

## **VIDEO ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI SOSIALISASI PROGRAM ID CARD PADA PT. KERETA API INDONESIA PERSERO**

**Aryo Adi Kusumo<sup>1</sup>, Arry Maulana Syarif, M.Kom (Pembimbing TA)<sup>2</sup>**

Teknik Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro  
aryoadi91@gmail.com

### *ABSTRAK*

Setiap perusahaan mempunyai program – program terbaru untuk lebih dikenal oleh masyarakat , serta PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam rangka untuk meningkatkan mutu perusahaannya adalah dengan mengeluarkan program idcard. Banyak cara yang bisa ditempuh untuk mengenalkan program baru ini ke masyarakat, salah satunya dilakukan dengan mensosialisasikan program ini dengan poster. Karena kurang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memasarkan program barunya lebih besar yaitu baliho di Stasiun Kereta Api. Berdasarkan hal ini , maka dibuatlah animasi 2 dimensi untuk mengenalkan program id card ini.

Keberadaan animasi 2 dimensi ini, membuat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tidak hanya beriklan di media cetak , menciptakan kesan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menjadi perusahaan lebih maju, dan menghindari kebosanan calon penumpang kereta api karena menggunakan berbeda media . Ada beberapa saran dari penulis , yang menambahkan animasi yang simple akan tetapi lebih menarik. Menambahkan latar belakang dengan karakter yang lucu, dan menambahkan animasi yang unik untuk menjangkau lebih banyak masyarakat.

### **1. Pendahuluan**

#### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Tema dan Karya**

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang menyelenggarakan jasa angkutan kereta api. Layanan PT.Kereta Api Indonesia (Persero) meliputi angkutan penumpang dan barang. Dalam bisnis transportasi darat, kereta api menjadi terfavorit, disamping harga yang sedikit tinggi dari pesaingnya, kereta api memberikan kenyamanan bagi setiap penumpangnya. Seperti keamanan, ketertiban, bahkan fasilitas-fasilitas yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Salah satu bentuk kenyamanan dan ketertiban yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah dengan dimunculkan program-program baru yang membuat penumpang nyaman dan merasa aman, salah satunya program *id card*.

Program id card ditetapkan tanggal 1 Februari 2013 bertujuan untuk memberi jaminan kepada penumpang untuk kepastian dari pemesanan tiket tempat

duduk penumpang, salah satu contoh menghindari kesamaan nama pada satu tempat duduk penumpang. Di samping itu program id card juga sangat membantu demi keamanan penumpang, seperti program boarding yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) saat memasuki stasiun. Ini bertujuan untuk menertibkan orang yang berada dalam wilayah stasiun.

Berdasarkan wawancara dengan petugas loket diinformasikan bahwa program id card belum berjalan dengan baik, atau belum diterima sepenuhnya oleh masyarakat. Sosialisasi program id card oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) perlu dilakukan menggunakan media alternatif yang mampu menjangkau target audien lebih luas. Karena yang ada dalam sekarang PT. Kereta Api Indonesia hanya mensosialisasikan hanya dengan baliho dan web resmi kereta api itu sendiri. Dengan kata lain, sosialisasi program id card menggunakan iklan televisi dapat dijadikan alternatif untuk lebih

mengenalkan program tersebut kepada masyarakat.

### **1.2 Alasan Pemilihan Tema**

Program id card merupakan salah satu contoh dari program untuk kenyamanan dan keamanan penumpang. Mulai dari pembelian tiket, boarding masuk sampai penempatan tempat duduk selalu untuk menunjukkan id card. Ini bertujuan untuk meyakinkan penumpang agar penumpang tersebut mendapatkan pelayanan yang baik dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Memilih program ini, dikarenakan program id card adalah program yang menunjukkan kemajuan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Yang dulunya tidak teratur untuk menertibkan penumpang, pedagang kaki lima yang ada dimana – mana membuat citra PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menjadi kurang baik, akan tetapi sejak program ini berjalan sudah tidak ada lagi hal – hal tersebut. Tentunya program ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari calon pengguna jasa perkeretaapian. Sosialisasi kepada calon penumpang perkereta apian sangatlah penting untuk mendukungnya. Oleh karena itu penulis memilih program id card sebagai tema dari proyek akhir ini.

### **1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya**

Dewasa ini banyak sekali perusahaan mengenalkan produknya ataupun jasanya melalui media televisi. Mulai dari berupa iklan layanan masyarakat maupun iklan komersial. Mulai dari iklan yang diperankan oleh model ( manusia atau hewan ), iklan animasi 2 dimensi dan iklan animasi 3 dimensi. Akan tetapi tidak semua jenis iklan dapat mencapai target / audiensnya, pembuat iklan harus teliti dengan apa yang akan disampaikan di iklan tersebut. Agar iklan tersebut dapat tersampaikan dengan jelas. Iklan animasi 2 dimensi di jaman sekarang ini sudah jarang terlihat di televisi. Maka

dari itu penulis mengambil iklan animasi 2 dimensi sebagai tema pembuatan proyek akhir ini.

### **1.4 Tujuan Pembuatan Proyek Akhir**

Tujuan pembuatan proyek akhir ini adalah untuk mendukung keberhasilan program id card oleh PT. Kereta Api Indonesia ( Persero )

### **1.5 Metode Pengumpulan Data**

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data untuk pembuatan iklan sosialisasi program id card seperti wawancara dengan petugas loket, observasi ke tempat pembelian tiket, dan studi literatur tentang tata cara pembelian tiket.

## **2. Konsep Berkarya/Landasan Teori**

### **2.1 Kepustakaan/Teori Tentang**

#### **Tema dan Jenis Karya**

##### **2.1.1 Tema**

Sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah sosiolog menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (role theory). Karena dalam proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu. Maka penulis bermaksud untuk melakukan penanaman kebiasaan saat membeli tiket kereta api dengan program id card.

### **2.2 Jenis Karya**

#### **2.2.1 Iklan**

Iklan ialah pesan komunikasi pemasaran atau komunikasi publik tentang sesuatu produk yang disampaikan melalui sesuatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.

### 2.2.2 Animasi

Animasi adalah gambar bergerak berbentuk dari sekumpulan objek (gambar) yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap pertambahan hitungan waktu yang terjadi. Gambar atau objek yang dimaksud dalam definisi di atas bisa berupa gambar manusia, hewan, maupun tulisan. Pada proses pembuatannya sang pembuat animasi atau yang lebih dikenal dengan animator harus menggunakan logika berfikir untuk menentukan alur gerak suatu objek dari keadaan awal hingga keadaan akhir objek tersebut. Perencanaan yang matang dalam perumusan alur gerak berdasarkan logika yang tepat akan menghasilkan animasi yang menarik untuk disaksikan. Apabila kita perhatikan penjelasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat dua hal penting yang harus diperhatikan dalam pembuatan animasi, yaitu Objek/ gambar dan alur gerak.

### 2.2.3 Video

Definisi dari video ialah sekumpulan gambar yang dirangkai dalam suatu waktu. Gambar-gambar tersebut dinamakan frame. Video dapat dibedakan menjadi 2 format, yaitu :

#### 1) Analog

Siaran televisi dan video player yang dimainkan menggunakan kaset VHS atau Betacam, video tersebut merupakan contoh yang menggunakan format analog.

#### 2) Digital

Untuk format digital, dapat dijumpai pada saat seseorang memainkan VCD atau DVD player. Format yang terdapat dalam digital video, antara lain seperti DV, AVI, MOV, atau MPG.

## 2.2 Landasan Estetika/Art

Modal utama seorang pembuat animasi atau yang sering disebut animator adalah kemampuan meng-capture

momentum ke dalam runtutan gambar sehingga seolah-olah menjadi bergerak atau hidup. Ada berbagai macam teori dan pendapat tentang bagaimana seharusnya animasi itu dibuat. Tetapi setidaknya ada 12 prinsip yang harus dipenuhi untuk membuat sebuah animasi yang ‘hidup’. Ke-12 prinsip ini meliputi dasar-dasar gerak, pengaturan waktu, pengkayaan visual, sekaligus teknis pembuatan sebuah animasi.

### 1. Solid Drawing

Menggambar sebagai dasar utama animasi memegang peranan yang signifikan dalam menentukan -baik proses maupun hasil- sebuah animasi, terutama animasi klasik.

### 2. Timing & Spacing

Grim Natwick -seorang animator Disney pernah berkata, “Animasi adalah tentang timing dan spacing”. Timing adalah tentang menentukan waktu kapan sebuah gerakan harus dilakukan, sementara spacing adalah tentang menentukan percepatan dan perlambatan dari bermacam-macam jenis gerak.

### 3. Squash & Stretch

Squash and stretch adalah upaya penambahan efek lentur (plastis) pada objek atau figur sehingga -seolah-olah ‘memuai’ atau ‘menyusut’ sehingga memberikan efek gerak yang lebih hidup.

### 4. Anticipation

Anticipation boleh juga dianggap sebagai persiapan/ awalan gerak atau ancang-ancang. Seseorang yang bangkit dari duduk harus membungkukkan badannya terlebih dahulu sebelum benar-benar berdiri.

### 5. Slow In and Slow Out

Sama seperti spacing yang berbicara tentang akselerasi dan deselerasi. Slow In dan Slow Out menegaskan kembali

bahwa setiap gerakan memiliki percepatan dan perlambatan yang berbeda-beda.

#### 6. Arcs

Dalam animasi, sistem pergerakan tubuh pada manusia, binatang, atau makhluk hidup lainnya bergerak mengikuti pola/jalur (maya) yang disebut Arcs.

#### 7. Secondary Action

Secondary action adalah gerakan-gerakan tambahan yang dimaksudkan untuk memperkuat gerakan utama supaya sebuah animasi tampak lebih realistik.

#### 8. Follow Through and Overlapping Action

Follow through adalah tentang bagian tubuh tertentu yang tetap bergerak meskipun seseorang telah berhenti bergerak. Misalnya, rambut yang tetap bergerak sesaat setelah berhenti berlari.

#### 9. Straight Ahead Action and Pose to Pose

Dari sisi resource dan pengerjaan, ada dua cara yang bisa dilakukan untuk membuat animasi.

Yang pertama adalah Straight Ahead Action, yaitu membuat animasi dengan cara seorang animator menggambar satu per satu, frame by frame, dari awal sampai selesai seorang diri. Teknik ini memiliki kelebihan: kualitas gambar yang konsisten karena dikerjakan oleh satu orang saja. Tetapi memiliki kekurangan: waktu pengerjaan yang lama.

#### 10. Staging

Seperti halnya yang dikenal dalam film atau teater, staging dalam animasi juga meliputi bagaimana 'lingkungan' dibuat untuk mendukung suasana atau 'mood' yang ingin dicapai dalam sebagian atau keseluruhan scene.

#### 11. Appeal

Appeal berkaitan dengan keseluruhan look atau gaya visual dalam animasi. Sebagaimana gambar yang telah menelurkan banyak gaya, animasi (dan ber-animasi) juga memiliki gaya yang sangat beragam.

#### 12. Exaggeration

Exaggeration adalah upaya untuk mendramatisir sebuah animasi dalam bentuk rekayasa gambar yang bersifat hiperbolis.

### 2.3 Landasan TI/Pemrograman

#### Adobe Illustrator CS5

Adobe Illustrator adalah editor grafis vektor yang dikembangkan dan dipasarkan oleh Adobe Systems . Illustrator mirip dalam ruang lingkup, pasar yang dituju, dan fungsionalitas untuk pesaingnya, CorelDraw , Xara Designer Pro dan Macromedia FreeHand . Versi terbaru, Illustrator CS6, adalah generasi keenam belas di lini produk.

#### Adobe Flash CS5

Adobe Flash merupakan program aplikasi grafis untuk membuat animasi website, animasi kartun, cd tutorial, presentasi produk, game hingga membuat aplikasi interaktif yang sering dijumpai diberbagai media.

#### Cool Edit Pro

Cool edit pro adalah software/perangkat lunak yang digunakan untuk meng-edit suara dalam bentuk ekstensi file suara. Dalam Cool Edit Pro terdapat 2 tampilan yang berbeda, yaitu Edit View dan Multitrack View.

##### 1) Edit View



Gambar 2.1 Edit View

Pada tampilan edit view, Cool Edit Pro dapat digunakan untuk merekam dan mengubah file suara. Ketika file suara sudah dimasukkan, maka akan muncul dua buah gelombang suara, atas dan bawah. Bagian atas berupa suara yang nantinya terdengar pada speaker sebelah kiri dan bagian bawah terdengar pada speaker sebelah kanan.

## 2) Multitrack View



Gambar 2.2 Multitrack View

Pada tampilan multitrack view, memungkinkan pengguna untuk merekam, memainkan, dan menggabungkan beberapa trek suara. Jumlah maksimal trek suara yang dapat dimasukkan ialah 128 trek suara. Untuk menggeser trek suara menggunakan klik kanan, sementara klik kiri digunakan untuk meng-block suara.

## 2.4 Redesain atau Desain

Desain adalah suatu proses panjang dalam pekerjaan yang erat kaitannya dengan seni untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam proses pembuatannya, desainer atau perancang diberikan kebebasan untuk memilih, menciptakan, dan mengatur elemen-elemen seperti garis, warna, bidang, dan sebagainya.

## 2.5. Storyboard

Dalam pembuatan iklan animasi untuk perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero), diperlukan sebuah storyboard atau papan cerita yang dijadikan sebagai gambaran atau konsep bagaimana nantinya hasil dari iklan tersebut. Storyboard dapat diartikan

sebagai potongan-potongan gambar sketsa kasar yang merupakan bentuk-bentuk shot atau adegan yang dihasilkan atas dasar shot utama adegan.

## 3. METODE PENCIPTAAN KARYA

### 3.1 Teknik Berkarya

Teknik-teknik yang digunakan dalam pembuatan animasi 2 dimensi sosialisasi program id card PT. Kereta Api Indonesia (Persero), antara lain:

#### 1) Teknik Pemilihan Software

Dalam memilih software atau perangkat lunak untuk pembuatan animasi 2 dimensi ini, disesuaikan dengan kegunaannya masing-masing. Untuk pembuatan animasi tersebut, digunakan perangkat lunak Adobe Flash CS5. Selain itu, juga digunakan perangkat lunak-perangkat lunak lain, supaya animasi tersebut terlihat lebih baik, seperti Cool Edit Pro yang digunakan untuk merekam audio.

#### 2) Teknik Pembuatan dan Penerapan Audio

File audio dalam video iklan animasi ini berupa suara narasi yang berfungsi untuk memperjelas pesan yang hendak disampaikan kepada khalayak. Pembuatannya menggunakan perangkat lunak Cool Edit Pro dan alat yang digunakan ialah mic yang sudah terpasang pada komputer.

#### 3) Teknik Pembuatan Animasi

Pembuatan animasi 2 dimensi dimulai dari title, hingga pergerakannya dilakukan menggunakan software atau perangkat lunak Adobe Flash CS5. Pertama-tama, title dibuat terlebih dahulu agar memudahkan untuk pembuatan scene selanjutnya. Setelah itu, dibuat beberapa karakter dengan bentuk dan tempat yang berbeda, sehingga apabila dijalankan akan terlihat seperti bergerak.

### 3.2 Proses atau Prosedur Berkarya

Proses berkarya dari pembuatan video iklan animasi ini, ialah:

- 1) Penentuan Konsep  
Proses atau tahap awal yang dilakukan sebelum pembuatan animasi ialah penentuan konsep. Konsep merupakan dasar dari ide pemikiran yang nantinya dapat dikembangkan lebih lanjut.
- 2) Pemilihan Peralatan  
Proses selanjutnya ialah pemilihan peralatan. Peralatan tidak hanya berupa benda-benda seperti komputer tetapi juga dapat berupa perangkat lunak atau software.
- 3) Penyusunan Storyboard  
Storyboard merupakan tahap lanjutan dari penentuan konsep. Setelah konsep ditentukan dan peralatan telah dipilih, maka dibuatlah storyboard, yaitu membuat gambaran-gambaran kasar tiap adegan yang akan dibuat nantinya, dari awal hingga akhir.
- 4) Pembuatan Animasi  
Pada proses ini, mulai dibuat background dan title beserta gerakan-gerakannya. Perangkat lunak yang digunakan ialah Adobe Flash CS5. Proses pembuatan animasi didasarkan pada gambaran-gambaran sketsa kasar yang sudah dibuat sebelumnya pada storyboard.
- 5) Perekaman Audio  
Audio yang akan digunakan dalam animasi ini berupa suara narasi, sehingga untuk memperolehnya menggunakan cara perekaman. Fungsi dari suara narasi tersebut ialah untuk memperjelas pesan yang akan disampaikan dari animasi 2 dimensi ini.
- 6) Penggabungan Animasi dan Audio  
Setelah animasi selesai dibuat dan audio selesai direkam, proses terakhir yang dilakukan ialah penggabungan.

### 3.3 Naskah Film dan Storyboard

#### 3.3.1 Skenario

1. Muncul sebuah kotak yang terpejal dari kiri ke kanan dan berubah menjadi karakter

CUT TO

2. Karakter tersebut menjelaskan tentang “5 langkah mudah membeli tiket kereta api” dan melambaikan tangan

CUT TO

3. Karakter tersebut tertabrak dengan kotak, kotak tersebut berisi tentang form pemesanan tiket kereta api, dan karakter tersebut menjelaskan dengan tulisan. Setelah selesai, kotak berisi form tersebut ditendang oleh karakter.

CUT TO

4. Setelah menendang kotak, terdapat bidang yang keluar dari bawah, bidang tersebut berisi tentang kotak nomor antrian. Karakter terpejal karenanya, setelah itu karakter berjalan dan menginjak bidang tersebut.

CUT TO

5. Karakter bejalan dan terdapat kotak dari sisi kiri dan ditahan oleh karakter. Kotak itu yang berisi tentang gambar petugas loket, dan karakter menjelaskan hal tersebut lalu mendorongnya

CUT TO

6. Setelah mendorong kotak tadi, terdapat kotak lagi yang jatuh dari atas karakter, dan karakter tersebut menahannya. Setelah karakter tersebut menjelaskannya, dia melempar kotak tersebut.

CUT TO

7. Karakter melambaikan tanda akhir animasi dan menjelaskan langkah kelima “Selamat menikmati perjalanan kereta api”. Dan meninggalkan layar diikuti logo PT.Kereta Api Indonesia (Persero)

### 3.3.2 Script

1. Muncul kotak yang terpetal dari kiri ke kanan, dan kotak itu berubah menjadi karakter. ~ Musik pengiring
2. Karakter itu menjelaskan tentang “5 Langkah mudah membeli tiket kereta api” dengan keberadaan teks tersebut.~ Narasi, Musik pengiring
3. Karakter tersebut tergeser karena terdapat kotak yang muncul dari sisi kiri menghantam karakter, setelah itu karakter menendang kotak tersebut.~Narasi, Musik pengiring
4. Karakter terpetal lagi karena ada kotak yang muncul dari sisi bawah keatas berisi gambar kotak nomor antrian, setelah itu karakter berjalan diatasnya dan menginjak kotak tersebut sampai turun .~Narasi, Musik pengiring
5. Setelah turun, terdapat kotak lagi datang dari kiri ke kanan dan karakter menangkapnya kotak tersebut berisi gambar petugas loket.~Narasi, Musik pengiring
6. Setelah itu terdapat kotak lagi turun dari atas mengenai karakter yang berisi tentang gambar petugas boarding pass dan karakter menangkapnya.~Narasi, Musik pengiring
7. Karakter berjalan keluar diikuti logo kereta api.~Narasi, Musik pengiring

### 3.3.3 Storyboard



Gambar 3.1 Scene 1

Adegan/Visual : Muncul kotak yang terpetal dari kiri ke kanan, dan kotak itu berubah menjadi karakter dan menjelaskan tentang “5 Langkah mudah membeli tiket kereta api”

Teks : 5 langkah mudah membeli tiket kereta api

Durasi: 6.2 detik

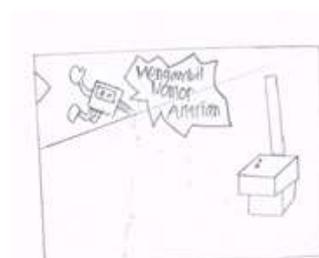


Gambar 3.2 Scene 2

Adegan/Visual: Karakter tersebut tergeser karena terdapat kotak yang muncul dari sisi kiri menghantam karakter, setelah itu karakter menendang kotak tersebut

Teks : Mengisi form pemesanan tiket kereta api

Durasi: 6,3 detik



Gambar 3.3 Scene 3

Adegan/Visual: Karakter terpetal lagi karena ada kotak yang muncul dari sisi bawah keatas berisi gambar petugas loket, setelah itu karakter berjalan diatasnya dan menginjak kotak tersebut sampai turun

Teks:Mengambil nomor antrian tiket

Durasi: 6,9 detik



Gambar 3.4 Scene 4

Adegan/Visual: Setelah turun, terdapat kotak lagi datang dari kiri ke kanan dan karakter menangkapnya kotak tersebut berisi gambar petugas loket

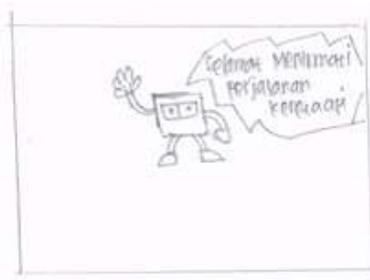
Teks: Selesaikan administrasi anda di loket dan tunjukkan ID Card Anda  
Durasi: 9,3 detik



Gambar 3.5 Scene 5

Adegan/Visual: Setelah itu terdapat kotak lagi turun dari atas mengenai karakter yang berisi tentang gambar petugas boarding pass dan karakter menangkapnya

Teks: Tunjukkan ID Card dan tiket masuk anda saat memasuki peron  
Durasi: 5,6 detik

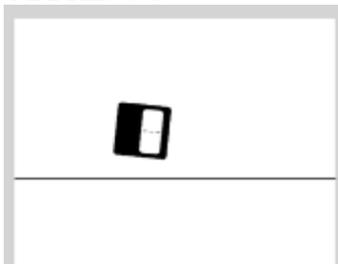


Gambar 3.6 Scene 6

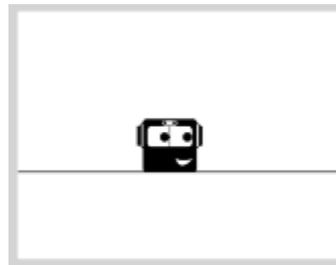
Adegan/Visual:  
Karakter berjalan keluar diikuti logo logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero)  
Teks: Selamat menikmati perjalanan kereta api  
Durasi: 5.6 detik

#### 4. Hasil Karya

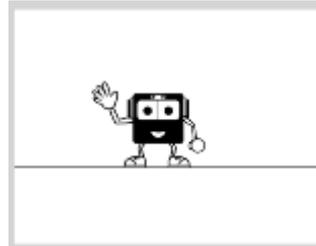
##### 4.1 Print Out



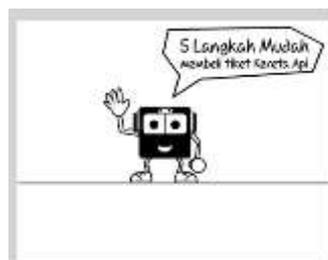
Gambar 4.1 Kotak Jatuh



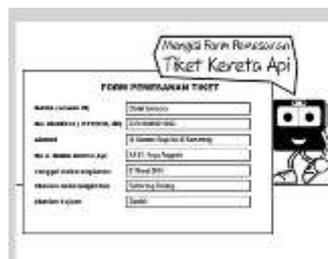
Gambar 4.2 Muncul Mata



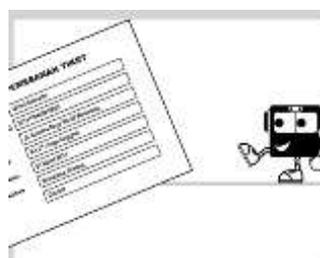
Gambar 4.3 berubah menjadi karakter



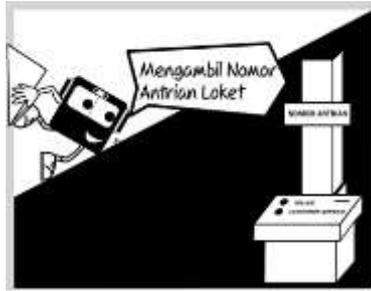
Gambar 4.4 Judul Animasi



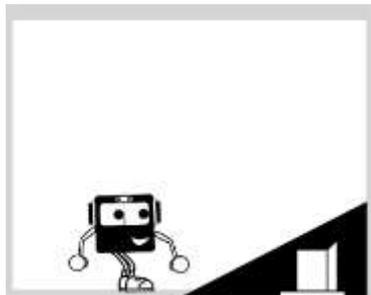
Gambar 4.5 Judul Animasi



Gambar 4.6 Menendang Form



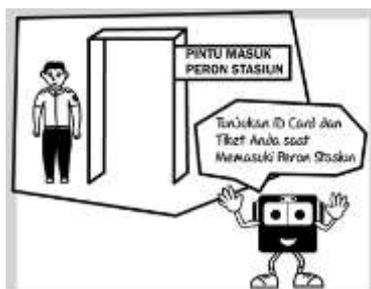
Gambar 4.7 Langkah 2



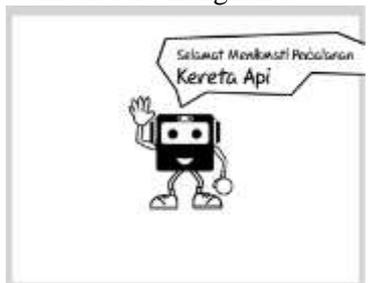
Gambar 4.8 Menginjak kotak



Gambar 4.9 Langkah 3



Gambar 4.10 Langkah 4



Gambar 4.11 Langkah 5

## 4.2 Deskripsi Karya

Karya yang dihasilkan oleh penulis ialah berupa video animasi 2 dimensi yang digunakan untuk mengenalkan program id card PT. Kereta Api Indoensia (Persero). Adanya animasi ini diharapkan dapat membantu masyarakat yang merasa kesulitan dengan membeli tiket kereta api dengan program ini. Media yang digunakan untuk menampilkan animasi ini adalah televisi.

## 4.3 Analisis Karya (Estetika)

Karya penulis yang berupa video animasi 2 dimensi ini dapat digolongkan sebagai barang kesenian, karena merupakan keindahan yang diciptakan oleh manusia. Dalam video animasi 2 dimensi ini, terdapat pesan-pesan yang hendak disampaikan, yaitu seseorang dapat dengan mudah membeli tiket kereta api dengan program id card ini dan apabila orang sudah mengerti akan cara ini, maka orang tersebut tidak enggan lagi untuk menggunakan jasa transportasi perkeretaapian ini.

## 5. Penutup

### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan video animasi 2 dimensi ini, antara lain:

- 1) Dapat membantu kepada masyarakat luas tata cara pembelian tiket kereta api karena animasinya telah dibuat.
- 2) Membuat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menjadi lebih bonafit, karena masyarakat dapat dengan mudah membeli tiket kereta api dengan program id card ini.
- 3) Menghindari rasa bosan dari khalayak, dengan menggunakan animasi yang berbeda untuk PT. Kereta Api Indonesia (Persero), dari yang awalnya menggunakan media cetak diganti dengan menggunakan

media elektronik berupa video animasi.

## 5.2 Saran

Beberapa saran dari penulis dalam pembuatan video iklan animasi ini, antara lain:

- 1) Tambahkan beberapa efek-efek video yang dapat menggunakan Adobe After Effect, sehingga akan tampak lebih bagus.
- 2) Background atau gambar latar dibuat lebih menarik, sehingga akan lebih menambah nilai dari animasi ini.
- 3) Tambahkan media elektronik lain seperti internet, agar cakupan khalayak yang diperoleh lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dr. Djelantik, A. A. M. (2004). *Estetika Sebuah Pengantar*. 4th ed. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- [2] Fanani, A. Zainul (2006). *Tip & Trik Animasi: Macromedia Flash, Menyingkap Rahasia Teknik Animasi*. 1st ed. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [3] Hidayatullah, A. Taufiq (2008). *Mengolah Foto Digital dengan Photoshop CS3*. 1st ed. Yogyakarta: Gava Media.
- [4] Ir. Thabrani, Suryanto, MM (2005). *Desain Grafis dengan Flash & CorelDraw*. 1st ed. Jakarta: Datakom Lintas Buana.
- [5] Suyanto, M dan Aryanto Yuniawan (2006). *Merancang Film Kartun Kelas Dunia*. 1st ed. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [6] Suhendi, Edi, S.T. (2009). *Kreasi dengan Adobe Flash Professional*. 1st ed. Bandung: Yrama Widya.
- [7] Tim Divisi Penelitian dan Pengembangan Madcoms (2006). *Mahir Dalam 7 Hari: Macromedia Flash Pro 8*. 1st ed. Yogyakarta: Andi.
- [8] Wijaya, Didik (2003). *Premiere Magic, Digital Video Editing dengan Adobe Premiere 6.5*. 1st ed. Jakarta Barat: Antero.
- [9] Yusa Biran, H. Misbach (2006). *Teknik Menulis Skenario Film Cerita*. 1st ed. Jakarta: Pustaka Jaya.
- [10] [Http://www.artikata.com/arti-326843-etika.html](http://www.artikata.com/arti-326843-etika.html), diakses pada tanggal 30 November 2013
- [11] [Http://www.artikata.com/arti-326813-estetika.html](http://www.artikata.com/arti-326813-estetika.html), diakses pada tanggal 01 Desember 2013
- [12] [Http://www.cit.utm.my/publications/manuals/imedia/media/anim/2d.htm](http://www.cit.utm.my/publications/manuals/imedia/media/anim/2d.htm), diakses pada tanggal 15 November 2013
- [13] [Http://www.dkv.binus.ac.id/2010/04/14/12-prinsip-animasi/](http://www.dkv.binus.ac.id/2010/04/14/12-prinsip-animasi/), diupdate pada tanggal 14 November 2013
- [14] [Http://www.donielamor.blogspot.com/2010/12/pengenalan-komponen-pada-adobe.html](http://www.donielamor.blogspot.com/2010/12/pengenalan-komponen-pada-adobe.html), diakses pada tanggal 10 November 2013
- [15] [Http://en.wikipedia.org/wiki/Animation](http://en.wikipedia.org/wiki/Animation), diakses pada tanggal 10 November 2013
- [16] [Http://hiburan.kompasiana.com/musik/2010/10/31/seni-estetika-dan-kreativitas/](http://hiburan.kompasiana.com/musik/2010/10/31/seni-estetika-dan-kreativitas/), diakses pada tanggal 4 Desember 2013
- [17] [Http://www.p3i-pusat.com/dunia-pariwara/wicara/225-dasar-dasar-etika-periklanan-bagian-1](http://www.p3i-pusat.com/dunia-pariwara/wicara/225-dasar-dasar-etika-periklanan-bagian-1), diupdate tanggal 10 Oktober 2013
- [18] [Http://www.scribd.com/doc/52909919/macam-macam-iklan](http://www.scribd.com/doc/52909919/macam-macam-iklan), diakses pada tanggal 4 November 2013
- [19] [Http://www.wikipedia.org/wiki/Kereta\\_Api\\_Indonesia](http://www.wikipedia.org/wiki/Kereta_Api_Indonesia), diakses pada tanggal 10 Oktober 2013