

PELATIHAN ANIMAKER PADA PEMBUATAN IKLAN ANIMASI 2D PRODUK UMKM PAMULANG

Dian Pratiwi¹, Syaifudin², Is
Mardianto³, Abdul
Rochman⁴, Divani Julieta⁵,
Fitria Nabilah Putri⁶, Ida
Jubaidah⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Teknik Informatika,
Universitas Trisakti, Jakarta,
Indonesia

Artikel

Diterima : 20 Februari 2022
Disetujui : 01 Agustus 2022

Email :

dian.pratiwi@trisakti.ac.id

Abstrak

Adanya perkembangan pada bentuk periklanan menyebabkan semakin tingginya persaingan pada pemasaran produk. Bahkan saat ini, penjualan secara digital didominasi para pelaku UMKM melalui sosial media yang masih perlu penambahan konten agar lebih menarik pasar. Inilah yang kemudian tim PKM dari USAKTI Teknik Informatika lakukan, dimana akan diterapkan pendampingan untuk para pemilik UMKM Pamulang dalam memperkaya konten iklan berbasis animasi 2D terhadap produk yang mereka jual dan memberi bekal kemampuan dalam membuat iklan berbentuk MP4 menggunakan aplikasi daring Animaker. Dalam pelaksanaannya pada hari Sabtu 18 Desember 2021, pelatihan ini diikuti secara daring melalui ZOOM oleh 14 peserta dan 7 panitia yang terdiri dari 2 sesi, yaitu sesi pengenalan Animaker dan sesi praktek membuat iklan produk fashion. Berdasarkan hasil pengisian kuisioner awal, diketahui bahwa 79.3% dari 29 peserta yang mendaftar belum mengetahui cara membuat iklan animasi dan sebanyak 89.7% belum mengetahui tentang Animaker. Selain itu, 75.9% dari total peserta UMKM yang mendaftar beriklan melalui media sosial, dengan sisanya masih menggunakan brosur cetak maupun digital. Kemudian berdasarkan hasil umpan balik dari para peserta didapat bahwa 80% dari mereka menyatakan sudah dapat membuat iklan secara mandiri dengan menggunakan Animaker dan pelatihan tersebut sangat bermanfaat bagi mereka.

Kata Kunci: Animasi 2D, Pamulang, Media, UMKM

Abstract

The existence of developments in the form of advertising has led to increasingly high competition in product marketing. Even today, digital sales are dominated by MSME players through social media, which still need to add content to make it more attractive to the market. This is what the PKM team from USAKTI Informatics Engineering did, where assistance will be applied to Pamulang MSME owners in enriching 2D animation-based advertising content for the products they sell and providing the ability to create MP4-shaped advertisements using the Animaker online application. In its implementation on Saturday 18 December 2021, this training was followed online through ZOOM by 14 participants and 7 committees consisting of 2 sessions, namely Animaker introduction session and practice session on making fashion product advertisements. Based on the results of filling out the initial questionnaire, it was found that 79.3% of the 29 participants who registered did not know how to create animated advertisements and as many as 89.7% did not know about Animaker. In addition, 75.9% of the total MSME participants who register advertise through social media, with the rest still using printed or digital brochures. Then based on the feedback from the participants, it was found that 80% of them stated that they were able to make advertisements independently using Animaker and the training was very useful for them

Keywords: 2D Animation, Pamulang, Media, MSME

PENDAHULUAN

Saat ini di era pandemic Covid-19, teknologi semakin cepat berkembang di hampir setiap bidang. Tanpa terkecuali pada bidang *sales* atau penjualan. Untuk menumbuhkan minat calon pembeli yang sebagian besar berada di rumah karena adanya pengurangan mobilisasi dan sosialisasi, para penjual maupun pelaku usaha memerlukan dukungan promosi yang menarik perhatian dan interaktif. Makin meluasnya jenis sarana iklan ataupun pemasaran menyebabkan persaingan penjualan antar produk juga semakin meningkat. Model lama periklanan seperti poster dan brosur pun mulai ditinggalkan dan beberapa teralihkan ke media teknologi seperti layar LCD maupun videotron. Penggunaan kedua jenis media tersebut tentunya membuat iklan jadi jauh lebih menarik, efektif dan efisien walaupun cukup memakan biaya. Bahkan sekarang ini, tren marketing lebih banyak mendominasi menggunakan media sosial, seperti Instagram(IG), Facebook(FB), WhatsApp Group maupun Telegram. Pemanfaatan sarana tersebut juga perlu diperkaya dengan informasi maupun kontenyang menarik guna mempromosikan produk, terutama yang ditawarkan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM sendiri merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan pada peningkatan perekonomian di Indonesia. Hal ini disebabkan adanya penyerapan tenaga kerja UMKM yang sangat tinggi serta merangkul masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Namun UMKM di Indonesia juga sering menghadapi banyak masalah seperti kurangnya biaya promosi dan lemahnya bentuk pemasaran. Menurut keterangan dari CNN Indonesia (Hasibuan, 2020), UMKM yang masih tetap berdiri dan bertahan pada tahun 2020 kurang lebih sebanyak 48%. Kondisi demikian mengakibatkan pengelola UMKM harus mampu lebih kreatif pada kegiatan penjualan produknya agar bisa tetap eksis dan berkembang. Lalu dari hasil survey yang sudah dilaksanakan oleh tim PKM ke wilayah Tangerang Selatan, para pelaku UMKM mempunyai beberapa masalah yang ada kaitannya dengan usahanya seperti belum mempunyai sarana iklan produk yang memadai, karena terkendala biaya yang relative mahal untuk mengenalkan produk mereka, masih terbatasnya pengetahuan dalam berpromosi dengan memanfaatkan teknologi computer ataupun internet, serta masih sedikitnya pengetahuan dan keterampilan untuk membuat promosi yang menarik. Mayoritas dari mereka juga melakukan promosi hanya melalui media sosial seperti WhatsApp dan Telegram, karena keterbatasan biaya promosi. Berikut ini adalah gambaran media promosi yang dibuat para pelaku UMKM di wilayah Tangerang Selatan Pamulang:



Gambar 1. Kumpulan Bentuk Promosi UMKM Pamulang

Inilah yang menjadikan kegiatan PKM ini perlu diselenggarakan, dimana akan diterapkan sebuah pendampingan secara daring kepada para pelaku UMKM dalam membuat konten iklan berbentuk animasi 2D untuk memperkenalkan dan mengiklankan produk-produk yang ditawarkan oleh mereka. Pada dasarnya, kegiatan yang sama mengenai pelatihan pembuatan animasi untuk kegiatan promosi produk sudah pernah dilaksanakan sebelumnya, baik dari tim perwakilan Universitas Trisakti maupun dari institusi pendidikan lainnya (Hadi & Yoni, 2015). Pendampingan pembuatan animasi tersebut ada yang diperuntukkan khusus para pengajar/guru sebagai alternatif media pembelajaran interaktif (Wiyaka et al., 2013)(Indrawan et al., 2017), ada pula yang diberikan untuk LPK/ masyarakat umum sebagai sarana iklan dan media sosialisasi (Afgan, 2012). Model animasi yang diajarkan juga ada yang berbentuk 2D maupun 3D, dengan memanfaatkan penggunaan aplikasi sederhana serta gratis yang mudah juga untuk dipelajari oleh orang awam atau pemula sekalipun seperti Blender 3D dan Scratch(Permana et al., 2017)(Zebua et al., 2020). Sedangkan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang pernah tim Universitas Trisakti lakukan dengan topik animasi yaitu berupa pelatihan pembuatan iklan dengan menerapkan aplikasi Animatron kepada pelaku UMKM di wilayah Tangerang Selatan (Pratiwi et al., 2022)serta aplikasi Animaker untuk UMKM sekitar wilayah Jakarta dan Tangerang (Pratiwi et al., 2021). Dari kedua kegiatan tersebut telah didapat umpan balik yang cukup positif, yakni para peserta sangat bersemangat untuk dapat mengikuti kegiatan yang sama apabila dilaksanakan kembali. Oleh sebab itulah, kegiatan ini kemudian tim adakan lagi untuk memberikan pengetahuan serta keterampilan lebih lanjut kepada para UMKM mengenai pembuatan iklan berbasis animasi dengan Animaker.

Melalui pelatihan ini, diharapkan selain dapat memperoleh keterampilan dan memperdalam pengetahuan tentang tata cara mengembangkan iklan produk dengan animasi, juga dapat menambah perekonomian dan ketertarikan calon konsumen terhadap produk para pengusaha UMKM, terutama di area Pamulang

KAJIAN TEORI

Pelatihan ini dilakukan tim Program Studi Teknik Informatika dan Sistem Informasi Universitas Trisakti yang terdiri dari 4 Dosen serta 3 mahasiswa, dengan materi yang diberikan berupa materi konsep Animasi dan Animaker, yang dilanjutkan dengan praktek pembuatan video iklan animasi 2D. Materi pertama terdiri atas pengenalan animasi, dasar dan manfaat penggunaan Animaker, menu-menu dan penjelasan ringkas langkah-langkah yang dibutuhkan untuk membentuk animasi kreatif. Sedangkan untuk praktek, para peserta diberikan studi kasus untuk membuat iklan produk fashion hingga menghasilkan video animasi yang siap ditayangkan dengan durasi video kurang dari 1 (satu) menit.

Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang bisa disampaikan melalui berbagai sarana seperti koran/media cetak, internet, radio, dan televisi (Cook, 2019). Iklan atau pariwara punya fungsi yang penting terhadap banyak perusahaan produksi dalam memperkenalkan barang yang mereka jual kepada masyarakat. Semakin meningkatnya perkembangan teknologi IT, model/bentuk promosi juga perlahan terjadi perubahan. Dari yang sebelumnya berupa iklan pendek yang dimainkan aktor/aktris untuk menambah daya tarik, kini peran tersebut sudah bisa diwakili dengan animasi interaktif. Hal ini menjadikan sebagai keuntungan bagi pengguna iklan karena biaya yang dibutuhkan dalam pemakaian iklan semakin berkurang. Dan peluang tersebut tentu banyak dimanfaatkan oleh para pencipta atau pembuat iklan, untuk bersaing mengembangkan animasi yang kreatif serta menarik dengan harga yang jauh lebih terjangkau. Iklan dalam bentuk animasi sebenarnya sudah diperkenalkan sejak tahun 1928 untuk menarik perhatian masyarakat pada suatu acara televisi bertemakan ‘Steamboat Willie’ (Cook, 2019), dimana lalu diikuti kemunculan tokoh kartun Mickey pada tahun 1932 sebagai tokoh animasi yang mempromosikan sebuah merchandise Hollywood.

Animaker merupakan aplikasi daring untuk pembuatan video DIY (*Do-It-Yourself*) yang representatif dan diperkenalkan oleh RS. Raghavan pada tahun 2014. Animaker menyediakan fitur-fitur yang mampu membuat animasi berbentuk video dari mulai karakter, layout, gerakan, dan pengaturan musik. Dalam membuat video, diperlukan untuk membuat konsep desain, mengumpulkan asset design dan script, icon, dan properti lainnya yang akan ditampilkan dalam video (Anonymous, 2021). Perangkat lunak ini dikembangkan dengan basis HTML5 sehingga animasi berbentuk video yang diproduksi dapat diakses hampir di setiap browser dengan link: <https://www.animaker.com/>.

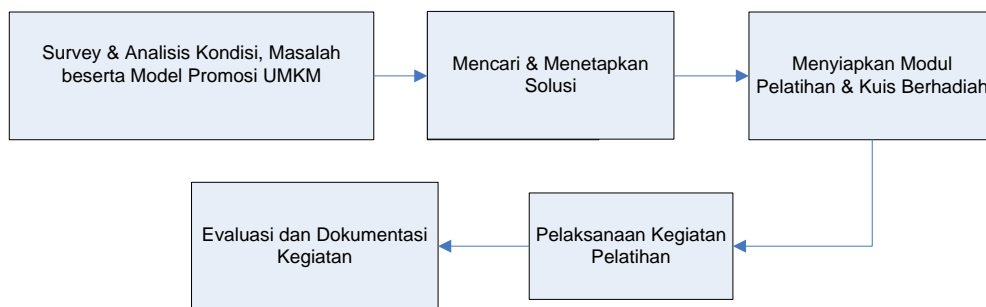


Gambar 2. Lembar Kerja Animaker

METODE

Untuk mendapatkan solusi dari masalah yang ada, tim melakukan perbandingan aplikasi daring yang dapat digunakan dengan mudah, menarik dan tidak berbayar bagi para peserta yang mayoritas belum pernah mengikuti pendampingan untuk membuat iklan animasi 2D. Aplikasi yang diuji coba oleh tim dimulai Powtoon, Animatron, hingga Animaker.

Setelah melakukan analisis terhadap bentuk iklan yang dihasilkan, aplikasi Animaker dipilih tim untuk diterapkan pada pelatihan. Hal ini dikarenakan tools Animatron sudah pernah digunakan pada kegiatan PKM tahun sebelumnya, dan aplikasi Powtoon masih lebih sulit diimplementasikan dibandingkan dengan Animaker maupun Animatron (Narayanan, 2019)(Melet, 2011). Kemudian, dalam memudahkan peserta mempelajari Animaker, tim menyediakan modul Animaker berbentuk file pdf yang dapat mereka langsung coba. Dalam kegiatan ini, tim juga memberikan contoh pembuatan iklan mengenai produk fashion Trisakti pada sesi pelatihan studi kasus, untuk memudahkan para peserta dalam mempraktekkan luaran iklan pada penjualan produk mereka sendiri. Berikut adalah diagram alir tahapan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini:



Gambar 3. Tahapan Kegiatan PKM

Secara keseluruhan, kegiatan ini menghabiskan waktu kurang lebih 3 jam dengan sesi yang paling lama adalah sesi studi kasus. Namun dalam penyelenggaraanya, 1 (satu) bulan sebelumnya telah dilakukan beberapa persiapan seperti:

1. Survey ke pihak UMKM Tangerang Selatan, khususnya wilayah Pamulang mengenai usaha mereka dan memantau secara langsung model promosi yang mereka lakukan.
2. Melakukan koordinasi dengan penanggung jawab UMKM Pamulang
3. Mempersiapkan modul pelatihan berbentuk PDF untuk nanti dibagikan kepada para peserta
4. Mempersiapkan contoh video iklan yang akan dibuat dengan Animaker guna memberikan para peserta gambaran bentuk iklan yang akan mereka hasilkan dari pelatihan
5. Mengadakan latihan untuk melihat kesiapan acara serta mengevaluasi kekurangannya
6. Merancang brosur digital untuk menyebarkan informasi pelatihan yang akan diselenggarakan, lengkap berisi url pendaftaran untuk calon peserta dengan url: https://bit.ly/animasi_umkm
7. Membuat link evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dari seluruh peserta yang hadir mengenai kelangsungan kegiatan melalui url: https://bit.ly/feedback_animasi

Kemudian untuk pelaksanaannya, dikarenakan masih kondisi pandemi Covid-19, sesuai rencana dilakukan secara daring melalui kanal Zoom, dengan URL yang dibagikan melalui email maupun grup WhatsApp para peserta berikut ini:

Topic: PKM Animasi
Time: Dec 18, 2021 09:00 Jakarta

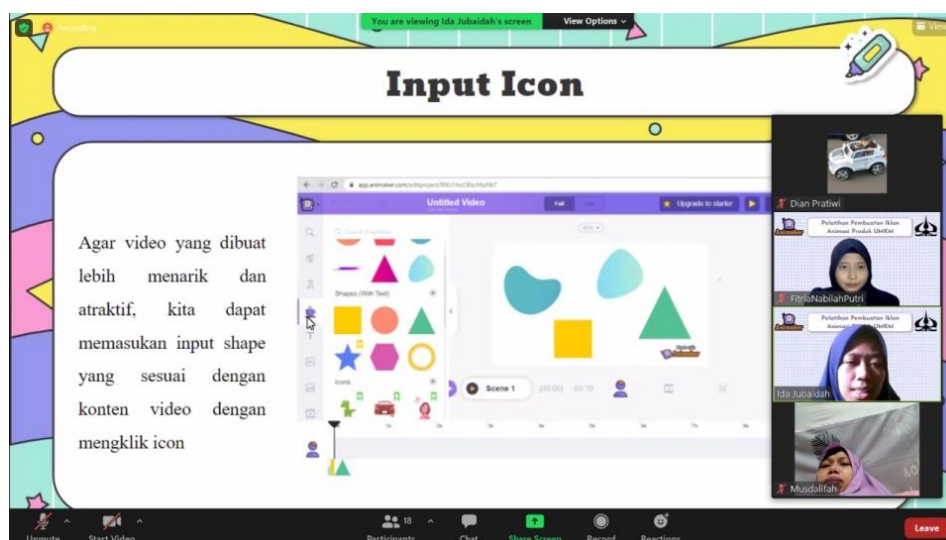
Join Zoom Meeting
<https://zoom.us/j/99851267933?pwd=SDhnV2xDbThHUEFFNTVfFdG9BeFI5UT09>
Meeting ID: 998 5126 7933
Passcode: 798914

Sedangkan untuk detail acara dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jadwal Acara dan Penanggung jawab

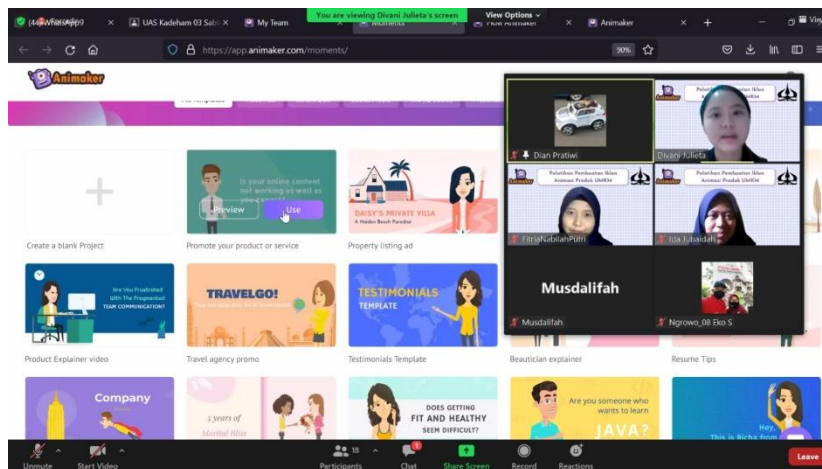
| Waktu | Kegiatan | Penanggung Jawab |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 08:00-09:00 | Persiapan/Gladi Tim | Ketua dan Anggota |
| 09:00-09:10 | Registrasi ulang peserta (konfirmasi kehadiran) | Tim |
| 09:10-09:20 | Pembukaan acara dan perkenalan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat Universitas Trisakti | Fitria Nabilah (MC) dan Ketua Tim (diwakili Anggota I) |
| 09:20-10:30 | Sesi 1: Pengenalan dasar-dasar Animaker | Ida Jubaidah |
| 10:30-11:50 | Sesi 2: Studi kasus membuat iklan fashion | Divani Julieta |
| 11:50-12:10 | Tanya jawab dan Quiz berhadiah | MC |
| 12:10-selesai | Pengisian kuisisioner evaluasi. Penutupan dan foto bersama | Tim |

Pada sesi pertama, yakni pengenalan dasar Animaker dipresentasikan oleh Ida Jubaidah selaku wakil mahasiswa yang menampilkan slide power point (PPT) selama kurang lebih 70 menit. Menu-menu yang dijelaskan seperti memasukkan gambar/icon, pengaturan waktu dan frame, mengubah gambar latar, memasukkan teks dan suara, mengunduh hasil video, dan lain-lainnya.



Gambar 4. Dokumentasi Penyampaian Materi Sesi Pertama

Lalu untuk sesi berikutnya, praktek yang dibimbing secara bertahap oleh Divani Julieta dengan studi kasus membuat iklan fashion dibantu oleh moderator Fitriya Nabilah Putri serta anggota tim dosen.



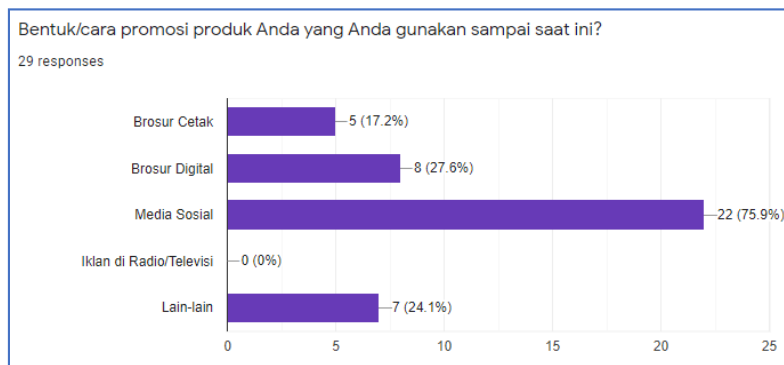
Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan PKM Sesi Kedua

Kemudian setelah kegiatan inti selesai dilanjutkan dengan quiz berhadiah. Para peserta diberikan langsung 5 pertanyaan dari MC melalui chat maupun presentasi, yang dapat segera dijawab oleh peserta melalui kolom chat maupun audio. Setiap pertanyaan yang mampu terjawab dengan benar, akan disediakan hadiah menarik oleh tim PKM.

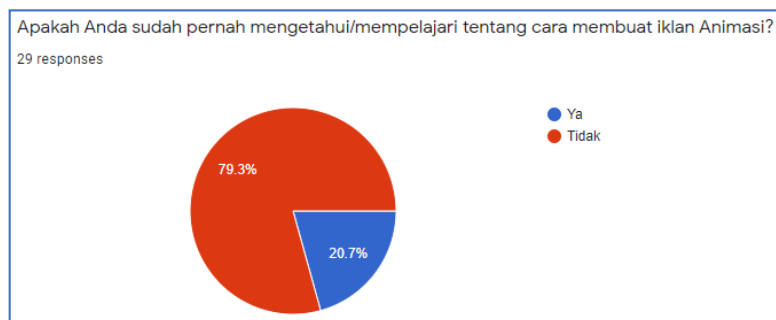
Setelah sesi tersebut selesai dan sebelum acara ditutup oleh ketua tim, peserta diminta berpartisipasi mengisi kuisisioner untuk memperoleh umpan balik dari sisi materi, pembicara, dan keseluruhan acara.

PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaannya pada hari Sabtu 18 Desember 2021, kegiatan ini telah dihadiri oleh 21 orang secara online yang terdiri dari 7 panitia dan 14 peserta. Berdasarkan pengisian kuisisioner, diketahui bahwa 79.3% dari sebanyak 29 peserta yang mendaftar belum mengetahui cara membuat iklan animasi dan sebanyak 89.7% belum mengetahui tentang Animaker. Selain itu, 75.9% dari total peserta UMKM yang mendaftar beriklan melalui media sosial, dengan sisanya masih menggunakan brosur cetak maupun digital. Berikut adalah beberapa diagram resume dari respon yang dihasilkan pada kuisisioner awal:



Gambar 6. Grafik Bentuk Promosi Calon Peserta



Gambar 7. Grafik Penilaian Awal Pengetahuan Animasi Calon Peserta



Gambar 8. Grafik Penilaian Awal Pengetahuan Animaker Calon Peserta

Kemudian untuk ketercapaian dari hasil pelaksanaan kegiatan ini, secara general didapat penilaian sangat baik dari para peserta. Penilaian tersebut diambil berdasarkan rekap pengisian evaluasi yang dibagikan kepada para peserta yang hadir melalui Google Form URL: https://bit.ly/feedback_animasi. Berdasarkan kuisisioner tersebut, para peserta menyatakan bahwa untuk kelengkapan materi yang disajikan sudah lengkap dan pembicara sangat baik dalam menyampaikan materi. Bahkan 80% dari peserta tersebut juga menyatakan sudah cukup mampu membuat iklan animasi sendiri setelah mengikuti kegiatan ini.



Gambar 9. Grafik Umpan Balik Para Peserta

Namun sayangnya, tidak semua peserta yang hadir turut memberikan evaluasi (dari 14 peserta yang mengikuti kegiatan hanya 5 peserta yang mengisi form umpan balik). Walaupun demikian, dari umpan balik yang mereka berikan melalui kanal WhatsApp grup, tidak ada yang memberikan penilaian negatif terhadap acara pendampingan ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini telah mampu memberikan manfaat yang positif berupa keterampilan awal yang cukup memadai dalam membuat iklan serta dilaksanakan dengan baik dan lancar.

SIMPULAN

Kesimpulan

Secara garis besar, simpulan yang dapat dikemukakan dari terselenggaranya acara PKM ini yaitu:

- Sebagian besar dari peserta yang hadir telah memahami materi yang disampaikan dengan baik. Hal ini dilihat dari kemampuan menjawab dengan benar pertanyaan seputar Animaker pada sesi quiz.
- Pelatihan ini sangat tepat dilakukan, guna memberikan pengetahuan animasi melalui Animaker dan keterampilan serta pengalaman dalam mengolah iklan promosi yang jauh lebih kreatif. Karena kebanyakan dari peserta masih hanya memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk.
- Pelatihan ini cukup mampu memberikan para peserta keterampilan dan pengetahuan untuk membuat iklan animasi pada produk mereka secara mandiri.

Saran

Saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya pelatihan dibuat berkesinambungan, sehingga peserta tidak lupa pada materi yang pernah mereka dapatkan dan mampu mengembangkan iklan animasi lebih menarik lagi

DAFTAR PUSTAKA

- Afgan, Q. (2012). *Pembuatan Animasi 3D Sebagai Iklan Layanan Masyarakat Pentingnya Sosialisasi Penghijauan pada Walhi Yogyakarta*. *Repository Amikom*. http://repository.amikom.ac.id/files/Naskah_Publikasi_08.11.2557.pdf
- Anonymous. (2021). *Animaker, Make Animated Videos on Cloud for free*. <https://www.animaker.com/>
- Cook, M. (2019). *Animation and Advertising*. In *Palgrave Animation*. Springer Nature Switzerland AG.

- Hadi, S., & Yoni. (2015). *Pelatihan Animasi Guna Mendorong Industri Animasi Iklan*. Surya.Co.Id. <https://surabaya.tribunnews.com/2015/08/18/pelatihan-animasi-guna-mendorong-industri-animasi-iklan>
- Hasibuan, L. (2020). *Putri Tanjung Beberkan Dampak Pandemi terhadap UMKM RI*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20201126200053-25-205012/putri-tanjung-beberkan-dampak-pandemi-terhadap-umkm-ri>
- Indrawan, G., Aryanto, K. Y. E., & Sariyasa. (2017). Pelatihan dan Pendampingan Animasi 2D sebagai Media Pembelajaran di SMKN 1 Sawan. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SENADIMAS)*, 217–223. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_725177022578.pdf
- Melet, A. (2011). *Animatron Reviews & Product Details*. G2. <https://www.g2.com/products/animatron/reviews>
- Narayanan, A. . (2019). *Animatron Reviews*. Capterra. <https://www.capterra.com/p/155780/Animatron/reviews>
- Permana, A. A. J., Saputra, P. H., & Dantes, G. R. (2017). Pelatihan Animasi 3 Dimensi (3D) dan Pemrograman Scratch untuk Siswa Sekolah. *Seminar Nasional Vokasi Dan Teknologi (SEMNASVOKTEK)*, 112–119. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_865274434731.pdf
- Pratiwi, D., Purwanto, I., Shofiati, R., & Ningsih, Y. (2022). Pemanfaatan Animatron untuk Pembuatan Iklan Animasi bagi Para Pelaku UMKM di Tangerang Selatan. *ABDIMAS BSI*, 5(1), 11–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.10640.g5235>
- Pratiwi, D., Zuhdi, A., Shofiati, R., Pratama, R. R., & Wijaya, H. A. (2021). Penerapan Animaker dalam Pembuatan Iklan Produk UMKM berbasis Animasi. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 138–147. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.8809>
- Wiyaka, Lestari, S., & Nuraini, S. (2013). Pelatihan Pembuatan Animasi untuk Pembelajaran Bahasa Inggris bagi Guru Sekolah Dasar Semarang. *E-Dimas*, 4(1). <http://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas/article/view/1560/1306>
- Zebua, T., Nadeak, B., & Sinaga, S. . (2020). Pengenalan Dasar Aplikasi Blender 3D dalam Pembuatan Animasi 3D. *ABDIMAS Budi Darma*, 1(1), 18–21. <https://doi.org/ISSN : 2745-5319>