

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan Animasi untuk Kampanye Yogyakarta Sebagai Kota Sepeda adalah sebagai Iklan yang mendukung program pemerintah dalam melestarikan budaya bersepeda, dengan ide-ide baru seperti perlunya tambahan tagline sebagai pendukung tagline lama, karakter, slogan, pendekatan baru, sehingga dapat menjadi ILM yang menarik, unik, efektif, dan komunikatif.

Animasi Iklan ini diluncurkan bertepatan dengan hari jadi Kota Yogyakarta, yaitu tanggal 7 Oktober 2012, karena Yogyakarta memang ingin mengembalikan predikat sebagai Kota Sepeda. Media pendukung dari animasi ini adalah poster, spanduk, flyer, dan merchandise sebagai media promosi untuk meluncurkan animasi ini.

Animasi ini dapat dikatakan sebagai mendukung titik balik dari terpuruknya Animasi 2D yang mulai redup setelah animasi 3D mulai digemari masyarakat, dan berharap teknik animasi 2D ini dapat diterima oleh masyarakat khususnya masyarakat Yogyakarta. Iklan ini mengacu kepada salah satu ILM sosialisasi Bus Way Trans Jakarta yang juga menggunakan teknik animasi 2D, dan hingga sekarang Trans Jakarta mulai menjadi Alat Transportasi yang diandalkan di Jakarta, Iklan Sungai juga menjadi acuan dalam penciptaan karakter animasi ini.

Visualisasi yang diangkat dalam iklan ini lebih cenderung kartunis, dengan karakter yang tidak terlalu realis namun menarik, isi pesan akan lebih menggunakan pendekatan baru bersepeda di Yogyakarta disertai dengan pendekatan kegiatan sehari-hari.

Maka diharapkan dengan perancangan Animasi untuk kampanye ini dapat bermanfaat dan mendapat respon yang positif dari masyarakat Yogyakarta.

B. Saran

1. Perancangan ini merupakan kelanjutan dari program pemerintah DIY yang bernama “Segosegawe”, dan ILM ini bersifat mendukung program tersebut, jadi tidak serta merta menghapusnya. Iklan ini hanya sebatas kampanye di daerah Kota Yogyakarta saja, mungkin perlu adanya perkembangan dari kampanye bersepeda ini untuk daerah-daerah yang lain, agar supaya dampak positif dari bersepeda inipun bisa merata.
2. Masih perlunya pembenahan-pembenahan dalam melakukan kegiatan kampanye ini, sehingga apa yang disampaikan akan menjadi pesan yang dapat diterima oleh khalayak luas.





DAFTAR PUSTAKA

Buku

Nugros Afian. *Kupas Tuntas Sepeda*. Yogyakarta. Publisher, 2011.

———. *Seri Lawasan, Pit Onthel dalam masalh Sepeda di Nusantara*. Jakarta. KPG (Kepustakaan Populer Gramedia). Bentara Budaya, 2001.

Whitaker, Harold., and John Halas. *Timing For Animation*. Jawa Timur : Bayumedia publishing, 2002.

Wilkes, Angela. *Ensiklopedia Mini Dunia Kita dalam Alat Transportasi Pertama*. Jakarta. Erlangga, 2003.

Media Cetak

Harnowati. *Ditutup 3 jam Malioboro Nyaman Kedaulatan Rakyat*. Minggu Kliwon 6 Juni, 2010.

Adi, Guntur Purnomo. *Pemerintah Mesti Mendukung Industri Film Animasi*. Kompas, 16 Januari, 2009

Media Internet

1. <http://www.kidestore.co.uk/kidzlabs-optical-science-animation-praxinoscope-p-273.html>
2. <http://www.enchantedlearning.com>
3. <http://publicdomainclip-art.blogspot.com/2008/07/felix-cat-in-hollywood.html>
4. <http://www.scribd.com/doc/57971067/Tessi-Pengaruh-Animasi-Terhadap-Pola-Pikir>
5. Joko Widiarso, *Jogja Masih Patut Disebut Sebagai Kota sepeda* GudegNet - Gudang Info Kota Jogja.htm
6. Tri Setyo Wijanarko, *Mengembalikan Jogja Sebagai Kota Sepeda - Aku dan Keindahan Negeriku*.htm