, memiliki peranan dalam gerakan koreografi. Di dalam video, waktu menggambarkan secara numerik sebagai frame per second (fps). Frame rate ini menggambarkan kecepatan maksimum animasi yang bisa dimainkan untuk membuat ilusi yang berkelanjutan.
3. Live Action Faktor yang perlu diperhatikan ketika bekerja dengan konten live action termasuk bentuk atau konteks, properti video, dan sifat sinematik, seperti tone, contrast, lighting, depth of field, focus,

camera angle, shot size, dan mobile framing. 4. Typographic Merupakan salah satu prinsip untuk membangun sebuah pesan dalam desain grafis. Penggunaan tipografi dapat bermanfaat sesuai dengan kebutuhan, misalnya tipe huruf, ukuran, kapital atau huruf kecil. (Rabindranath Ario Pamungkas, 2015)

### **II.2.8. Sejarah Potensi Utama**

Universitas Potensi Utama merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dibawah naungan Yayasan Potensi Utama Medan. Universitas Potensi Utama bermula dari Kursus Komputer dan Bahasa Inggris pada tahun 1994 dengan nama PLSM (Pendidikan Luar Sekolah Masyarakat) Potensi Utama, dan pada tahun 2003 berdasarkan izin dari Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (DIKTI), PLSM Potensi Utama meningkatkan status menjadi STMIK (Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer) Potensi Utama.

Pada tahun 2014 STMIK Potensi Utama berubah bentuk menjadi Universitas Potensi Utama berdasarkan izin Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dengan SK nomor : 424/E/O/2014 dengan motto “Kami hadir untuk mencerdaskan kehidupan bangsa”. Saat ini Universitas Potensi Utama memiliki 5 Fakultas yang terdiri dari 12 Program Studi, yaitu :

Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer dengan Program Studi :Teknik Industri (S-1), Teknik Informatika (S-1), Sistem Informasi (S-1) dan Manajemen Informatika (D-3)

Fakultas Seni dan Desain dengan Program Studi : Desain Komunikasi Visual (S-1), Televisi dan Film (S-1) dan Desain Interior (S-1)

Fakultas Psikologi dengan Program Studi : Psikologi (S-1)

Fakultas Ilmu Politik dan Kependidikan dengan Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional (S-1) dan Pendidikan Bahasa Inggris (S-1)

Fakultas Bisnis Syariah dengan Program Studi : Ekonomi Syariah (S-1) dan Perbankan Syariah (S-1)

Fakultas Hukum dengan Program Studi : Ilmu Hukum (S1)

Masing-masing Program Studi sudah diakreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

Penyelenggaraan pendidikan sudah melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi yaitu melaksanakan Pendidikan, melaksanakan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, dan penyelenggaraan manajemen disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dan mengimplementasikan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 : 2008 serta diselaraskan dengan Visi, Misi dan Tujuan Universitas Potensi Utama. (Potensi Utama *Official Site*, 2019)

### **II.2.9. Visi, Misi dan Tujuan**

Visi :

“Pada Tahun 2025 Menjadi Universitas yang unggul dalam bidang IPTEKS (Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni) di Tingkat Nasional dan Berperan Aktif di Tingkat Internasional.”

Misi :

1. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat di bidang IPTEKS;

2. Menjalin kerjasama dengan berbagai Instansi dan Institusi dari dalam dan luar negeri;
3. Mengembangkan Universitas Potensi Utama menjadi Institusi Berbasis Teknologi, Informasi dan Komunikasi (TIK);
4. Mengembangkan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni yang kreatif dan inovatif;
5. Melakukan pembinaan dan pengembangan budaya ilmiah, softskill dan kewirausahaan;
6. Membina iklim organisasi dan suasana akademik yang sehat.

Tujuan :

1. Menghasilkan lulusan yang unggul, berkarakter, profesional sesuai dengan perkembangan IPTEKS dan kebutuhan stakeholders;
2. Menghasilkan karya ilmiah dan hasil penelitian lainnya yang dipublikasikan pada tingkat Nasional dan Internasional;
3. Meningkatkan kuantitas dan kualitas kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam bidang IPTEKS di tingkat nasional;
4. Menjalin kerjasama dengan masyarakat, industri, pemerintah dan stakeholder lainnya dari dalam dan luar negeri;
5. Menghasilkan inovasi dan kreasi yang berdaya saing tinggi dan bermanfaat bagi masyarakat;
6. Menjadikan Universitas Potensi Utama sebagai Perguruan Tinggi yang sehat dan memiliki suasana akademik yang kondusif;

7. Menghasilkan Civitas Akademik yang memiliki kompetensi bahasa Inggris sesuai dengan perkembangan IPTEKS dan Kebutuhan Stakeholders.

#### II.2.10. Multimedia

Multimedia dapat dikatakan suatu bentuk baru dalam pembuatan program-program komputer dengan penggabungan lebih dari satu media. Meskipun hanya mengandung sedikitnya dua elemen, sudah dikatakan sebagai multimedia. Pengertian multimedia menurut Rosch: “Multimedia adalah kombinasi dari komputer dan *video*”; Adapun pengertian menurut McCornick: “Multimedia secara umum merupakan kombinasi tiga elemen, yaitu suara, gambar dan teks”; Menurut Turban dkk: “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” Menurut Robin dan Linda: “Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, *audio*, dan gambar *video*”.

Dengan demikian multimedia dapat diartikan sebagai 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, berkreasi dan berkomunikasi. Dalam definisi ini terkandung empat komponen penting multimedia yaitu: 1) Harus ada komputer yang mengkoordinasikan apa yang dilihat dan didengar, yang berinteraksi dengan kita; 2) Harus ada *link* yang menghubungkan kita dengan informasi; 3) Harus ada alat navigasi yang memandu

kita; 4)Multimedia menyediakan tempat kepada kita untuk mengumpulkan, memproses, dan mengomunikasikan informasi dan ide kita sendiri.

Jika salah satu komponen tidak ada, maka bukan merupakan multimedia dalam arti yang luas namanya, misalnya jika tidak ada komputer yang berinteraksi, maka itu namanya media campuran, bukan multimedia. Jika tidak ada *link* yang menghadirkan sebuah struktur dan dimensi, maka namanya rak buku, bukan multimedia. Kalau tidak ada alat navigasi yang memungkinkan kita memilih jalannya suatu tindakan maka itu namanya film, bukan multimedia. Demikian pula jika kita tidak mempunyai ruang untuk berkreasi dan menyumbang ide sendiri, maka namanya televisi. Dari beberapa definisi diatas, maka multimedia ada yang *online* (internet) dan *offline* (tradisional). (Septiana Firdaus, 2012).

### II.2.11. *Storyboard*

Storyboard adalah gambaran dari scene, bentuk visual perancangan, *audio*, durasi, keterangan dan narasi untuk suara akan dibuat pada perancangan storyboard. Hasil dari perancangan storyboard akan menjadi acuan dalam pembuatan tampilan pada tahap implementasi. (Sigit Priyanto, 2014).

Storyboard adalah sebuah ide cerita akan membentuk sebuah naskah dan naskah tersebut dituangkan dalam ilustrasi gambar [3]. Storyboard merupakan serangkaian sketsa yang menggambarkan suatu urutan bagian yang digunakan dalam sebuah film. Dalam pembuatan storyboard tidak menuntut sang ilustrator dapat menggambar sketsa secara bagus, tetapi lebih diutamakan pemahaman

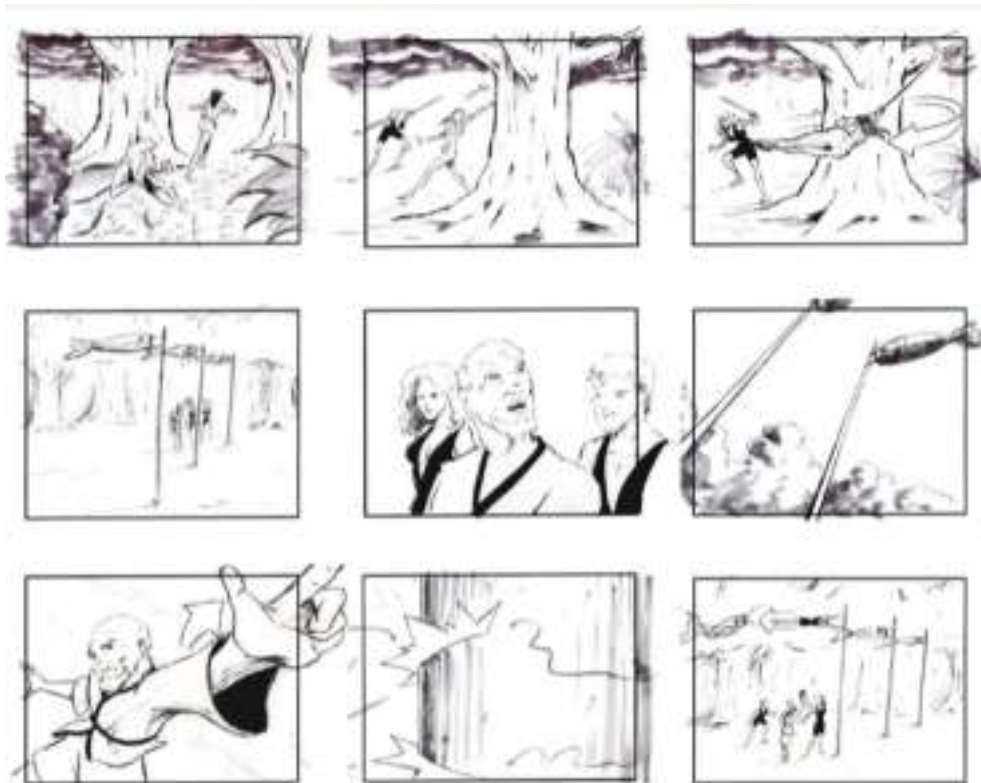
terhadap gambar tersebut oleh pihak lain yang ikut berperan dalam membuat film. Apalagi jika kita bekerja di dalam sebuah team, sang ilustrator dituntut untuk memberikan gambaran sederhana tentang hasil akhir secara sudut pandang kamera. (Sri Ariyati, 2016)

Storyboard adalah area berseri dari sebuah gambar sketsa yang digunakan sebagai alat perencanaan untuk menunjukkan secara visual bagaimana aksi dari sebuah cerita berlangsung. Storyboard merupakan naskah yang dituangkan dalam bentuk gambar atau sketsa yang berguna untuk lebih memudahkan cameraman dalam pengambilan gambar. Storyboard secara harfiah berarti dasar cerita, storyboard adalah penjelasan bagaimana cara seseorang akan membuat suatu proyek. Jika diumpamakan sebagai pembuatan film, maka bisa dibilang bahwa storyboard adalah skenario film tersebut. (Youllia Indrawaty Nurhasanah, 2011)

Storyboard adalah ilustrasi yang ditampilkan secara berurutan untuk tujuan memvisualisasikan film animasi atau live-action. Sebuah storyboard pada dasarnya adalah komik besar dari film yang diproduksi sebelumnya untuk membantu para sutradara dan sinematografer memvisualisasikan adegan.

Storyboarding bukan hanya terjemahan naskah menjadi serangkaian gambar visual. Ini lebih seperti penulisan ulang baru cerita menggunakan aliran gambar untuk ditampilkan, bukan kata-kata untuk diceritakan. Film menggunakan gambar, kata-kata, suara, dan musik untuk menunjukkan / menceritakan kisah mereka. Sebuah gambar bernilai 1001 kata. Storyboard tidak kurang dari umpan pertama dalam mengarahkan sebuah film. Oleh karena itu, artis storyboard adalah orang yang akan memahami interpretasi awal dalam membuat film. Kontribusi

artis papan cerita untuk tim adalah untuk membantu dalam mengevaluasi secara visual dan mensintesis alur naratif skenario film. Tugasnya adalah memberikan kohesi, interpretasi, dan ilustrasi pada fluks visual pencitraan. Oleh karena itu, naskah adalah permainan verbal untuk sebuah cerita, sedangkan storyboard adalah rencana untuk visualisasi cerita itu (Arnold dan Eddy, 2007). Storyboard adalah hati, pikiran, dan jiwa yang menginspirasi dari sebuah film. Alfred Hitchcock (1899 ~ 1980), seorang sutradara terkenal dari ketegangan dan film thriller psikologis, juga menganggap film-filmnya sebagai storyboard menjadi hidup. (Tsai-Yun Mou, 2013)



**Gambar II.1. Storyboard Sample**