

PEMANFAATAN ANIMASI 2D SEBAGAI MEDIA PROMOSI POLITEKNIK TEDC BANDUNG DENGAN PENDEKATAN INTELLECTUAL PROPERTY RONDA MAN

Bagus Rian Nugraha¹, Ari Sudrajat²

^{1,2}Politeknik TEDC Bandung, Indonesia

Corresponding email: bagusriannugraha@gmail.com

Copyright © 2025 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: 10.53866/jimi.v5i4.972

Abstract

This study discusses the development of a 2D animation as a promotional medium for Politeknik TEDC Bandung through the utilization of the intellectual property "Ronda Man." The background of this research stems from the need of educational institutions to adopt more creative and informative promotional strategies. The research method employed the Multimedia Development Life Cycle (MDLC), which consists of the stages of concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. The implementation resulted in a promotional animation video featuring the character Ronda Man as a communication medium. At the testing stage, a large-scale questionnaire was conducted with 50 respondents. The results showed that an average of 97.1% of respondents agreed or strongly agreed on the effectiveness of the animation. Based on these findings, the 2D animation "Ronda Man" proved to be effective as a creative promotional medium supporting the branding and publication of Politeknik TEDC Bandung.

Keywords: Multimedia, Video, 2D Animation, Promotional Media, Intellectual Property

Abstrak

Penelitian ini membahas pengembangan animasi 2D sebagai media promosi Politeknik TEDC Bandung melalui pemanfaatan *Intellectual Property* "Ronda Man". Latar belakang penelitian ini berangkat dari kebutuhan lembaga pendidikan untuk memiliki strategi promosi yang lebih kreatif dan informatif. Metode penelitian menggunakan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang meliputi tahap *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*. Hasil implementasi berupa video animasi promosi yang menampilkan karakter Ronda Man sebagai media komunikasi. Pada tahap pengujian, dilakukan kuesioner skala besar kepada 50 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata 97,1% responden menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap efektivitas animasi. Berdasarkan hasil tersebut, animasi 2D "Ronda Man" terbukti efektif sebagai media promosi kreatif yang mendukung branding dan publikasi Politeknik TEDC Bandung.

Kata Kunci: Multimedia, Video, Animasi 2D, Media Promosi, Kekayaan Intelektual.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dan strategi promosi, termasuk di bidang pendidikan. Perguruan tinggi dituntut menghadirkan media promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga kreatif serta mampu menarik perhatian generasi muda. Media konvensional seperti brosur, presentasi, atau poster seringkali dianggap kurang efektif karena bersifat statis dan kurang interaktif (Knapp et al., 2022).

Politeknik TEDC Bandung sebagai salah satu perguruan tinggi vokasi di Kota Cimahi juga menghadapi tantangan serupa. Animasi 2D menjadi salah satu media kreatif yang mampu menyampaikan informasi secara visual, edukatif, sekaligus menghibur (Soenyoto, 2017). Namun, pemanfaatannya masih lebih banyak difokuskan pada media pembelajaran, sementara penggunaan animasi sebagai sarana promosi perguruan tinggi masih jarang diteliti (Pratama & Chrissy, 2023).

Penelitian ini memanfaatkan *Intellectual Property* (IP) “Ronda Man”, sebuah karakter fiksi hasil karya penulis, sebagai tokoh utama dalam animasi promosi. Pemanfaatan IP lokal diyakini mampu memberikan diferensiasi dalam strategi komunikasi kampus serta memperkuat identitas budaya yang dekat dengan audiens (Chaysalina, 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) bagaimana merancang dan mengembangkan animasi 2D sebagai media promosi Politeknik TEDC Bandung dengan pendekatan IP Ronda Man, serta (2) bagaimana efektivitas animasi tersebut dalam menarik minat audiens. Tujuan penelitian adalah menghasilkan produk animasi 2D yang informatif, menarik, serta terbukti efektif sebagai media promosi kreatif untuk mendukung branding Politeknik TEDC Bandung.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) sebagai kerangka pengembangan animasi. MDLC dipilih karena sesuai untuk produksi multimedia yang menuntut proses sistematis mulai dari perancangan hingga distribusi (Apriadi et al., 2023). Model ini terdiri atas enam tahapan, yaitu *Concept*, *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*, *Testing* dan *Distribution*. Implementasi rinci dari setiap tahap akan dijelaskan pada bagian Hasil dan Pembahasan.

3. Hasil dan Pembahasan

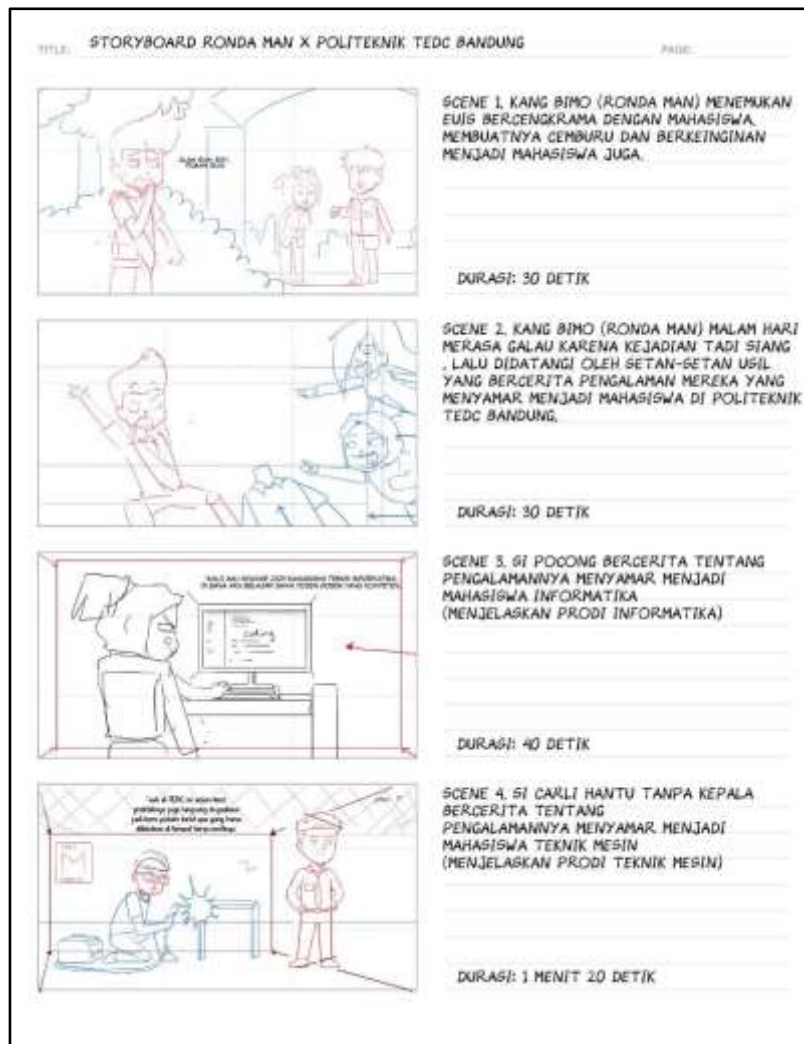
Penerapan metode MDLC dalam penelitian ini menghasilkan animasi 2D dengan memanfaatkan karakter Ronda Man. Implementasi tiap tahap dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.1. Concept

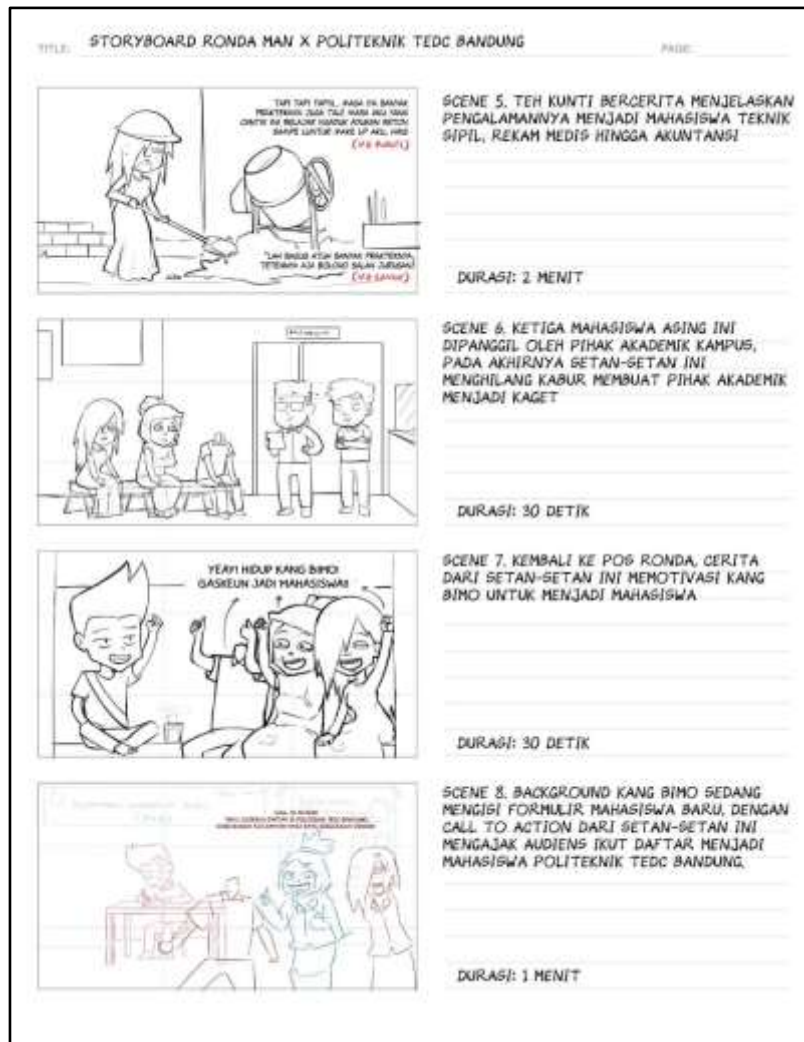
Pada tahap ini ditentukan ide dasar animasi, yaitu pemanfaatan karakter fiksi Ronda Man sebagai *Intellectual Property* (IP) yang digunakan untuk memperkenalkan Politeknik TEDC Bandung. Konsep ini dipilih karena dinilai mampu menghadirkan media promosi yang lebih kreatif dan informatif dengan target audiens generasi muda.

3.2. Design

Pada tahap perancangan *Design*, dibuat sebuah rancangan dari setiap *Scene* menggunakan *Storyboard*. Berikut ini adalah *Storyboard* rancangan dari video Animasi 2D. Berikut ini adalah *Storyboard* rancangan dari Animasi 2D.



Gambar 1. Storyboard - 1



Gambar 2. *Storyboard - 2*

3.3. Material Collecting

Setelah tahapan *Design*, penulis mengumpulkan semua bahan yang dibutuhkan untuk proses produksi. Bahan tersebut antara lain aset gambar karakter, *background*, elemen grafis, musik latar bebas royalti, efek suara, serta rekaman suara. Semua aset gambar merupakan hasil kreasi penulis sendiri, dan sebagian lainnya seperti efek suara dan musik latar diambil dari sumber legal. Berikut adalah aset gambar karakter dan elemen grafis yang digunakan.



Gambar 3. Aset Gambar Karakter Ronda Man



Gambar 4. *Background* Kampus Politeknik TEDC Bandung

3.4. *Assembly*

Tahap ini merupakan proses produksi animasi. Penulis mulai menggabungkan seluruh elemen visual dan audio menggunakan perangkat lunak pengolah animasi dan suara.



Gambar 5. Proses Pembuatan Animasi, *Scene Pos Ronda*



Gambar 6. Proses Pembuatan Animasi, *Scene Akademik*



Gambar 7. Proses Penggabungan Elemen Visual, Audio dan *Sound Effect*

3.5. Testing

Tahap *testing* dilakukan untuk menilai kualitas dan efektivitas animasi yang telah diproduksi. Pengujian dilakukan melalui dua mekanisme, yaitu uji ahli dan uji pengguna skala besar.

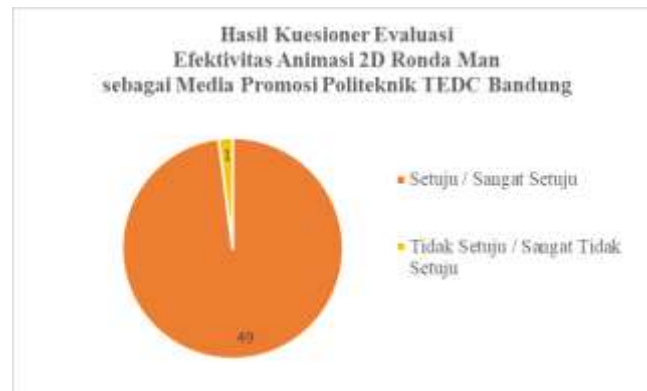
a. Uji Ahli

Uji ahli melibatkan penilaian dari ahli media dan ahli materi. Ahli media menilai aspek teknis seperti kualitas visual, animasi, dan integrasi audio, sedangkan ahli materi menilai kesesuaian isi promosi dengan tujuan komunikasi kampus. Hasil uji ahli menunjukkan bahwa animasi dinilai layak dengan beberapa masukan teknis yang kemudian diperbaiki.

b. Uji Skala Besar

Uji coba pengguna dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden dengan rentang usia 18–35 tahun. Instrumen menggunakan skala Likert (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju) dengan indikator penilaian meliputi tampilan visual, alur cerita, kejelasan informasi, daya tarik, serta efektivitas sebagai media promosi.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa rata-rata 97,1% responden menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap efektivitas animasi. Hal ini mengindikasikan bahwa animasi 2D berbasis IP Ronda Man berhasil menyampaikan pesan promosi secara menarik, komunikatif, dan lebih unggul dibandingkan media promosi konvensional. Berikut adalah diagram lingkaran hasil kuesioner:



Gambar 8. Diagram Lingkaran Hasil Kuesioner

3.6. Distribution

Tahap *Distribution* dilakukan setelah produk animasi selesai diuji. Animasi disimpan dalam format *digital* (.mp4) dengan resolusi *Full HD* 1920×1080 piksel dan diserahkan kepada pihak kampus untuk digunakan dalam kegiatan promosi. Animasi ini akan dipublikasikan secara resmi melalui kanal media sosial Politeknik TEDC Bandung, serta dimanfaatkan dalam kegiatan promosi tatap muka seperti *open house*.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan video animasi 2D melalui pendekatan *Intellectual Property* Ronda Man sebagai media promosi Politeknik TEDC Bandung dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Hasil pengujian menunjukkan bahwa animasi ini dinilai efektif sebagai media promosi kreatif, dengan tingkat penerimaan responden yang sangat tinggi. Penelitian ini membuktikan bahwa pemanfaatan animasi 2D mampu memperkuat daya tarik komunikasi promosi sekaligus memberikan nilai tambah melalui penggunaan karakter yang unik dan komunikatif. Dengan demikian, animasi 2D dapat menjadi strategi komunikasi visual yang relevan bagi institusi pendidikan dalam menjangkau audiens generasi muda.

Bibliografi

- Apriadi, Mitha, Sitompul, N., & Salahuddin. (2023). Pembuatan film animasi 2D cerita rakyat Pak Saloi “Berburu Kijang” dengan menerapkan metode MDLC. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 16(2), 49–57.
- Chaysalina, I. (2023). Place branding through establishing IP mascot to increase economy in Indonesia using Pentahelix model. *Journal of Visual Communication Design*, 8(2), 233–249.
- Knapp, P., Benhebel, N., Evans, E., & Moe-Byrne, T. (2022). The effectiveness of video animations in the education of healthcare practitioners: A systematic review of trials. *Perspectives on Medical Education*, 11(1), 195–206.
- Pratama, J., & Chrissy, J. (2023). Analisis efektivitas animasi sebagai media promosi kebudayaan China. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*, 9(1), 1–23.
- Soenyoto, P. (2017). *Animasi 2D*. Jakarta: Elex Media Komputindo.