

AWAN WIDIATMA

**PEMANFAATAN ANIMASI PARALLAX PADA BALIN CREATIVE
BERBASIS WEBSITE, di bawah bimbingan Arochman, M.Kom dan Ari Putra
Wibowo, M.Kom**

156 + xviii halaman / 283 gambar / 16 tabel / 2 lampiran / 28 pustaka

ABSTRAK

Penelitian ini menjawab tantangan promosi digital yang tidak efektif pada Balin Creative, sebuah perusahaan yang pemasaran media sosialnya menghasilkan keterlibatan pengguna yang rendah dan gagal membangun identitas profesional yang kuat. Tujuan utamanya adalah mengembangkan media promosi yang lebih menarik dan dapat dipercaya melalui situs web yang menampilkan animasi parallax, yang dirancang untuk meningkatkan penceritaan visual dan interaksi pengguna. Proyek ini dieksekusi menggunakan metodologi Design Thinking, melalui tahapan Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test untuk memastikan pendekatan yang berpusat pada pengguna. Setelah implementasi, efektivitas situs web dievaluasi secara kuantitatif menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) dengan 20 responden. Hasil penelitian mengonfirmasi keberhasilan penciptaan situs web yang dinamis secara visual, yang secara efektif menampilkan profil perusahaan, portofolio, dan layanan. Namun, analisis UEQ menunjukkan bahwa meskipun menarik secara visual, situs web ini mendapatkan skor 'Below Average' (Di Bawah Rata-rata) pada sebagian besar skala, termasuk Daya Tarik, Kejelasan, dan Stimulasi, serta skor 'Bad' (Buruk) pada skala Ketepatan jika dibandingkan dengan tolok ukur yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun desain parallax menyediakan fondasi yang kuat untuk promosi merek, penyempurnaan lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan kelengkapan fitur dan pengalaman pengguna secara keseluruhan agar dapat memenuhi standar profesional yang lebih tinggi.

**Kata Kunci : Pemanfaatan Animasi Parallax, Media Promosi, Balin Creative,
Pemasaran Digital, Web**

AWAN WIDIATMA

PEMANFAATAN ANIMASI PARALLAX PADA BALIN CREATIVE
BERBASIS WEBSITE under the guidance **Arochman, M.Kom and Ari Putra
Wibowo**

156 + xviii pages / 283 images / 16 tables / 2 attachments / 28 libraries

ABSTRACT

This research addresses the challenge of ineffective digital promotion at Balin Creative, a company whose social media marketing results in low user engagement and fails to build a strong professional identity. Its main objective is to develop a more engaging and trustworthy promotional medium through a website featuring parallax animation, designed to enhance visual storytelling and user interaction. This project was executed using the Design Thinking methodology, proceeding through the stages of Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test to ensure a user-centric approach. After implementation, the website's effectiveness was quantitatively evaluated using the User Experience Questionnaire (UEQ) with 20 respondents. The research results confirm the successful creation of a visually dynamic website that effectively displays the company's profile, portfolio, and services. However, the UEQ analysis shows that despite being visually appealing, the website scored 'Below Average' on most scales, including Attractiveness, Perspicuity, and Stimulation, as well as a 'Bad' score on the Dependability scale when compared to existing benchmarks. This indicates that although the parallax design provides a strong foundation for brand promotion, further refinement is needed to improve feature completeness and the overall user experience to meet higher professional standards.

Keywords: *Parallax Animation, Promotional Media, Balin Creative, Digital Marketing, Web*