



**PEMBUATAN IKLAN VIDEO ANIMASI 2D DENGAN JUDUL
“MANFAAT BERGABUNG DI KOPERASI”
DI KOPERASI MANDIRI PRATISTA WIGUNA**



Oleh:

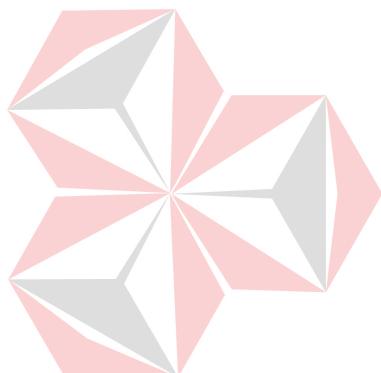
ANA PUSPITA

17510160025

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2020**

PEMBUATAN IKLAN VIDEO ANIMASI 2D DENGAN JUDUL
“ MANFAAT BERGABUNG DI KOPERASI “
DI KOPERASI MANDIRI PRATISTA WIGUNA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Tugas Akhir



UNIVERSITAS
Dinamika
Disusun Oleh:
Nama : ANA PUSPITA
NIM : 17.51016.0025

Program : DIV (Diploma Empat)
Jurusan : Produksi Film dan Televisi

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2020

LEMBAR MOTTO



LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika
*Ku persembahkan untuk Bangsa dan Tanah Airku, Keluarga, Sahabat serta
Teman-teman seperjuangan.*

LEMBAR PENGESAHAN

PEMBUATAN IKLAN VIDEO ANIMASI 2D DENGAN JUDUL “ MANFAAT BERGABUNG DI KOPERASI ” DI KOPERASI MANDIRI PRATISTA WIGUNA

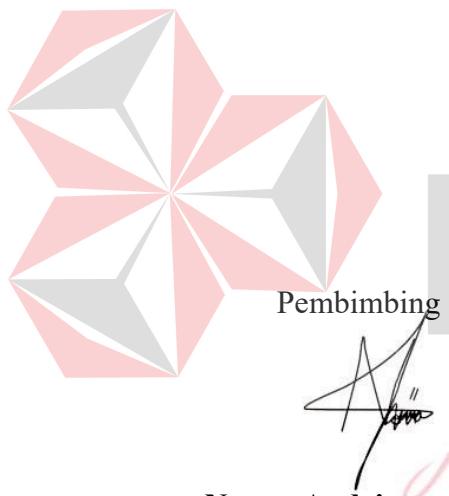
Laporan Kerja Praktik oleh

Ana Puspita

NIM: 17.51016.0025

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 10 Juni 2020



Pembimbing

Novan Andrianto, M.I.Kom.

NIDN. 0717119003.

Disetujui :



Siti Nur Shelah

UNIVERSITAS
Dinamika

Mengetahui,

Ketua Program Studi

DIV Produksi Film dan Televisi

Ir. Hardman Budiardjo, M. Med.Kom., MOS.

NIDN. 0711086702

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Universitas Dinamika, saya :

Nama : Ana Puspita

NIM : 17.51016.0025

Program Studi : DIV Produksi Film dan Televisi

Jurusan/Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Judul karya : Pembuatan Iklan Video Animasi 2d Dengan Judul " Manfaat

Bergabung di Koperasi " di Koperasi Mandiri Pratista

Wiguna

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah atas seluruh isi atau sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (database) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.....



ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu cara promosi dan penyampaian ide, barang atau jasa yang menggunakan berbagai media dan pertujuan untuk merangsang pembelian. Iklan dilakukan oleh sponsor tertentu yang dibayar.

Dalam pembuatan iklan banyak upaya yang dilakukan oleh sponsor. Adapun salah satunya adalah membuat video animasi 2D. Video animasi 2D adalah kumpulan gambar 2D yang digerakan berurutan sesuai dengan *frame* yang membentuk sebuah video. Dengan tampilan yang menarik dan orang tidak perlu membaca banyak tulisan, menggunakan video animasi 2D akan cocok untuk iklan.

“Manfaat Bergabung di Koperasi” ini merupakan sebuah iklan yang menjelaskan manfaat bergabung di koperasi dan bertujuan untuk mengajak orang untuk bergabung di koperasi mandiri Pratista Wiguna dengan menggunakan video animasi 2D. Manfaat bergabung di koperasi adalah mempermudah peminjaman, menambah masukan, mengurangi pengeluaran, memperluas jaringan usaha, dan mendapatkan pelatihan usaha.



Kata Kunci: Iklan, Video Animasi 2D, Manfaat Bergabung di Koperasi

UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penyusunan Laporan Kerja Praktik dengan judul “*Manfaat Bergabung di Koperasi*” di Koperasi Mandiri Pratista Wiguna Surabaya dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam Penyelesaian laporan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan masukan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu diucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua serta keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor.
3. Bapak Dr. Jusak selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
4. Bapak Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS. selaku Ketua Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi.
5. Bapak Novan Andrianto, M.I.Komselaku dosen pembimbing Kerja Praktik.
6. Rossa Meitany dan Siti Nur Shelah, selaku pembimbing lapangan di KOPERASI MANDIRI PRATISTA WIGUNA SURABAYA yang banyak membagi ilmu tentang Produksi iklan baik teoritis maupun praktek dalam bidang *advertising*.
7. Teman – teman angkatan 2016 serta 2017 yang selalu mendukung.
8. Keluarga besar program studi DIV Produksi Film dan Televisi
9. Dan lain sebagainya yang mungkin belum disebutkan satu persatu di sini.

Demikian Laporan Kerja Praktik ini disusun jika terdapat kesalahan dalam penulisan, maupun penyusunan Laporan Kerja Praktik ini dimohon memberikan kritik dan saran. Sehingga Laporan Kerja Praktik ini menjadi lebih baik. Semoga Laporan Kerja Praktik ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya bagi teman-teman Jurusan DIV Produksi Film dan Televisi Universitas Dinamika.

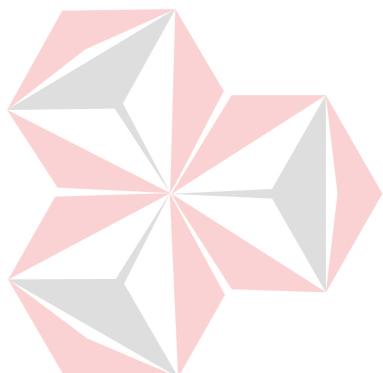
Surabaya, 10 Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

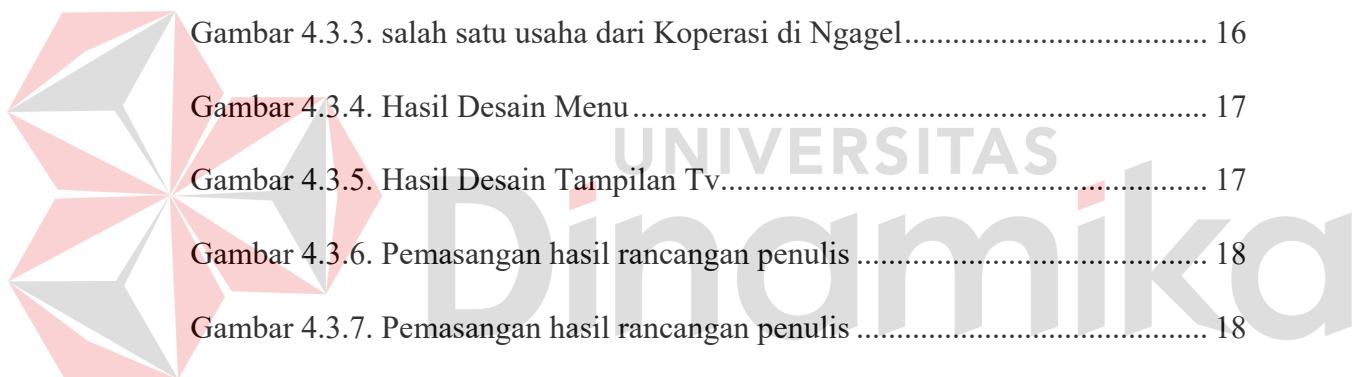
	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat.....	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	4
2.1. Profil Instansi.....	4
2.2. Sejarah Singkat Koperasi Mandiri Pratista Wiguna.....	4
2.3. <i>Overview</i> Instansi	4
2.4. Visi dan Misi Koperasi Mandiri Pratista Wiguna	6
2.5. Tujuan Pokok Koperasi Mandiri Pratista Wiguna.....	7
BAB III LANDASAN TEORI.....	8
3.1 Pengertian Iklan.....	8
3.2 Pengertian Animasi 2D.....	9
3.3 Kelebihan dan Kekurangan Iklan Video Animasi 2D.....	10
3.4 Proses Pembuatan Iklan.....	11
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	13

4.1	Analisa Sistem	13
4.2	Posisi Dalam Instansi	13
4.3	Kegiatan Selama Kerja Praktik di Koperasi Mandiri Pratista Wiguna ..	15
BAB V	PENUTUP.....	22
5.1	Kesimpulan.....	22
5.2	Saran	22
DAFTAR PUSTAKA		24



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR



	Halaman
Gambar 2.1. Logo Koperasi	5
Gambar 2.2. Peta Lokasi Koperasi.....	5
Gambar 2.3. Kantor Koperasi Mandiri Pratista Wiguna.....	6
Gambar 3.1. Contoh Iklan di Media Sosial.....	8
Gambar 3.2. Contoh Pembuatan Animasi.....	9
Gambar 4.3.1. Software yang digunakan	15
Gambar 4.3.2. salah satu usaha dari Koperasi di Rungkut.....	16
Gambar 4.3.3. salah satu usaha dari Koperasi di Ngagel.....	16
Gambar 4.3.4. Hasil Desain Menu.....	17
Gambar 4.3.5. Hasil Desain Tampilan Tv.....	17
Gambar 4.3.6. Pemasangan hasil rancangan penulis	18
Gambar 4.3.7. Pemasangan hasil rancangan penulis	18
Gambar 4.3.8. Proses Pembuatan Foto Produk dan Video	19
Gambar 4.3.9. Hasil Foto yang dipublikasi.....	20
Gambar 4.3.10. Hasil Video.....	20
Gambar 4.3.11. Proses Pembuatan Karakter.....	21
Gambar 4.3.12. Proses Pembuatan Latar	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Koperasi adalah kumpulan orang yang memberikan kebebasan bergabung sebagai anggota sesuai dengan aturan yang ada, saling bekerja sama membangun usaha dengan mengutamakan kesejahteraan anggotanya. Koperasi sama halnya dengan perusahaan lainnya yang membutuhkan iklan untuk meyakinkan orang agar mau bergabung dengan koperasi tersebut. Biasanya koperasi memberikan iklan yang memperlihatkan kesejahteraan anggotanya. Iklan tersebut berguna untuk menambah anggota dan badan usaha yang akan dibangun didalam naungan koperasi tersebut.

Iklan merupakan media untuk memperkenalkan suatu produk kepada orang atau konsumen. Iklan biasanya digunakan untuk membuat orang atau konsumen tahu, ingat dan terbujuk dengan produk tersebut. Periklanan dapat dilakukan dengan berbagai media. Untuk membuat orang atau konsumen tertarik kepada produk tersebut diperlukan iklan yang menarik dan mudah diingat.

Membuat iklan dapat dalam bentuk visual, audio, dan gerak. Dengan perkembangan teknologi saat ini, pembuatan iklan semakin beragam bentuknya. Salah satunya membuat iklan dalam bentuk animasi 2D. Animasi 2D adalah kumpulan gambar 2D yang digerakkan sesuai urutan dan menjadi sebuah gambar yang bergerak. Animasi 2D dipilih untuk mengiklankan suatu produk karena dianggap efisien dalam mengiklankan produk. Iklan 2D juga menarik untuk dilihat. Selain menarik, biaya pembuatannya tidak terlalu mahal dan tidak membutuhkan banyak tenaga manusia untuk mengiklankan produk. namun pembuatannya memerlukan kreatifitas dan keterampilan yang memadai, jika tampilan tidak seimbang dan harmonis maka iklan menjadi tidak menarik dan membuat orang malas melihatnya. Jadi membuat iklan koperasi dengan animasi 2D yang menarik bisa membantu penambahan anggota dalam koperasi tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

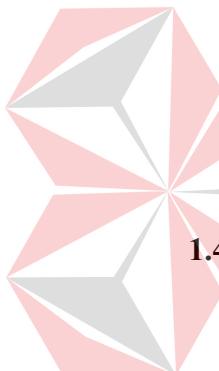
Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara membuat video iklan animasi 2D yang menarik.
2. Bagaimana menyusun bahan untuk sebuah video iklan animasi 2D.
3. Apa saja yang harus diperhatikan saat membuat video animasi 2d dengan judul “ manfaat bergabung di koperasi “ di koperasi Mandiri Pratista Wiguna

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan batasan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Membuat video iklan animasi 2D yang menarik.
2. Menyusun bahan untuk sebuah video iklan animasi 2D
3. Membuat video iklan animasi 2D yang cocok dengan judul “ Manfaat Bergabung Di Koperasi “ di koperasi Mandiri Pratista Wiguna.



Tujuan yang ingin dicapai dalam Kerja Praktik ini adalah:

1. Mengimplementasikan cara pembuatan iklan 2D pada video iklan animasi 2D dengan judul “ Manfaat Bergabung Di Koperasi “ di koperasi Mandiri Pratista Wiguna.
2. Mengetahui bagaimana cara membuat iklan yang menarik untuk video iklan animasi 2D dengan judul “ Manfaat Bergabung Di Koperasi “ di koperasi Mandiri Pratista Wiguna.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dalam Kerja Praktik ini adalah:

1. Manfaat bagi Penulis

- a. Mengetahui tentang bagaimana cara membuat video iklan animasi 2D yang menarik ditonton.
- b. Mendapatkan ilmu tentang mengiklankan suatu usaha atau produk dengan memanfaatkan kemampuan membuat animasi 2D.

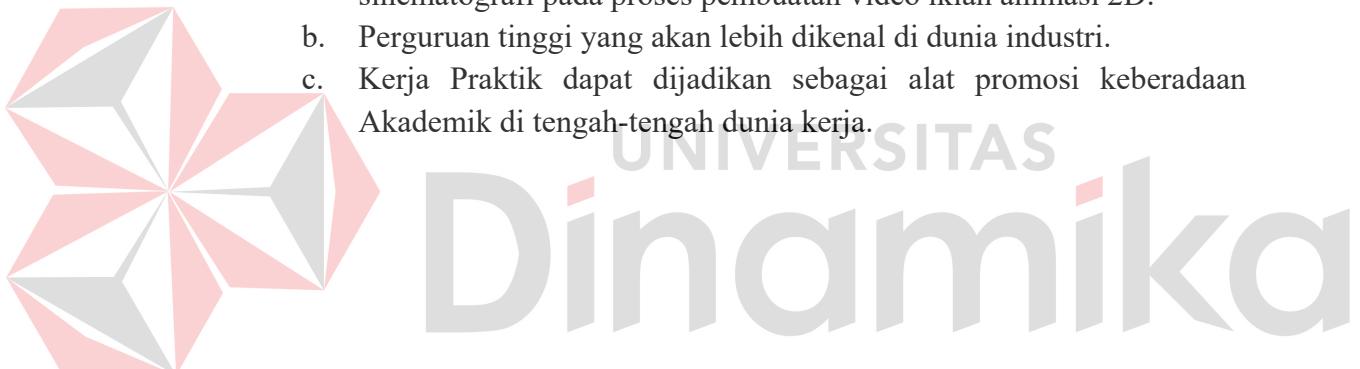
- c. Membangun jiwa disiplin, sikap kerja profesional, kritis serta memahami *deadline* kerja.
- d. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan.

2. Manfaat bagi Perusahaan

- a. Mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
- b. Instansi/perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa-mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik
- c. Memudahkan instansi/perusahaan dalam mencari tenaga kerja di bidang multimedia.

3. Manfaat bagi Akademik

- a. Mengaplikasikan keilmuan manajemen produksi, animasi dan sinematografi pada proses pembuatan video iklan animasi 2D.
- b. Perguruan tinggi yang akan lebih dikenal di dunia industri.
- c. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan Akademik di tengah-tengah dunia kerja.



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Instansi

Nama Instansi : Koperasi Mandiri Pratista Wiguna
Alamat : Jl. Ketintang Permai Blok BD No.1, RT.002/RW.11,
Karah, Jambangan, Surabaya
Telp/Fax : (031) 8274554 / 8274555
Email : mandiripratistawiguna@gmail.com

2.2. Sejarah Singkat Koperasi Mandiri Pratista Wiguna

Koperasi MPW (Mandiri Pratista Wiguna) berdiri sejak 12 April 2017, dan sudah berbadan hukum. MPW juga salah satu koperasi binaan, dibawah naungan Dinas Koperasi langsung. arti nama dari MPW sendiri adalah berdiri sendiri dengan kuat dan menjadi manfaat. ide berdirinya koperasi berangkat dari semangat perempuan untuk berdikari, berkarya dan menjunjung tinggi harkat derajat wanita. sejak berdiri di surabaya tahun 2017, dengan konsep simpan pinjam jasa, koperasi kami telah berkembang pesat dengan berbagai unit usaha dan tersebar di beberapa wilayah kabupaten dan kota di jawa timur terus dan terus melakukan inovasi yang membuat koperasi kami terus bertumbuh, sehingga dapat menjadi manfaat dan mensejahterakan anggota koperasi dan masyarakat jawa timur umumnya.

2.3. Overview Instansi

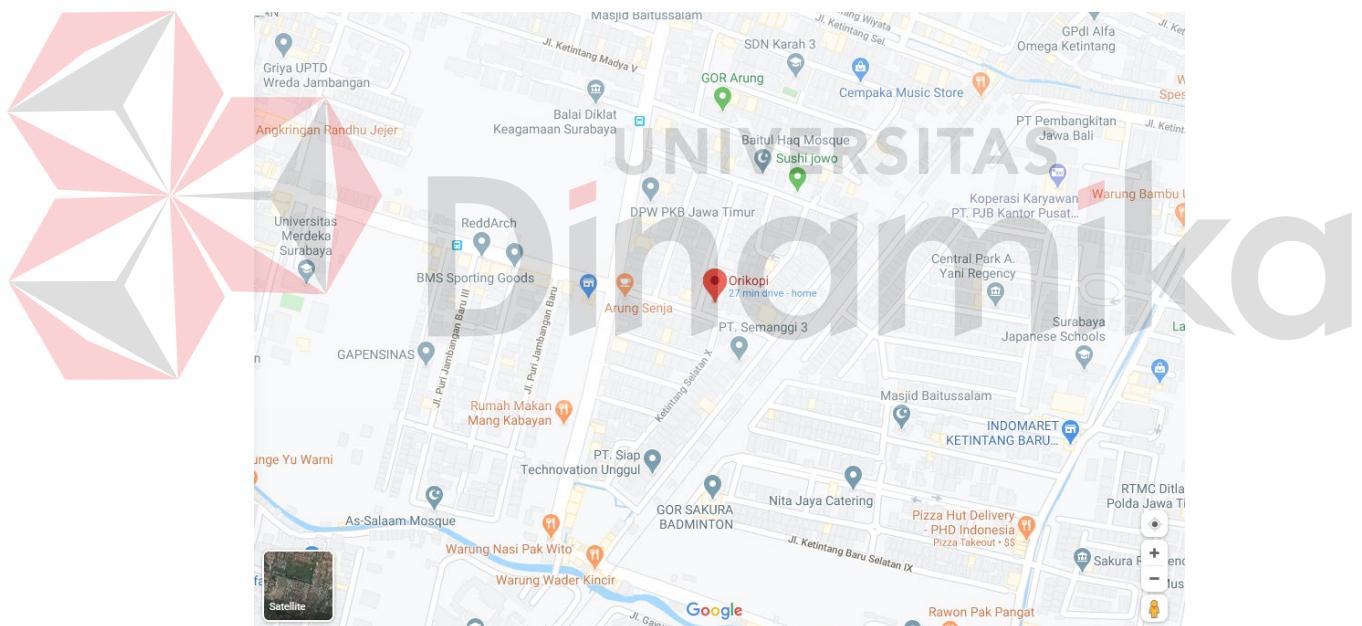
Dalam melakukan sebuah kerja praktik, sangat penting sekali dalam mengenal sebuah lingkungan dari perusahaan/instansi tersebut. Baik dari segi perorangan hingga dari segi lingkungan disekitar perusahaan/instansi. Karena ini akan sangat dibutuhkan ketika melakukan masa kerja. Koperasi Mandiri Pratista Wiguna mempunyai kantor yang berada di Jl. Ketintang Permai Blok BD No.1, RT.002/RW.11, Karah, Jambangan, Surabaya City, East Java 60232 gambar 2.1,

gambar 2.2 dan gambar 2.3 merupakan tempat di Koperasi Mandiri Pratista Wiguna.



Gambar 2.1. Logo Koperasi

(Sumber: olahan penulis)



Gambar 2.2. Peta Lokasi Koperasi

(Sumber: www.maps.google.com)



Gambar 2.3. Kantor Koperasi Mandiri Pratista Wiguna
(Sumber: olahan penulis)



UNIVERSITAS
Dinamika

2.4. Visi dan Misi Koperasi Mandiri Pratista Wiguna

Koperasi Mandiri Pratista Wiguna mempunyai visi dan misi dalam membangun usahanya.

1. Visi

Bersama membangun kekuatan ekonomi berdaya saing melalui inovasi dan kreatif

2. Misi

- a. mensejahterakan anggota
- b. bekerjasama dengan mitra - mitra kerja
- c. meningkatkan kompetisi dan kompetitif anggota
- d. membangun kekuatan ekonomi bersama anggota dibawah payung hukum koperasi

2.5. Tujuan Pokok Koperasi Mandiri Pratista Wiguna

Tujuan pokok yang hendak dicapai oleh Koperasi Mandiri Pratista Wiguna adalah sebagai berikut:

1. Terus dan terus melakukan inovasi yang membuat koperasi kami terus bertumbuh menjadi manfaat dan mensejahterakan anggota koperasi dan masyarakat jawa timur umumnya.



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian Iklan

Raymond Williams mengatakan iklan bagaikan sebuah dunia magis yang dapat mengubah komoditas ke dalam situasi gemerlap yang memikat dan mempesona, sebuah sistem yang keluar dari imajinasi dan muncul ke dalam dunia nyata melalui media. Pendapat ini memang tidak berlebihan dimana saat ini iklan sudah mampu "menyihir" pemirsanya bagaikan hipnotis. Iklan bukan lagi sebuah tayangan selingan tetapi telah berubah menjadi tontonan memikat yang menghibur. Melalui imaji dunia televisi iklan merupakan realitas baru, realitas dunia televisi yang gemerlap, idealis, memukau berbeda dengan realitas pemirsa yang sesungguhnya. (Marhaeni , 2020)

Iklan tidak hanya ditampilkan di dunia pertelevision saja, saat ini iklan juga bisa ditampilkan di sosial media. Iklan juga banyak bentuknya antara lain visual, audio, dan gerak. Dengan perkembangan teknologi saat ini, pembuatan iklan juga semakin kreatif dan memikat.



Gambar 3.1. Contoh Iklan di Media Sosial

(Sumber: www.Youtube.com)

3.2 Pengertian Animasi 2D

Animasi 2D adalah kumpulan gambar 2D yang digerakan sesuai urutan dan menjadi sebuah gambar yang bergerak. Animasi adalah suatu teknik yang banyak sekali digunakan dalam dunia film ini, baik sebagai suatu kesatuan yang utuh, bagian dalam suatu film maupun bersatu dalam film live. Dunia film sebenarnya berakar dari fotografi, sedangkan animasi berakar dari dunia gambar, yaitu ilustrasi design grafis (desain komunikasi visual). Dapat dikatakan bahwa animasi merupakan suatu media yang lahir dari dua konversi atau disiplin, yaitu film dan gambar. Untuk dapat mengerti dan memakai teknik animasi, dua konversi tersebut harus dipahami dan dimengerti. (Syahfitri, 2011)

Animasi 2D ini yang paling akrab dengan keseharian kita. Biasa disebut juga dengan film kartun. Kartun sendiri berasal dari kata Cartoon, yang berarti gambar yang lucu. Memang, film kartun ini kebanyakan film yang lucu. Dengan seiringnya perkembangan zaman. Animasi 2D tidak hanya digunakan untuk film saja. Animasi 2D kini bisa menjadi sarana mengiklankan produk dan perusahaan.



Gambar 3.2. Contoh Pembuatan Animasi

(Sumber: www.Google.com)

3.3 Kelebihan dan Kekurangan Iklan Video Animasi 2D

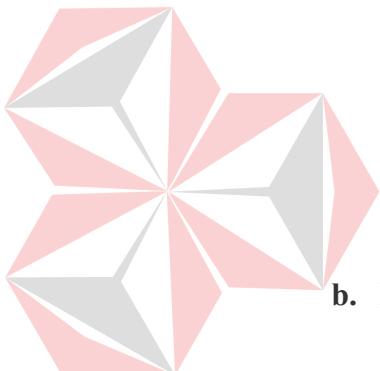
Adapun kelebihan dan kekurangan iklan video animasi 2D ini antara lain sebagai berikut :

a. Kelebihan :

1. Menghemat jumlah tenaga kerja karena hanya membutuhkan saat membuatnya saja, tidak seperti media cetak yang diharuskan untuk menyebar dan menjelaskan kepada orang.
2. Menghemat waktu karena jika dibandingkan dengan media cetak waktunya lebih efisien, tidak perlu bolak balik mencetak.
3. Mudah menarik perhatian orang dengan gambar yang menarik.

b. Kekurangan :

1. Tidak dapat menjamin konsumen paham dengan penjelasan yang ada di video.
2. Membutuhkan kreatifitas yang tinggi untuk membuatnya agar konsumen dapat tertarik dengan video iklannya.
3. Membutuhkan biaya lebih untuk menyebarluaskan lewat sosial media.



3.4 Proses Pembuatan Iklan

Secara umum perancangan dan pembuatan iklan mulai dari konsep sampai produksi adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan Informasi Kebutuhan

Proses mengumpulkan informasi adalah langkah pertama dari proses pembuatan iklan. Langkah ini kita mengadakan pertemuan dengan calon klien untuk membahas ruang lingkup perkerjaan secara umum. dalam tahap ini terdapat beberapa poin, antara lain:

- a. Target atau Konsumen
- b. Tempat iklan akan dipajang
- c. Kriteria klien

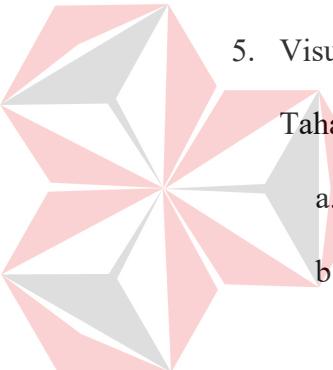
2. Pembuatan Kerangka Kerja

Tahap ini, semua hasil dari pencarian informasi disusun secara tertulis dan formal. Hal ini penting agar tidak ada perubahan terhadap konsep atau keinginan yang telah disepakati. Poin dalam tahap ini antara lain:

- a. Melakukan kesepakatan bersama dengan klien
- b. Mengatur jadwal bersama klien
- c. Tempat pemasangan iklan

3. Pencarian Ide Kreatif

Pada tahap ini yang terpenting adalah berkomunikasi dengan klien. Tahap ini penting karena dapat berpengaruh dalam kepuasan klien dengan hasil kita. Untuk mencari ide caranya antara lain bisa berupa survei, brainstorming (bertukar pikiran), membaca buku atau menggambar sketsa. Sebelum bertemu klien, ada baiknya menyelidiki selera klien, produk



sebelumnya, dan hal lain yang bisa diamati. Tahap selanjutnya membuat desain dengan berbagai versi, sebagai alternatif desain yang telah dibuat. Setelah klien menentukan satu pilihan, saatnya untuk memperbaiki atau merevisi desain yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan klien.

4. Olah Data

dapat berupa teks atau gambar terlebih dahulu harus diseleksi. Apakah data tersebut penting atau kurang penting. Baru setelah itu data tersebut diolah. Data bisa berupa Data Informatif dan/atau Data Estetis. Data informatif bisa berupa foto atau teks dan judul. Data estetis bisa berupa bingkai, gambar ornamen, gambar background, efek atau bidang.

5. Visualisasi

Tahap ini memiliki beberapa poin penting, diantaranya:

- a. Pemilihan Warna yang didapat dari data dengan klien
- b. Layout adalah proses untuk menyusun, menata menjadi media komunikasi yang efektif.
- c. Alternatif dan Revisi Hal ini tentu diperlukan. Tidak jarang harus bolak balik agar bisa diterima sampai tahap akhir.
- d. Finishing ini menentukan hasil akhir, mengoreksi semua konten apakah ada yang salah atau tidak. Serta menambahkan beberapa efek yang diperlukan.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam Bab IV ini akan dibahas mengenai deskripsi pekerjaan selama melakukan kerja praktik di Koperasi Mandiri Pratista Wiguna. Pada pelaksanaan kerja praktik, diberikan tugas yang berhubungan dengan program studi Produksi Film dan Televisi dan juga berhubungan dengan internal di Koperasi Mandiri Pratista Wiguna. Dalam kesempatan ini diberikan kepercayaan untuk menjadi bidang kreatif dan produksi iklan “Manfaat Bergabung di Koperasi” oleh Koperasi Mandiri Pratista Wiguna.

4.1 Analisa Sistem

Kerja praktik yang dilaksanakan ialah sebagai berikut:

Nama Institusi: Koperasi Mandiri Pratista Wiguna

Divisi : Bidang Kreatif dan Produksi Iklan

Tempat : Surabaya

Kerja praktik dilaksanakan selama satu bulan, dimulai pada 24 Februari 2020 sampai 24 Maret 2020, dengan alokasi waktu Senin sampai Jumat pada pukul 10.00-17.30 WIB

4.2 Posisi Dalam Instansi

Dalam melaksanakan kerja praktik, posisi yang diperoleh penulis adalah sebagai bidang kreatif dan produksi iklan, penulis dituntut membuat desain yang mampu mempromosikan beberapa usaha dari koperasi tersebut. Selain membuat desain, penulis juga dituntut dapat membuat beberapa video pendek untuk mempromosikannya. Untuk pertama penulis merancang semua ide untuk iklan.

Setelah itu dikonsultasikan kepada Ibu Rosa selaku kepala koperasi, oleh ibu Rosa akan diteruskan ke anggota yang lain dan jika sudah disetujui langsung masuk ke proses produksi iklan.



4.3 Kegiatan Selama Kerja Praktik di Koperasi Mandiri Pratista Wiguna

Kegiatan yang dilakukan selama pelaksanaan kerja praktik di Koperasi Mandiri Pratista Wiguna dilaporkan dengan rincian sebagai berikut. Laporan kegiatan disertai gambar hasil pekerjaan serta keterangan pada tiap gambar.

Hal yang juga paling penting dalam proses kegiatan adalah *software* yang dipakai untuk menunjang pekerjaan dan kegiatan selama kerja praktik, dan beberapa *software* utama yang digunakan antara lain Adobe Photoshop CC 18, Adobe Illustrator CC 18 Adobe After Effect CC 18 Adobe Premiere pro CC 18, Adobe Animation CC 18 seperti pada gambar 4.1 berikut.



Gambar 4.3.1. Software yang digunakan

(Sumber: Olahan Penulis)

1. Minggu Ke -1

Minggu pertama dalam kegiatan kerja praktik di Koperasi Mandiri Pratista Wiguna adalah survei lokasi desain yang akan ditempel pada salah satu usaha dari

Koperasi Mandiri Pratista Wiguna. Salah satu usaha ini bernama Orikopi yang terletak di Transmart Ngagel Surabaya dan Transmart Rungkut Surabaya. tertara pada gambar 4.2 dan gambar 4.3 di bawah ini.



Gambar 4.3.2. salah satu usaha dari Koperasi di Rungkut

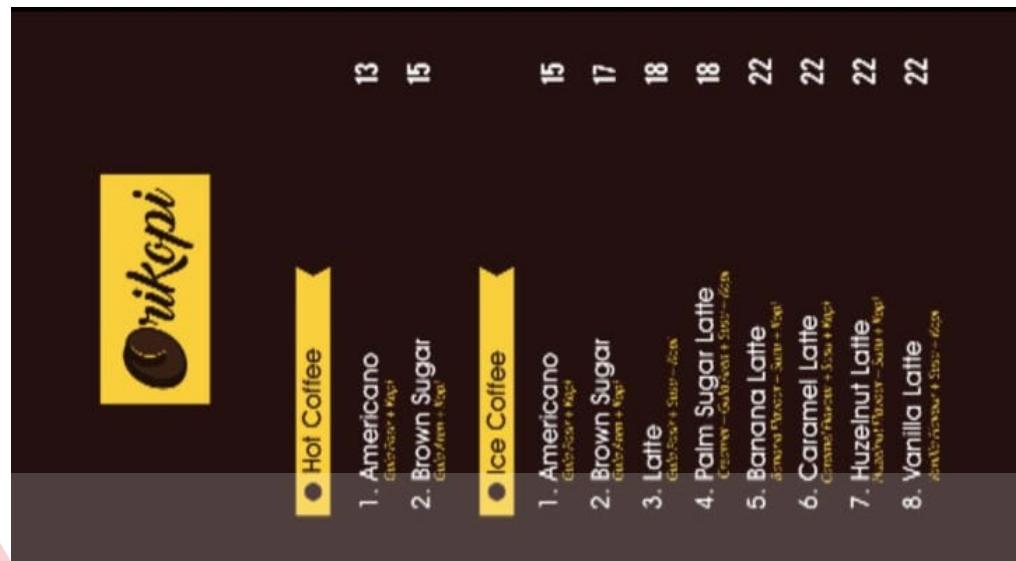
(Sumber : Olahan Penulis)



Gambar 4.3.3. salah satu usaha dari Koperasi di Ngagel

(Sumber: Olahan Penulis)

Setelah itu, merancang desain yang sesuai dengan selera pemilik. Setelah itu barulah penulis mendesain. Adapun desain yang sudah dibuat oleh penulis.



Gambar 4.3.4. Hasil Desain Menu

(Sumber: Olahan Penulis)

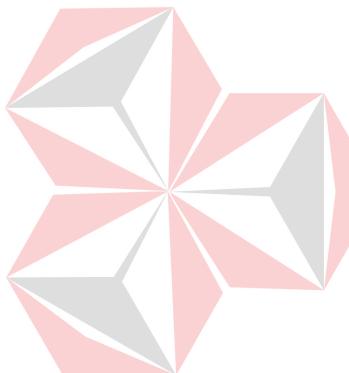


Gambar 4.3.5. Hasil Desain Tampilan Tv

(Sumber: Olahan Penulis)

2. Minggu Ke -2

Kerja praktik pada minggu kedua yaitu ditugaskan oleh Ibu Rosa selaku ketua koperasi untuk mulai mencetak dan memasang desain pada stand Orikopi. Berikut hasil pemasangannya.



Gambar 4.3.6. Pemasangan hasil rancangan penulis

(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.3.7. Pemasangan hasil rancangan penulis

(Sumber: Olahan Penulis)

3. Minggu Ke -3

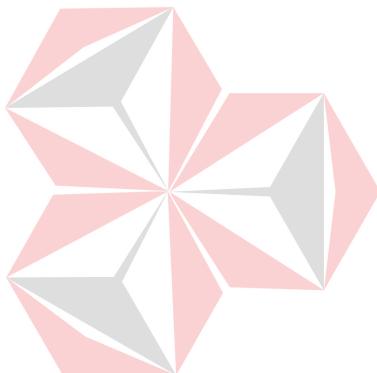
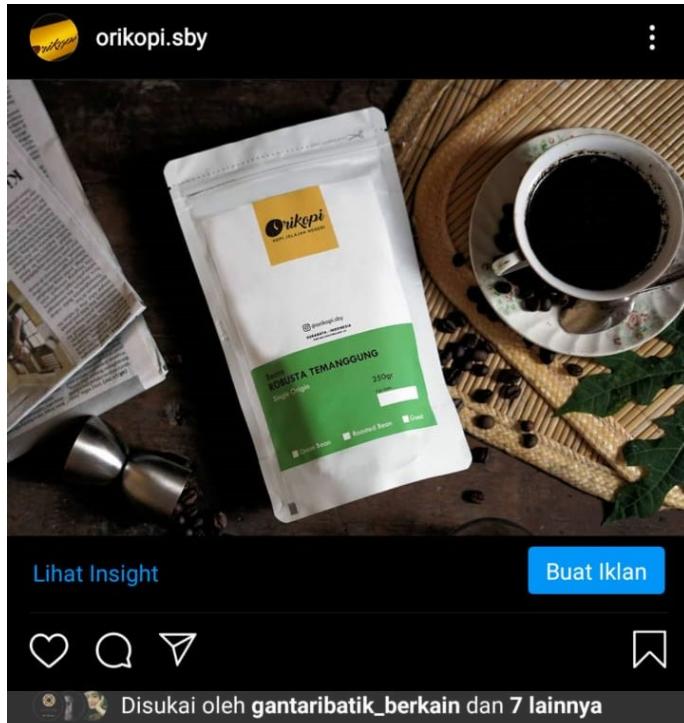
Minggu ke tiga kerja praktik pembuatan video iklan dan foto produk baru, untuk produk Orikopi, seperti pada gambar 4.8 berikut



Gambar 4.3.8. Proses Pembuatan Foto Produk dan Video

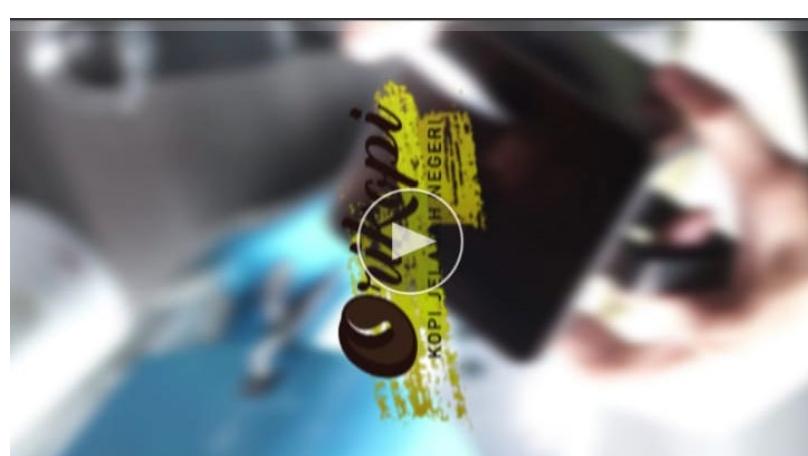
(Sumber: Olahan Penulis)

Setelah proses pembuatan foto produk dan video selesai, setelah itu dipublikasi ke sosial media. inilah hasil dari penulis. proses pembuatan desain konten Instagram pada gambar 4.9 dan hasil video pada gambar 4.10



Gambar 4.3.9. Hasil Foto yang dipublikasi

(Sumber: Olahan Penulis)

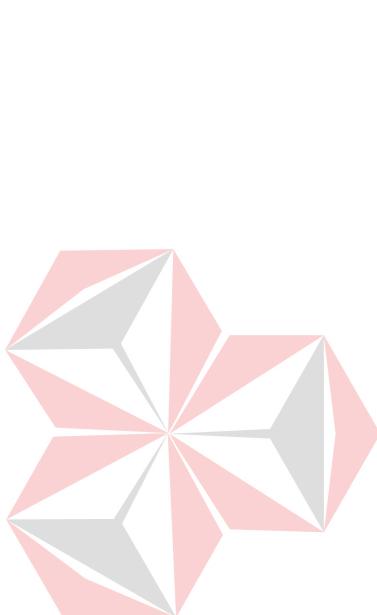


Gambar 4.3.10. Hasil Video

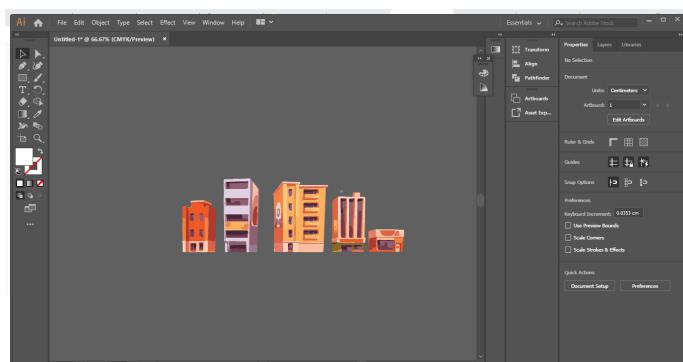
(Sumber: Olahan Penulis)

4. Minggu Ke -4

Minggu ke empat bertugas membuat video iklan untuk koperasi. Video iklan tersebut dalam bentuk animasi 2D. video tersebut bertujuan untuk dibagikan melalui media sosial. Adapun proses pembuatannya ada pada gambar 4.11 dan gambar 4.12.



Gambar 4.3.11. Proses Pembuatan Karakter
(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.3.12. Proses Pembuatan Latar
(Sumber: Olahan Penulis)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari semua proses yang telah dilalui dan dari beberapa literatur yang ada, maka beberapa kesimpulan dapat diambil dari Pembuatan Iklan Video Animasi 2d Dengan Judul “ Manfaat Bergabung di Koperasi “ di Koperasi Mandiri Pratista Wiguna di simpulkan beberapa hal yakni:

1. Sebagai seorang bidang kreatif dan produksi iklan, tidak mudah untuk melakukan proses pembuatan iklan atau mempromosikan suatu produk. dibutuhkan *skill* khusus dan kreatif dalam membuat konten. Dasar dari pembuatan konten iklan yaitu harus memahami betul target dalam produk tersebut. Setelah mengetahui target pemasarannya barulah bisa membuat konten untuk mengiklankan produk tersebut.
2. Dalam proses pembuatan konten iklan, dibutuhkan pengetahuan desain dan manajemen pemasaran untuk mendapatkan hasil memuaskan.

5.2 Saran

Adapun saran yang disampaikan berkaitan dengan penulisan laporan kerja praktik ini sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Menyiapkan peralatan pendukung proses pembuatan iklan seperti, komputer atau laptop yang memiliki spesifikasi yang memadai agar mempermudah dan mempercepat proses pembuatan iklan. Serta menyiapkan properti yang pas untuk proses pemotretan dan membuat video iklan.

2. Bagi Mahasiswa yang Akan Melakukan Kerja Praktik

Bagi mahasiswa yang tertarik dengan bidang kreatif yang nanti menjadi bidang kreatif dan produksi iklan, diharapkan lebih menambah wawasan dan referensi iklan produk serta sering-sering bekerja dengan tim.



DAFTAR PUSTAKA

Yuniyanto, H. R., & Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube. *Bisnis dan Manajemen*, 8, 21-28.

Azmi FN, S. M. (2017). Pengaruh Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Manajemen dan Organisasi*, 8, 2.

Fadlurrahman, R. (2017). Pembuatan Konten Visual Kreatif Harian Untuk Media Sosial Produk Pt. Sinar Sosro Menggunakan Adobe Creative Cloud 2017. *Teknologi Informatika dan Komputer*, 1.

Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13, 116 – 129.

Marhaeni , D. K. (2020). Makna. *Ilmu Komunikasi*, 1, 1.

Sagita, M. (2018, Februari 5). *Agar Dilirik Orang, Begini Cara Membuat Iklan yang Menarik*. Retrieved Juni 1, 2020, from Kumparan: <https://kumparan.com/kumparanbisnis/agar-dilirik-orang-begini-cara-membuat-iklan-yang-menarik/full>

Syahfitri, Y. (2011, September). Teknik Film Animasi Dalam Dunia Komputer. *Saintikom*, 10, 3.