Jurnal Penelitian Nusantara
Volume 1 ; Nomor 7 ; Juli 2025 ; Page 158-168
Doi : https://doi.org/10.59435/menulis.v1i7.485
Website : https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis
E-ISSN : 3088-988X

Perancangan Media Promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang

Anggun Renata[1], Anin Ditto[2], Eva Yanti[3]

[1]Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padang Panjang
[2]Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padang Panjang
aggnrenata@gmail.com

Abstrak

Media promosi berperan penting dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat serta memengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan. Dalam upaya memperkenalkan Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang, dirancang media promosi berbentuk audio visual yang menampilkan adegan rekaan mengenai perkembangan industri kreatif, serta berbagai fasilitas unggulan seperti ruang kelas nyaman, laboratorium multimedia terkini, dan ruang audio visual. Perancangan media ini menggunakan metode analisis SWOT dan AIDAS untuk menyusun strategi promosi yang efektif. Tahapan proses mencakup pengumpulan data, riset, pembuatan konsep, brainstorming, pemilihan warna dan tipografi, hingga produksi akhir. Selain video promosi, media pendukung seperti poster, banner, brosur, media sosial, dan merchandise turut disiapkan untuk memperkuat strategi promosi. Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Program Studi Animasi dan menarik minat calon mahasiswa baru untuk bergabung.

Kata Kunci: Institut Seni Indonesia Padang Panjang, Media Promosi, Program Studi Animasi

PENDAHULUAN

Industri animasi di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat, ditandai dengan banyaknya film animasi lokal yang meraih penghargaan serta keberhasilan animator Indonesia di tingkat internasional. Berdasarkan laporan Asosiasi Industri Animasi Indonesia (AINAKI), jumlah studio animasi di Indonesia mencapai sekitar 120 pada tahun 2020, dengan pertumbuhan industri sebesar 153% dalam kurun waktu lima tahun (2015-2019) dan rata-rata pertumbuhan 26% per tahun. Perkembangan ini menunjukkan bahwa subsektor Film, Animasi, dan Video (FAV) diproyeksikan menjadi salah satu sektor ekonomi kreatif yang tumbuh paling cepat di Indonesia pada 2023-2024. Oleh karena itu, kebutuhan akan sumber daya manusia yang kompeten di bidang animasi semakin meningkat, sehingga peran institusi pendidikan tinggi dalam mencetak tenaga profesional di bidang ini menjadi sangat penting.

Institut Seni Indonesia Padang Panjang sebagai salah satu perguruan tinggi yang fokus pada bidang seni dan budaya merespons kebutuhan industri dengan membuka Program Studi Animasi pada tahun 2023. Program ini sebelumnya merupakan bagian dari kurikulum Program Studi Desain Komunikasi Visual dan kini telah berdiri sendiri untuk memberikan pendidikan yang lebih terarah dan spesifik dalam bidang animasi. Kurikulum yang diterapkan mencakup prinsip-prinsip dasar animasi seperti *timing, spacing, squash and stretch, anticipation, follow-through, dan overlapping action* guna membekali mahasiswa dengan keterampilan yang diperlukan dalam industri animasi. Selain itu, Program Studi Animasi ISI Padang Panjang berupaya menciptakan keseimbangan antara pengembangan keilmuan animasi dan pembelajaran seni budaya dalam sistem pendidikan yang terstruktur dan kompetitif.

Meskipun Program Studi Animasi telah hadir di beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Negeri Padang (UNP) sejak 2020 dan Politeknik Negeri Padang (PNP) pada tahun akademik 2024/2025, persaingan dalam menarik minat calon mahasiswa semakin ketat. Berbagai strategi promosi telah dilakukan oleh institusi pendidikan lain, seperti pemanfaatan media sosial (Instagram, YouTube), website, serta kerja sama dengan industri dan sekolah kejuruan. Oleh karena itu, agar Program Studi Animasi ISI Padang Panjang dapat dikenal lebih luas dan bersaing dengan institusi lain, diperlukan media promosi yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* serta menarik minat calon mahasiswa baru.

Buchari Alma (2006) menyatakan bahwa media promosi merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan memberikan penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai suatu produk atau jasa untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, serta mendorong tindakan. Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi berbentuk audiovisual guna memperkenalkan Program Studi Animasi ISI Padang Panjang. Dengan strategi promosi yang

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

terstruktur, diharapkan media promosi ini dapat membangun kesadaran (*brand awareness*), memengaruhi preferensi, serta mendorong calon mahasiswa untuk memilih Program Studi Animasi ISI Padang Panjang sebagai pilihan pendidikan mereka.

METODE

Observasi

Observasi langsung dilakukan ke Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang untuk mengumpulkan data yang relevan, dengan fokus pada tata cara pelaksanaan proses pembelajaran serta pengamatan terhadap fasilitas yang tersedia. Selain itu, interaksi dengan mahasiswa dan dosen dilakukan melalui wawancara serta pengajuan pertanyaan terstruktur guna memperoleh informasi yang mendukung proses perancangan. Data yang diperoleh dari observasi dan interaksi ini kemudian dianalisis dan dijadikan dasar dalam pengembangan desain yang relevan serta sesuai dengan kebutuhan.

Wawancara

Wawancara langsung dengan Ketua Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang, Bapak Olvyanda Ariesta, S.Pd., M.Sn., pada Februari 2024, mengungkapkan bahwa strategi promosi yang telah dilakukan masih berfokus pada penggunaan animasi sebagai konten utama guna menonjolkan identitas Program Studi Animasi serta meningkatkan kepercayaan calon mahasiswa melalui penyajian animasi yang menarik. Media promosi yang digunakan meliputi media sosial, seperti Instagram, yang menampilkan konten promosi berupa ucapan selamat datang kepada mahasiswa baru pada 28 Juni 2023, yang memperoleh respons positif dengan 302 *likes* dan 49 komentar interaktif. Selain itu, website Institut Seni Indonesia Padang Panjang juga dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif dalam menyajikan informasi mengenai program studi dan keunggulannya, di mana desain website yang profesional dinilai mampu memperkuat citra institusi serta memberikan kesan positif bagi calon mahasiswa dan masyarakat umum. Namun, hingga saat ini promosi yang menampilkan fasilitas animasi belum dapat dilakukan mengingat Program Studi Animasi masih tergolong baru dan belum memiliki banyak fasilitas yang dapat dijadikan bahan promosi. Data yang diperoleh dari wawancara ini selanjutnya diolah dan dianalisis sebagai dasar dalam proses perancangan strategi promosi yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan program studi.

Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka terkait topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada 100 responden yang berasal dari tiga SMK/SMA di Sumatera Barat, yaitu SMKN 1 Ranah Pesisir sebanyak 30 responden, SMKN 4 Pariaman sebanyak 19 responden, dan SMKN 1 Payakumbuh sebanyak 23 responden, sementara sisanya merupakan responden dari SMK/SMA di luar Sumatera Barat. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang objektif dan representatif mengenai persepsi serta pemahaman calon mahasiswa terhadap Program Studi Animasi di Institut Seni Indonesia Padang Panjang, sehingga hasilnya dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengembangan strategi promosi yang lebih efektif.

Kepustakaan

Referensi dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang relevan, termasuk buku dan literatur daring yang membahas topik sesuai dengan kebutuhan perancangan karya desain sebagai landasan teori. Penggunaan referensi ini bertujuan untuk menyempurnakan perancangan skripsi karya serta memperluas wawasan dalam proses pengembangan media promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang. Dengan mendasarkan penelitian pada literatur yang kredibel, proses perancangan diharapkan dapat lebih terarah, sistematis, serta sesuai dengan perkembangan keilmuan dan kebutuhan target audiens.

Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto yang berkaitan dengan Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang. Data dokumentasi ini berfungsi sebagai landasan pemikiran serta sumber ide dalam perancangan media promosi, sehingga dapat menghasilkan konsep yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan program studi. Melalui dokumentasi yang sistematis, informasi visual yang diperoleh dapat digunakan untuk mendukung validitas penelitian serta memperkaya aspek estetika dan fungsional dalam proses penciptaan karya.

Analisis Target Audiens

a. Target Primer

Dalam perancangan media promosi ini, target primer ditujukan kepada calon mahasiswa yang ingin melanjutkan studi Animasi, dengan segmentasi yang dijabarkan sebagai berikut: 1) Segmentasi Geografis, Segmentasi geografis dalam perancangan ini ditujukan kepada calon mahasiswa baru yang berada di dalam maupun diluar provinsi Sumatera Barat (nasional); 2) Segmentasi Demografis, Sasaran demografis dalam perancangan ditujukan kepada calon mahasiswa baru yang berumur 18-22 tahun (SLTA Sederajat); 3) Segmentasi Psikografis Segmentasi dalam perancangan ini ditujukan kepada calon mahasiswa baru yang membutuhkan informasi seputar Program Studi Animasi di Institut Seni Indonesia Padang Panjang dimanapun dan kapanpun; 4) Behavioristik, Perilaku target Program Studi Animasi di Institut Seni Indonesia Padang Panjang adalah tamatan SMK/SLTA Sederajat yang berkonsentrasi pada industri kreatif seperti animasi, multimedia, desain, film, dan fotografi calon mahasiswa, yang ingin berkecimpung di dunia Animasi.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

b. Target Sekunder
Perancangan ini juga menargetkan kepada target sekunder yang berupa Perguruan Tinggi yang yang mempunyai Program studi yang sama yaitu, Program Studi Animasi yang dapat menginprove satu sama lain.

Analisis SWOT

Perancangan menggunakan metode analisis SWOT. Metode ini dipilih agar mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Media Promosi Program Studi Animasi di Institut Seni Indonesia Padang Panjang dengan permasalahan yang ada. Analisis data tersebut dilakukan setelah data dikumpulkan. Penggunaan metode ini diharap dapat menjawab permasalahan yang ada.

Analisis AIDAS

Perancangan Media Promosi Promosi Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang menggunakan analisis AIDAS. Dalam perkembangan dunia digital dan internet, AIDAS merupakan model pemasaran yang cocok untuk membantu dan membuat rangka dalam perancangan Media Promosi Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang yang menggunakan dunia digital dan internet sebagai media promosi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Perancangan

a. Konsep Verbal
Konsep verbal dalam perancangan media promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang dengan tagline “Animate Your Dream” dirancang untuk mengkomunikasikan bahwa kampus ini tidak hanya sebagai tempat pembelajaran, tetapi juga sebagai ruang bagi mahasiswa untuk mewujudkan impian melalui karya animasi yang inovatif.

Gaya bahasa yang digunakan bersifat inspiratif, motivasional, dan energik, dengan pendekatan semi-formal yang mudah dipahami, namun tetap mempertahankan kesan profesional. Kalimat yang disusun singkat, padat, dan menarik perhatian agar efektif dalam menjangkau calon mahasiswa, khususnya generasi muda.

Melalui konsep verbal ini, media promosi diharapkan dapat menyampaikan informasi secara jelas dan menarik, menggugah minat, serta mengundang calon mahasiswa berbakat untuk bergabung dan berkembang dalam bidang animasi.

b. Konsep Visual
Konsep visual media promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang berfokus pada media audio-visual dengan pendekatan sinematik. Video promosi berdurasi 4 menit 35 detik ini diawali dengan gambaran peluang dan tantangan dalam industri animasi, dilanjutkan dengan pengenalan program studi, fasilitas pendukung, suasana pembelajaran, serta karya mahasiswa.

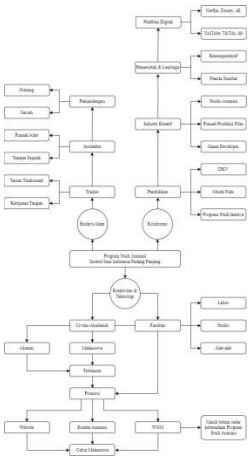
Sebagai daya tarik awal, video menampilkan lanskap budaya Minangkabau yang khas, memadukan keindahan seni lokal dengan karya mahasiswa. Elemen visual menggunakan warna cerah untuk merepresentasikan semangat dan dinamika dunia animasi, disertai teks informatif yang jelas untuk memudahkan pemahaman audiens.

Pendekatan visual ini mengintegrasikan unsur modern, inspiratif, dan relevan dengan perkembangan dunia digital dan industri kreatif. Media promosi ini dirancang untuk menarik perhatian calon mahasiswa berbakat yang berminat di bidang animasi.

Proses Perancangan

a. Pra-Produksi
1. *Brainstorming*
Brainstorming merupakan teknik pengumpulan gagasan atau ide yang digunakan untuk menemukan solusi dalam proses perancangan desain. Konsep perancangan yang dihasilkan melalui teknik ini difokuskan pada beberapa kata kunci utama, yaitu: *kreativitas dan teknologi*, *budaya dan alam*, serta *kolaborasi*. Kata kunci tersebut menjadi dasar dalam pengembangan ide yang relevan dan inovatif sesuai dengan tujuan perancangan.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.



Bagan 1. Brainstorming
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

2. Tipografi
   Tipografi yang digunakan dalam perancangan media promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang memadukan dua jenis font: *sans serif* untuk desain grafis dan *serif* untuk elemen teks pada video.

Gambar 1. Tipografi untuk Desain - Sans Serif
(Dokumentasi: Anggun Renata, 2024)

Gambar 2. Tipografi untuk Video - Serif
(Dokumentasi: Anggun Renata, 2024)

   Dalam perancangan media promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang, jenis tipografi yang digunakan adalah *Montserrat* untuk desain grafis dan *Crimson* untuk elemen teks pada video.

3. Warna

Gambar 3. *Color Mood* Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang
(Sumber: Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang, 2024)

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Warna yang digunakan dalam perancangan media promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang disesuaikan dengan *color palette* yang telah ditetapkan sebelumnya, yang termasuk dalam kelompok warna *earth tones*.

Dengan kombinasi warna dominan putih dan abu-abu terang yang modern serta warna *earth tones* yang hangat dan membumi, desain media promosi ini diharapkan mampu menciptakan kesan profesional, estetis, dan menarik perhatian.

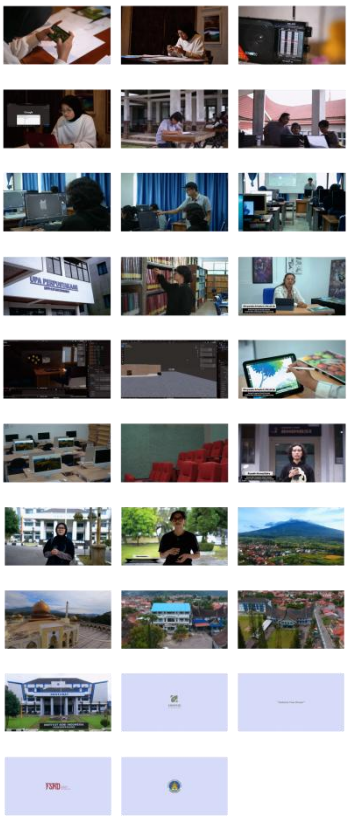
b. Proses Produksi
Setelah proses perancangan selesai, tahap selanjutnya adalah proses produksi. Sebelum produksi dimulai, dibentuk crew list beserta manajemen untuk memastikan kelancaran selama produksi berlangsung. Pada rapat pertama, dilakukan pembahasan mengenai sinopsis, storyline, moodboard, teknik pengambilan gambar, serta penjelasan konsep dan pemahaman yang mendalam terkait proyek.

Selanjutnya, menyusun *shooting schedule* agar proses produksi berjalan secara disiplin dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Tahap utama dalam proses produksi ini adalah *shooting*, yaitu kegiatan pengambilan gambar yang dirancang berdasarkan konsep yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahap ini, kameramen akan bekerja sesuai arahan *storyline* yang telah dirumuskan sebelumnya.

c. Pasca Produksi
Setelah tahap produksi, yaitu pengambilan gambar dan video, selesai dan dianggap sudah memenuhi kebutuhan, langkah berikutnya adalah memasuki tahap pascaproduksi atau proses penyuntingan. Dalam tahap ini, digunakan perangkat lunak *CapCut Premium* untuk mendukung proses penyuntingan. Tahap pascaproduksi terdiri dari dua proses utama, yaitu *editing offline* dan *editing online*. *Editing offline* mencakup pemilihan dan penyusunan materi mentah, sementara *editing online* meliputi penyempurnaan hasil akhir, seperti penyesuaian warna, penambahan efek, dan elemen grafis untuk memastikan kualitas visual yang optimal.

Hasil Karya

a. Hasil Karya Audio Visual
Video promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang ini dirancang untuk tayangan di YouTube dan berbagai platform media sosial lainnya. Dengan durasi total 4 menit 35 detik.



Gambar 4. Final Audio Visual
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

b. Hasil Karya Pendukung
   1. Poster

Gambar 5. Final Poster A
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

Poster A dicetak dalam ukuran A2 menggunakan bahan *albatross*, dilengkapi dengan *frame* untuk menambah kesan estetis dan profesional.

Gambar 6. Final Poster B
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

Poster A dicetak dalam ukuran A2 menggunakan bahan *albatross*, dilengkapi dengan *frame* untuk menambah kesan estetis dan profesional.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

2. Banner

Gambar 7. Final Banner
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

Banner dicetak dalam ukuran 60x160cm menggunakan bahan *Korean Vinyl* 440 GSM untuk memastikan daya tahan dan ketajaman visual.

3. Brosur

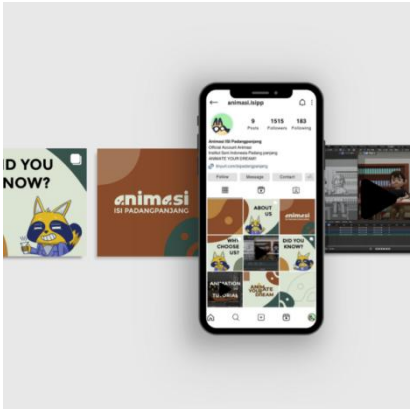
Gambar 8. Final Brosur
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

Gambar 9. Final Brosur
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

Brosur didesain dengan tata letak yang informatif dan menarik, dicetak pada ukuran A4 menggunakan kertas *Art Paper* berkualitas untuk memudahkan distribusi informasi kepada khalayak.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

4. Feed Instagram



Gambar 10. Final Feed Instagram
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

Feed Instagram dirancang sebagai konten unggahan media sosial, mencakup postingan visual dan video yang menampilkan berbagai kegiatan Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang. Konten ini disusun untuk memberikan gambaran yang menarik dan informatif mengenai aktivitas program studi kepada audiens.

5. Merchandise
Merchandise berupa *T-shirt, goodie bag, pin, sticker* dan aksesori lainnya, dibuat dengan desain khas untuk memperkuat identitas Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang.

Gambar 11. Final Kaos
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

Gambar 12. Goodie Bag
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

Gambar 13. Final Pin
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Gambar 14. Final *Sticker*
(Karya Oleh: Anggun Renata, 2024)

Pembahasan

Hasil penelitian mengenai perancangan media promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang menunjukkan bahwa strategi promosi yang selama ini dilakukan masih berfokus pada penggunaan animasi sebagai konten utama, namun belum secara maksimal menampilkan fasilitas dan keunggulan program studi secara menyeluruh. Berdasarkan wawancara dengan Ketua Program Studi Animasi serta hasil observasi, ditemukan bahwa keterbatasan fasilitas menjadi salah satu kendala dalam penyampaian informasi yang lebih mendalam kepada calon mahasiswa. Di sisi lain, hasil kuesioner yang melibatkan 100 responden dari beberapa SMK/SMA menunjukkan bahwa calon mahasiswa cenderung tertarik pada institusi yang tidak hanya menawarkan program pembelajaran yang berkualitas, tetapi juga memiliki sarana dan prasarana yang mendukung proses belajar mereka.

Analisis SWOT mengidentifikasi bahwa Institut Seni Indonesia Padang Panjang memiliki reputasi baik dalam bidang seni dan didukung oleh tenaga pengajar yang kompeten. Namun, keterbatasan dalam jaringan industri dan fasilitas yang belum sepenuhnya optimal menjadi kelemahan yang perlu diperhatikan. Dalam perspektif model AIDAS, perancangan media promosi yang berfokus pada konten audio-visual berbasis animasi dinilai efektif dalam menarik perhatian calon mahasiswa, terutama melalui platform digital seperti Instagram dan YouTube. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa penggunaan media digital interaktif lebih efektif dalam meningkatkan daya tarik promosi institusi pendidikan dibandingkan dengan metode konvensional.

Namun, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada aspek promosi berbasis digital tanpa mempertimbangkan efektivitas media promosi cetak atau offline yang masih relevan di beberapa daerah. Kedua, analisis target audiens lebih banyak berpusat pada calon mahasiswa di tingkat sekolah menengah, sementara potensi kolaborasi dengan industri atau profesional di bidang animasi belum banyak dibahas. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi berbagai metode promosi yang lebih beragam, termasuk integrasi antara media digital dan konvensional, serta mengkaji efektivitas strategi promosi dalam meningkatkan jumlah pendaftar program studi secara kuantitatif. Selain itu, kolaborasi dengan industri animasi lokal maupun internasional dapat menjadi strategi yang diperhitungkan untuk memperkuat daya saing Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang di tingkat nasional dan global.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan media promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang memiliki peran strategis dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik program studi bagi calon mahasiswa. Proses perancangan diawali dengan observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka, dan dokumentasi yang menghasilkan data komprehensif mengenai kondisi promosi yang telah dilakukan serta kebutuhan audiens sasaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi sebelumnya masih berfokus pada penggunaan animasi sebagai konten utama dan belum secara optimal menampilkan fasilitas program studi, yang menjadi salah satu faktor pertimbangan calon mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan.

Melalui pendekatan analisis SWOT dan model AIDAS, strategi perancangan media promosi dirancang agar mampu menarik perhatian, membangun ketertarikan, mendorong keinginan, serta menghasilkan tindakan dan kepuasan audiens terhadap informasi yang disampaikan. Media promosi yang dirancang menggunakan format audio-visual berbasis animasi dengan penyampaian yang ringkas, dinamis, dan menarik untuk disebarluaskan melalui platform digital seperti Instagram Reels dan YouTube. Dengan demikian, perancangan media promosi ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas strategi

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

pemasaran Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang, memperkuat branding institusi, serta memberikan informasi yang lebih komprehensif kepada calon mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga diberi kesempatan, kekuatan dan kemampuan untuk dapat menyelesaikan jurnal ini. Jurnal yang berjudul "Perancangan Media Promosi Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang" disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Padang Panjang. Dengan tulus, diucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam proses penyelesaian jurnal ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dr. Febri Yulika, S.Ag., M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Padang Panjang, atas dukungan dan kebijakan yang mendukung kelancaran studi perancang.

2. Prof. Dr. Rosta Minawati, S.Sn., M.Si., selaku Wakil Rektor I, atas perhatian dan kontribusinya dalam mendukung proses akademik di kampus.

3. Dr. Rizwel Zam, S.Sn., M.Sn., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, atas arahan, dukungan, serta fasilitas yang telah diberikan selama masa studi.

4. Aryoni Ananta, S.Ds., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, atas kepemimpinan, bimbingan, serta dukungan yang telah diberikan selama masa studi dan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

5. Izan Qomarats, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Program Studi Desain Komunikasi Visual, atas dedikasi, bimbingan, serta dukungan yang diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.

6. Olvyanda Ariesta, S.Pd., M.Sn., selaku Dosen Pebimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan masukan disetiap masalah yang perancang hadapi, selaku Dosen Penguji III, yang memberikan banyak masukan berharga dalam penyelesaian skripsi karya ini. serta selaku Ketua Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang, yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk materi, motivasi mental, maupun ilmu yang sangat berarti, sehingga perancang dapat memiliki ruang dan kesempatan untuk berkembang.

7. Bapak Anin Ditto, S.Pd., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I untuk semua pembelajaran yang membangun dari perancangan sampai dengan tahapan ujian komprehensif.

8. Ibu Eva Yanti, S.Ds., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, atas semua pembelajaran, kritik, dan saran yang membangun selama proses perancangan hingga tahap ujian komprehensif.

9. Bapak Drs. Harissman M.Si. selaku Ketua Penguji, yang telah memberikan dukungan dan arahannya selama perancang menempuh studi.

10. Ary Leo Bermana, S.Pd., M.Sn., selaku Dosen Penguji II, atas seluruh masukan berharga yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi karya ini.

11. Segenap Civitas Akademika Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Padang Panjang yang telah berbagi ilmu, wawasan, dan pengalaman yang sangat berarti dalam proses studi perancang.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2006). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.

Arens, William F. (2006). *Contemporary Advertising*. McGraw-Hill.

G. R. Terry. (1972). *Principles of Management*. Richard D. Irwin, Inc.

Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Kemenparekraf/Baperekraf RI. (2024, Februari 23). *Perkembangan Industri Animasi di Indonesia Berpotensi Tembus Pasar Global*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Diakses dari https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/perkembangan-industri-animasi-di-indonesia-berpotensi-tembus-pasar-global.

Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Lewis, E. St. Elmo. (1898). *The Education of a Salesman*. The Book-Keeper Publishing.

Program Studi Animasi Institut Seni Indonesia Padang Panjang. (2024). Diakses dari https://www.isi-padangpanjang.ac.id/program-studi-animasi-d4/.

Purnomo, D. (2010). *Strategi Perancangan Desain Grafis Berbasis Analisis SWOT*. Pustaka Grafika.

Rohidi, Tjetjep Rohindi. (2011). *Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Kanisius.

Shimp, Terence A. (2003). *Advertising, Promotion, and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications*. South-Western College Pub.

Suyanto, M. (2013). *Strategi Perancangan Iklan yang Efektif Berbasis Model AIDAS*. Andi Publisher.

Widagdo, Setiawan. (2015). *Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Efektif*. Gaya Media.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.