

**LAPORAN PENELITIAN REGULER YANG
DIAJUKAN KE LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**IMPLEMENTASI VISUAL MASKOT “SARANG” PADA KLIP MULTIMEDIA
STUDIO ANIMASI FSRD UNTAR**

Disusun oleh:

Ketua Tim

Budi Darmo, S.Sn., M.Ds. (0331037806/10607003)

Anggota:

Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom. (0305087504/10601002)

Anggota Mahasiswa:

Clara Josselyn Widjaja (625200049)

Cherane Leony (625210020)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
SEPTEMBER 2024**

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN
Periode I / Tahun 2024**

1. Judul : Implementasi Visual Maskot “Sarang” Pada Klip Multimedia Studio Animasi FSRD Untar
2. Skema Penelitian : REGULER
3. Ketua Tim
 - a. Nama dan Gelar : Budi Darmo, S.Sn., M.Ds.
 - b. NIDN/NIK : 0331037806/10607003
 - c. Jabatan/Gol : Lektor/IIIa
 - d. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 - e. Fakultas : Seni Rupa dan Desain
 - f. Bidang Keahlian : Desain
 - g. Alamat Kantor : Jl. Letjen S. Parman No. 1, Jakarta 11440
 - h. Nomor HP/Tlp/Email : 08158829825/budid@fsrd.untar.ac.id
4. Anggota Tim Penelitian
 - a. Jumlah Anggota : Dosen 1 orang
 - b. Nama Anggota/Keahlian : Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom./Desain
 - c. Jumlah Mahasiswa : 2 orang
 - d. Nama Mahasiswa I/NIM : Clara Josselyn Widjaja/625200049
 - e. Nama Mahasiswa II/NIM : Cherane Leony/625210020
5. Lokasi Kegiatan Penelitian : FSRD Untar
6. Luaran yang dihasilkan : Jurnal Nasional Terakreditasi
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : Periode I (Januari-Juni)
8. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 12.000.000,-

Menyetujui,
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE
NIK: 10381047

Jakarta, 9 September 2024

Ketua Tim

Budi Darmo, S.Sn., M.Ds.
NIK: 10607003

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pengembangan video klip multimedia dengan pendekatan animasi 2D untuk memperkenalkan studio animasi di Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Tarumanagara (Untar). Tokoh "Sarang," maskot FSRD Untar, berperan sebagai pemandu virtual dalam video klip ini. Tujuan utama penelitian ini adalah merealisasikan maskot "Sarang" sebagai identitas visual dan memperkenalkan studio animasi FSRD Untar dengan lebih interaktif dan menarik bagi mahasiswa dan masyarakat umum. Proses penelitian mengikuti metode perancangan pipeline animation yang terdiri dari tiga tahap: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, dilakukan pengumpulan data melalui observasi, kuisisioner, dan wawancara dengan narasumber terkait. Tahap produksi melibatkan pembuatan aset visual, perekaman suara, dan penggabungan elemen animasi menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator dan Adobe After Effects. Tahap pasca-produksi meliputi penyuntingan final, penambahan audio, subtitle, dan rendering video dalam format MP4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video klip animasi dapat meningkatkan pemahaman, daya tarik, dan interaksi dengan audiens, serta efektif dalam menyampaikan identitas visual dan informasi mengenai studio animasi FSRD Untar.

Kata Kunci: Animasi 2D, Klip Multimedia, Identitas Visual, Maskot, Studio Animasi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
II.1 MULTIMEDIA	4
II.2 STORYBOARD	4
II.3 ANIMASI 2 DIMENSI BERBASIS MOTION GRAPHIC	5
II.4 IDENTITAS VISUAL	6
II.5 MASKOT	7
BAB III METODE PENELITIAN	9
III.1 LOKASI PENELITIAN	9
III.2 WAKTU PENELITIAN	9
III.3 METODE PENGUMPULAN DATA	9
III.4 METODE PERANCANGAN	10
III.5 PROFILE NARASUMBER	11
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	12
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	26
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pipeline Animasi 2 Dimensi	10
Gambar 4.1 Moodboard Warna dan Ilustrasi	13
Gambar 4.2 Visualisasi Maskot sarang	19
Gambar 4.3 Ilustrasi Background.....	21
Gambar 4.4 Proses Editing Animasi	22
Gambar 4.5 Proses Renderring Animasi	23
Gambar 4.6 Potongan Klip Bagian Intro	24
Gambar 4.7 Potongan Klip Bagian Isi.....	25
Gambar 4.8 Potongan Klip Bagian Penutup.....	25

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	16
-----------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Perjanjian Kerjasama Penelitian	28
Sertifikat HKI.....	29
Poster HKI.....	30
Poster Research Week.....	31
Bukti Submit Artikel ke Jurnal Visual	32

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Klip multimedia adalah istilah yang mengacu pada segmen atau potongan media yang terdiri dari berbagai elemen multimedia seperti teks, gambar, audio, video, animasi, dan interaktivitas. Klip multimedia sering digunakan dalam berbagai konteks, termasuk presentasi, situs web, aplikasi, pelatihan online, iklan, dan banyak lagi.

Berikut adalah beberapa contoh klip multimedia:

1. **Presentasi Multimedia:** Klip multimedia digunakan dalam presentasi untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan dinamis. Mereka dapat mencakup kombinasi teks, gambar, grafik, dan video untuk menjelaskan konsep atau menyajikan data.
2. **Iklan Digital:** Dalam iklan digital, klip multimedia dapat digunakan untuk menarik perhatian pengguna dan menyampaikan pesan iklan dengan cara yang menarik. Ini bisa berupa iklan video, banner interaktif, atau klip animasi yang menarik.
3. **Kursus Online:** Dalam konteks pendidikan dan pelatihan online, klip multimedia sering digunakan untuk menjelaskan konsep-konsep kompleks atau menyajikan materi dengan cara yang lebih menarik. Mereka dapat mencakup video tutorial, animasi, dan infografis interaktif.
4. **Situs Web Interaktif:** Klip multimedia dapat ditemukan di berbagai situs web, baik sebagai bagian dari konten editorial, fitur interaktif, atau sebagai bagian dari desain visual. Mereka dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan membantu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih efektif.
5. **Aplikasi Mobile:** Dalam aplikasi mobile, klip multimedia dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, menunjukkan fitur produk, atau bahkan untuk tujuan hiburan. Mereka dapat berupa video promosi, tutorial interaktif, atau elemen animasi dalam antarmuka pengguna.

Klip multimedia memberikan fleksibilitas dan keunggulan dalam menyampaikan informasi dan pesan kepada audiens dengan cara yang lebih menarik dan memikat. Dengan menggabungkan berbagai elemen multimedia, klip tersebut dapat menciptakan pengalaman yang kaya dan berdampak bagi pengguna. Program Studi Desain Komunikasi

Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara (Prodi DKV FSRD Untar) telah menciptakan sosok maskot wanita yang dikenal dengan nama "Sarang" (Chandra, 2022) dalam perkembangannya maskot ini telah di kembangkan untuk kebutuhan identitas visual FSRD Untar kepada masyarakat luar. Pada kesempatan lain di Prodi DKV FSRD Untar telah memberikan kontribusi pengembangan maskot Sarang sebagai identitas visual. Bentuk pengembangan yang telah dilakukan melalui proses penelitian LPPM dengan judul "STUDI PENCIPTAAN KARAKTER-KARAKTER PENDAMPING SARANG SEBAGAI BENTUK PENGEMBANGAN IDENTITAS VISUAL FSRD UNTAR".

Pada perkembangan selanjutnya proses pengembangan maskot Sarang akan dikembangkan lebih terperinci dengan bentuk video klip multimedia untuk kebutuhan informasi mahasiswa di kalangan intern Prodi DKV FSRD Untar dan juga kebutuhan masyarakat luar. Salah satu nya adalah pengembangan untuk kebutuhan media informasi studio animasi milik Prodi DKV FSRD Untar. Bentuk media informasi yang ada perlu dikembangkan adalah video perkenalan studio animasi dalam format klip animasi multimedia. Perkenalan dalam bentuk video klip animasi memiliki beberapa fungsi penting yang dapat meningkatkan pemahaman, daya tarik, dan interaksi dengan audiens. Berikut adalah beberapa fungsi utama dari video klip animasi perkenalan:

1. Mengenalkan Identitas Visual: Video klip animasi perkenalan memberikan kesempatan bagi studio atau merek untuk memperkenalkan identitas visual mereka dengan cara yang menarik dan kohesif. Ini termasuk logo, warna, dan desain yang mencerminkan kepribadian dan nilai merek.
2. Memperkenalkan Studio dan kegunaannya: Video klip animasi perkenalan dapat digunakan untuk memperkenalkan studio, tujuan pembelajaran di studio serta kegunaan dari studio untuk pembelajaran. Ini membantu membangun hubungan antara studio dan audiens dengan memberikan wawasan tentang siapa mereka dan apa yang mereka percayai.
3. Menyoroti Portofolio Karya: Video klip animasi perkenalan dapat menyajikan cuplikan dari portofolio karya studio atau merek, menampilkan proyek-proyek terkenal atau karya-karya yang mewakili keahlian dan gaya kreatif mereka.
4. Mengkomunikasikan Pesan dan Visi: Video klip animasi perkenalan adalah kesempatan untuk mengomunikasikan pesan utama dan visi studio atau merek

kepada audiens. Ini bisa mencakup tujuan mereka, jenis proyek yang mereka kerjakan, dan dampak yang ingin mereka ciptakan dalam industri animasi.

5. **Membangun Koneksi Emosional:** Animasi memiliki kekuatan untuk menarik perhatian dan menciptakan koneksi emosional dengan audiens. Dengan menggunakan elemen-elemen visual, suara, dan gerakan, video klip animasi perkenalan dapat membantu menciptakan kesan yang mendalam dan berkesan pada penonton.
6. **Mendorong Tindakan Selanjutnya:** Akhir dari video klip animasi perkenalan dapat mengarahkan penonton untuk melakukan tindakan selanjutnya, seperti mengunjungi situs web, mengikuti media sosial, atau menghubungi studio untuk informasi lebih lanjut. Ini membantu dalam mengarahkan lalu lintas dan membangun komunitas yang terlibat dengan merek atau studio.

Untuk selanjutnya proses penelitian ini akan di kembangkan dalam bentuk video klip multimedia animasi dengan peran utama maskot Sarang yang akan berperan sebagai guide virtual penjelasan mengenai informasi seputar studio animasi di Prodi DKV FSRD Untar.

I.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merealisasikan secara visual tokoh "Sarang" sebagai maskot dari FSRD Untar sebagai guide virtual dalam memperkenalkan studio animasi FSRD Untar.

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian kali ini merupakan sebuah penelitian dalam bentuk output berupa rancangan klip multimedia dengan pendekatan animasi 2 dimensi yang menggunakan tokoh "Sarang" sebagai maskot dari FSRD Untar sebagai guide virtual dalam memperkenalkan studio animasi FSRD Untar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dalam penelitian adalah proses mengumpulkan, meninjau, dan menganalisis literatur yang relevan dengan topik penelitian yang sedang diteliti. Tujuan dari tinjauan pustaka adalah untuk memahami penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan mengidentifikasi celah pengetahuan yang dapat diisi oleh penelitian baru. Tinjauan pustaka membantu peneliti untuk menentukan kerangka teoritis, merumuskan hipotesis, dan mengembangkan metodologi penelitian yang tepat. Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengidentifikasi dan mengkaji publikasi ilmiah, buku, artikel, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan topik penelitian mereka.

II.1 Multimedia

Multimedia adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi dan video dengan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi (Ampa, 2015).

Multimedia sering digunakan dalam dunia hiburan dan dunia game

Multimedia juga dapat diartikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda dalam menyampaikan informasi berbentuk teks, audio, grafik, animasi, dan video. Berikut adalah definisi Multimedia menurut beberapa ahli:

1. Multimedia adalah Kombinasi dari komputer dan video (Heumann et al., 1996).
2. Multimedia adalah Kombinasi dari tiga elemen: suara, gambar, dan teks (McCormick Jr et al., 1996).
3. Multimedia adalah Alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan video (Robin, 2001).
4. Multimedia adalah Kombinasi dari paling sedikit dua media input atau output. Media ini dapat berupa audio (suara, musik), animasi, video, teks, grafik dan gambar (Turban et al., 2003).

II.2 Storyboard

Pengertian storyboard menurut Halas (Sutopo, 2003). merupakan rangkaian gambar manual yang dibuat secara keseluruhan sehingga menggambarkan suatu cerita. Jenis ini banyak digunakan untuk storyboard pembuatan film, sedangkan storyboard menurut

Luther (Sutopo, 2003) merupakan deskripsi dari setiap scene yang secara jelas menggambarkan objek multimedia serta perilakunya.

II.3 Animasi 2 Dimensi berbasis Motion Graphic

Merupakan jenis animasi yang menggunakan elemen-elemen grafis, teks, dan gambar untuk menciptakan gerakan dan efek visual yang menarik. Animasi ini sering kali dibuat menggunakan perangkat lunak seperti Adobe After Effects, Adobe Animate, atau Cinema 4D. Berikut adalah beberapa ciri khas dari animasi 2 dimensi berbasis Motion Graphic:

1. **Grafis dan Teks:** Animasi 2 dimensi Motion Graphic sering kali menampilkan kombinasi grafis, teks, dan gambar untuk menyampaikan pesan atau cerita (Nugraha & Dewi, n.d.). Grafis ini bisa berupa bentuk geometris, karakter kartun, atau elemen-elemen abstrak.
2. **Gerakan Mulus:** Salah satu ciri khas animasi Motion Graphic adalah gerakan yang halus dan fluid (Saputra, 2022). Ini dicapai dengan menggunakan teknik interpolasi gerakan, yang memungkinkan objek bergerak secara mulus dari satu titik ke titik lainnya.
3. **Efek Visual:** Animasi 2D Motion Graphic sering kali menggunakan berbagai efek visual seperti transisi, perubahan warna, efek partikel, efek cahaya, dan banyak lagi untuk menambahkan kepentingan visual dan mendalamkan narasi.
4. **Ilustrasi dan Desain Grafis:** Banyak animasi Motion Graphic menggunakan ilustrasi dan desain grafis kreatif untuk menarik perhatian pemirsa (Fauzyah & Franzia, 2018). Ini bisa termasuk penggunaan warna-warna cerah, pola-pola menarik, dan gaya desain yang unik.
5. **Narrative Focus:** Meskipun animasi Motion Graphic bisa digunakan untuk tujuan yang beragam, banyak dari mereka memiliki fokus pada menceritakan cerita atau menyampaikan pesan tertentu. Ini bisa menjadi iklan, video promosi, animasi pendidikan, dan sebagainya.
6. **Musik dan Suara:** Animasi Motion Graphic sering kali ditingkatkan dengan musik latar atau efek suara untuk menambahkan dimensi emosional dan meningkatkan pengalaman pemirsa (Cahyadi, 2023).
7. **Fleksibilitas:** Salah satu keuntungan besar dari animasi Motion Graphic adalah fleksibilitasnya (Kusumadinata et al., 2019). Mereka dapat dengan mudah

disesuaikan, diedit, dan diperbarui tanpa perlu mengulang proses produksi yang rumit.

Animasi 2D berbasis Motion Graphic telah menjadi pilihan yang populer untuk berbagai keperluan, dari pemasaran digital hingga penyuluhan publik, karena kemampuannya untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan mudah dicerna.

Pada dasarnya animasi merupakan suatu disiplin ilmu yang memadukan unsur seni, desain dan teknologi. Teknik animasi 2D merupakan jenis animasi yang memiliki sifat flat secara visual, dengan menggunakan gambar bersumbu (axis) dua yaitu X dan Y. Animasi adalah salah satu media audio visual yang mengandung unsur hiburan, edukasi, dan berpotensi memberikan informasi yang menarik perhatian penonton sehingga dapat menghilangkan hal-hal yang, membosankan dan monoton.

Animasi terdiri dari 4 level utama (Sari, 2019) yaitu (1) Motion, (2) Locomotion, (3) Interaction, dan (4) Emotion. Motion graphic menggunakan animasi level “motion” yang lebih sederhana dalam penggerakannya, yaitu lebih menekankan pada penggerakan objek dan eksplorasi komposisi. Motion graphic merupakan subset dari desain grafis karena dalam pembuatannya menggunakan prinsip-prinsip desain grafis, yaitu berorientasi pada objek dan media still image dengan format vector, data video dan audio. Ilustrasi vector pada motion graphic selain berfungsi menarik perhatian penonton, juga bertujuan untuk memperjelaskan pesan informasi yang disampaikan. Selain itu penonton lebih mudah mengingat konsep dan gagasannya sehingga penonton termotivasi untuk melihat dan memahami informasi pada video. Motion graphic biasa digunakan di periklanan (TVC), opening program TV, profil perusahaan dan video klip music.

II.4 Identitas Visual

Dalam dunia branding, identitas visual mempunyai arti sebagai semua bentuk identitas baik itu produk, merek, atau individu yang dapat dikenali secara visual. Identitas visual adalah tampilan awal yang akan diingat oleh masyarakat ketika merek tersebut dikenalkan. Identitas visual dapat berupa logo, nama, maskot, warna, tata letak, seragam, dan lain-lain.

Biasanya identitas visual diwujudkan dalam bentuk panduan *Graphic Standard Manual* yang berisi aturan mengenai penggunaan elemen-elemen visual pada produk suatu merek,

sehingga perusahaan dapat konsisten dalam menggunakan aset visual dan bahasa sehingga merek dapat dikenali dalam situasi apa pun. Secara ringkas, identitas visual adalah semua yang dapat dilihat oleh konsumen dalam bentuk fisik yang terkait dengan merek, mulai dari logo hingga kemasan. Apa yang dilihat konsumen kemudian membentuk persepsi mereka terhadap suatu merek, oleh karena itu, penciptaan logo, penciptaan maskot, pemilihan warna, elemen visual, dan aspek lainnya harus dipikirkan secara matang. Ini akan membentuk identitas merek yang kuat di mata konsumen.

Manfaat identitas visual bagi brand adalah:

- Meningkatkan kesadaran merek dan rekognisi.

Identitas visual yang menarik dapat membuat konsumen mengingat akan merek yang ditampilkan sehingga konsumen menjadi sadar akan merek tersebut dan kesadaran akan merek tersebut tetap melekat dalam benak konsumen.

- Membedakan merek dari kompetitor lainnya.

Identitas visual dengan ciri khas atau karakter tertentu dapat menjadi pembeda antara yang satu dengan yang lainnya. Hal ini yang menjadi pembeda dengan kompetitor. Konsumen dapat dengan mudah mengenali merek.

- Memperkuat hubungan merek dengan konsumen.

Identitas visual yang dapat menyentuh sisi emosional konsumen dapat membuat konsumen terasa terhubung dengan merek sehingga konsumen dapat menggunakan produk atau jasa dari merek tersebut sebagai solusi dari kebutuhan mereka.

II.5 Maskot

Maskot adalah wujud personifikasi dari manusia, hewan, atau wujud tertentu yang memiliki sifat seperti manusia dan dianggap dapat membawa keberuntungan dan merepresentasikan identitas organisasi, merek, produk, event dan lain-lain. Maskot yang baik adalah maskot yang ikonik dan fleksibel.

Menurut Kurniawan dan Sayatman (2018), maskot merupakan salah satu penggambaran karakteristik manusia pada suatu objek non-manusia (antropomorfisme). Contohnya seperti penggambaran hewan sebagai karakter dalam buku cerita yang memiliki sifat dan motivasi sebagaimana manusia. Ketika karakter hewan tersebut berinteraksi dengan manusia, maka dapat menarik perhatian manusia. Maskot yang diluncurkan sebagai

bagian dari identitas visual suatu brand atau merek, diharapkan maskot tersebut dapat menarik perhatian masyarakat (Ariesta, 2020). Oleh karena itu, karakter maskot sering digunakan sebagai alat promosi pada produk atau jasa suatu brand atau merek.

Peran utama maskot dalam membangun identitas merek adalah memberikan nilai *recognability* (kemudahan untuk dikenali) dan *memorability* (kemudahan untuk diingat). Ketika sebuah brand atau merek di 'manusiakan' dengan memberikan wajah, tangan atau kaki, maskot tersebut menjadi hidup dan akan lebih mudah diingat (Yadav, 2015). Selain itu, dengan 'memanusiakan' atau 'memberi wujud' kepada sebuah brand dalam bentuk maskot membuat brand tersebut terkesan nyata, sehingga audiens bisa merasa aman dan nyaman saat berhubungan dengan brand atau merek (Cayla, 2013).

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bagian ini akan dijelaskan gambaran metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan tahapan proses yang terperinci.

III.1 Lokasi Penelitian

Proses observasi lapangan dalam penelitian ini dilaksanakan dalam lingkup wilayah kota Jakarta Barat yaitu Studio Animasi di Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara (FSRD Untar) yang berlokasi di Jl. Letjen S. Parman no. 1, RT.6/RW.16, Tomang, Kec. Grogol Petamburan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11440.

FSRD Untar berada di kampus 1, Gedung K dan Gedung R lantai 4-6. FSRD Untar berdiri sejak tahun 1994 dan terdiri dari 2 program studi yaitu program studi Desain Interior dan program studi Desain Komunikasi Visual.

III.2 Waktu Penelitian

Proses penelitian ini dilaksanakan pada semester genap 2023-2024 dengan jangka waktu 1 semester.

III.3 Metode Pengumpulan Data

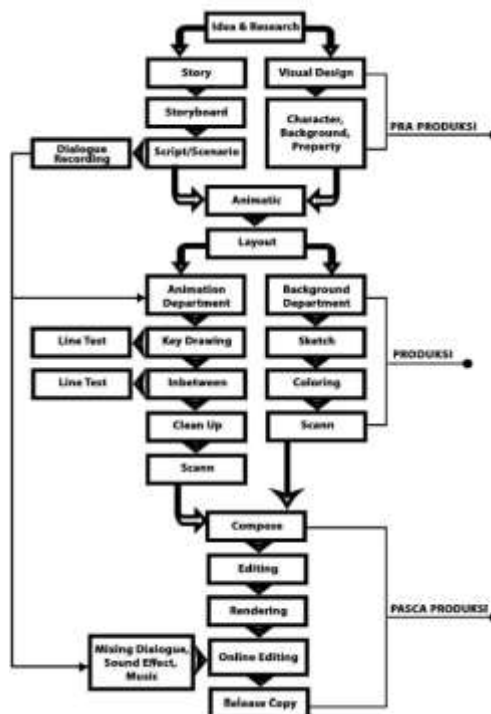
Dalam proses penelitian ini telah dilakukan berbagai bentuk pengumpulan data diantaranya:

1. Melakukan proses observasi
2. Melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner kepada mahasiswa FSRD Untar baik mahasiswa-mahasiswi dengan program studi Desain Komunikasi Visual.
3. Wawancara dengan 2 narasumber yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian, yaitu:
 1. Staven Anderson Angka : Seorang Seniman Visual dengan bakat untuk Ilustrasi Buku, Pengembangan Konsep, dan Seni Konsep.

2. Nuryadi Bayazid : Seorang praktisi senior di bidang motion graphic media massa Metro TV dan telah banyak mengembangkan

III.4 Metode Perancangan

Metode Perancangan Penelitian ini menggunakan metode perancangan yang biasa digunakan untuk merancang sebuah animasi, yaitu metode perancangan pipeline animation (Santoso, 2013). Implementasi yang dilakukan untuk merancang motion graphic ini dibagi menjadi 3 tahap yaitu : Tahap Pra Produksi (*pre-production*), Tahap Produksi (*production*), dan Tahap Pasca Produksi (*post production*).



Gambar 3.1 Pipeline Animasi 2 Dimensi

(Sumber: Santoso, 2013)

1. **Pra-Produksi.** Setelah melakukan research data (wawancara dan kuisisioner) dan mendapatkan ide, dilanjutkan dengan pembuatan konsep motion graphic dengan dimulai dari pembuatan moodboard, sketsa aset, pembuatan naskah voice over, dan pembuatan storyboard.
2. **Produksi.** Pada tahap produksi, dilakukan pembuatan aset seperti aset logo, objek, background, perekaman suara voice over. Suara voice over akan digabungkan

bersama dengan aset yang dianimasikan memakai software Adobe After Effects CC.

3. **Pasca-Produksi.** Tahap Pasca Produksi, melakukan compositing dengan menyusun setiap scene animasi menjadi kesatuan lalu kemudian ditambahkan sound effect dan background music untuk menambah efek suasana yang sesuai dengan scene animasi. Setelah penyusunan dan penggabungan selesai ditutup dengan creditscene, maka hasil perancangan memasuki tahap preview untuk melakukan pemeriksaan sebelum hasil final bisa diperlihatkan kepada penanggung jawab dan didistribusikan.

III.5 Profil Narasumber

Beberapa pakar yang akan menjadi narasumber dalam penelitian ini, yaitu :

1. Staven Andersen Angkasa (Illustrator)
2. Nuryadi Bayazid (Designer Motion Graphic)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dijabarkan secara terperinci proses perancangan video klip intro pengenalan studio animasi FSRD UNTAR. Perancangan motion graphic ini dibagi menjadi 3 tahap:

IV.1 Pra-Produksi

Tahap Pra-Produksi merupakan tahap dimana sebelum proses produksi video klip intro pengenalan studio animasi FSRD UNTAR terlebih dahulu mempersiapkan segala kebutuhan dalam proses produksi agar dapat diselesaikan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan mulai dari pengumpulan data (wawancara dan kuisisioner), menentukan ide, tema, konsep, desain karakter dan storyboard yang akan dibuat.

1. Kesimpulan Hasil Kuisisioner

Hasil dari kuisisioner dapat disimpulkan bahwa mahasiswa angkatan 2021 Desain Komunikasi Visual mengetahui dan mengenal tentang maskot FSRD UNTAR, yaitu Sarang. Mereka juga mengetahui dimana letak studio animasi dan Pelajaran yang dapat dipelajari di studio animasi Untar adalah animasi 2D.

Responden juga menunjukkan bahwa sebuah video perkenalan tidak perlu lama atau lebih dari 2 menit, video perkenalan akan lebih menarik dengan durasi yang hanya 1 menit untuk di tonton tanpa harus menunggu atau menonton dalam jangka waktu yang cukup lama. Pada video perkenalan lebih baik menggunakan pendekatan atau Point of View dari orang pertama, sekiranya pendekatan tersebut terdengar lebih akrab dengan audience yang akan menonton video perkenalan studio animasi Untar.

Style ilustrasi yang cocok untuk dijadikan video pengenalan studio animasi FSRD UNTAR jika disatukan bersama maskot Sarang adalah style gambar yang colorful dan vibrant sama seperti warna atau style Sarang.

2. Kesimpulan Hasil Wawancara

a. Hasil Wawancara I – Nuryadi

Sebuah klip intro terdiri dari 3 bagian yaitu ada pendahuluan, isi dan penutup.

- 1) Opening Headline, menampilkan klip pendek inti kegiatan/ problem yang ada yang belum dimunculkan mengenai studio animasi dan hal-hal menarik tentangnya. Orang yang melihatnya akan open mind terhadap informasi yang disaksikan dan menjadi penggoda untuk tahu lebih dalam lagi.
- 2) Body/ Isi bisa berbicara kecanggihan studio animasi dan fasilitasnya, interaksi dengan pengajarnya, letak studio, apa saja yang dipelajari di dalam studio animasi, aplikasi/ softwares yang digunakan dan Contoh hasil pembelajaran.
- 3) Closing/ Penutup mengenai apa yang ingin dicapai. Berkaitan dengan studio animasi misal penutup diberikan call to action atau ajakan kepada audience untuk bergabung atau belajar bersama. Ada logo Untar, Maskot & Tagline diakhir.

Durasi video klip intro untuk promotional program berkisar 60 – 180 detik. Penggunaan musik dalam video klip intro meningkatkan daya tarik dan emotional menunjang pesan yang disampaikan. Pemilihan musik juga menjadi hal yang sangat diperhatikan.

b. Hasil Wawancara II – Staven

Pak Staven memberi masukan untuk mengolah desain ”diluar dari yang umu”. Seperti bermain dengan bentuk, warna, dan elemen desain yang mampu menyampaikan cerita. Pak Staven memberi saran bahwa maskot harus menarik perhatian dan rasa relatability dari mahasiswa/i DI maupun DKV. Dengan ini, ia lebih menekan aspek pembawaan pesan daripada akurasi yang berlebihan.

3. Konsep Kreatif

Konsep kreatif dilakukan dengan merancang ideasi penulisan naskah, jenis animasi, gaya ilustrasi, dan konsep warna. Untuk perancangan naskah, penulis akan memperkenalkan tokoh “Sarang” yang merupakan maskot dari FSRD UNTAR. Kemudian tokoh Sarang akan menjelaskan mengenai ruang studio animasi. Sarang akan memberitahukan letak studio animasi, kegunaan dari ruang tersebut, isi yang terdapat pada studio animasi, teknik yang dapat dipelajari. Naskah juga akan membahas pelajaran tentang berbagai animasi yang diantaranya

berupa : pembuatan bumper video, stiker animasi, kinetic typography, dan video explainer. Pada bagian akhir naskah, terdapat kalimat ajakan bagi target audiens. Perancangan animasi ini ditujukan kepada mahasiswa/i FSRD UNTAR 2022, sehingga penulisan naskah dibuat dengan bahasa yang mudah dimengerti, dan sesuai dengan gaya penyampaian untuk kalangan usia 17-19 tahun. Naskah tidak mengandung dan bersifat satu arah layaknya struktur eksplanasi.

Konsep grafis animasi akan menggunakan ilustrasi 2D yang digerakkan dengan teknik *motion graphic*. Perancangan ini menggunakan aplikasi Adobe Illustrator untuk ilustrasi dan Adobe After Effects untuk menggerakkan ilustrasi dan *input* audio. Animasi dirancang dalam durasi kurang lebih 2 menit agar tidak membosankan. Animasi di-*export* dalam format mp4 agar mudah dibuka oleh player apapun. *Output* video dibuat dalam resolusi 1080p dengan ukuran 1920 x 1080 (16:9). Menggunakan maskot FSRD UNTAR “Sarang” sebagai karakter dalam video klip intro. Visualisasi latar suasana akan disimplifikasi dan dimodifikasi dari latar kejadian sesungguhnya untuk mempersingkat proses pengerjaan animasi tanpa menghiraukan estetika visual. Konsep warna yang dipakai adalah menyesuaikan sesuai dengan warna asli



Gambar 4.1 Moodboard Warna dan Ilustrasi

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

4. Sinopsis

Sarang sebagai tokoh utama dalam video animasi yang dimana ia merupakan maskot FSRD UNTAR. Sebagai maskot FSRD, Sarang mengenalkan studio animasi terutama kepada mahasiswa/i FSRD angkatan tahun 2022-2023. Sarang juga memberitahukan isi dari studio animasi sendiri yang dimana dilengkapi dengan sarana dan prasarana terbaik untuk mendukung perkuliahan animasi untuk mahasiswa DKV, tak hanya itu ia juga menjelaskan hal-hal yang bisa dipelajari dan dibuat dalam studio animasi. Sarang juga mengajak kita untuk belajar bersama-sama di studio animasi FSRD UNTAR.

5. Storyline

a. Opening

Diawali dengan clapperboard yang ditutup menandakan video akan dimulai, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan Sarang sebagai maskot FSRD. Sarang mengajak audience untuk melihat studio animasi FSRD UNTAR.

b. Isi


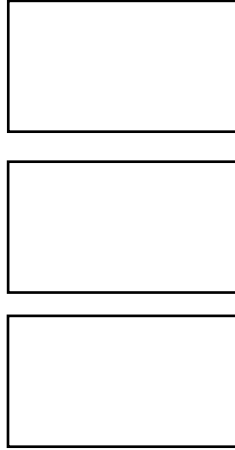
Sarang memberitahukan studio animasi berada di gedung K lantai 5 FSRD UNTAR, Kampus 1 Universitas Tarumanagara. Studio animasi juga dilengkapi dengan sarana dan prasarana terbaik untuk mendukung pembelajaran animasi untuk mahasiswa DKV. Studio animasi juga akan mempelajari teknik pembuatan karya animasi 2D dalam kaitannya dengan kebutuhan animasi dalam desain komunikasi visual dengan menggunakan teknik digital. Mahasiswa/i juga dapat mempelajari dan membuat berbagai animasi, diantaranya : pembuatan bumper video, sticker, kinetic typography, dan video explainer.

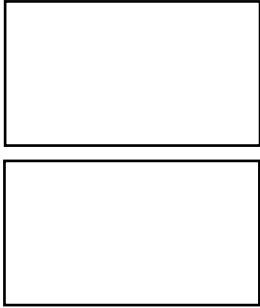
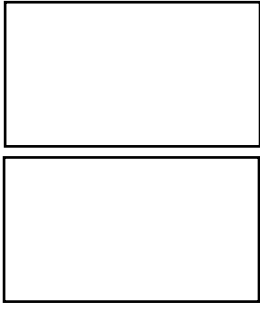

c. Penutup

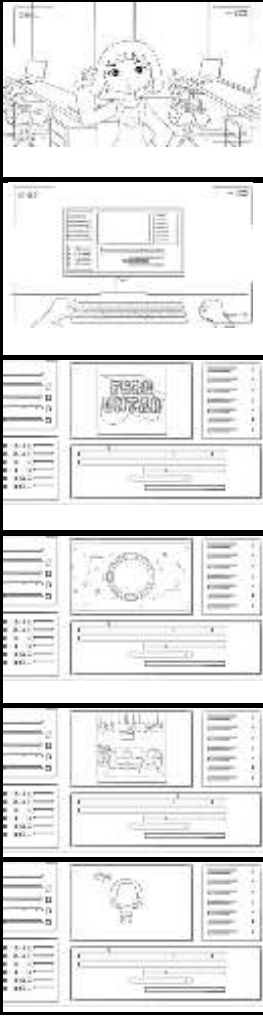

Sebagai penutup untuk mengakhiri video animasi, Sarang menutup video ini dengan kalimat yang menggambarkan ekspresi antusiasme atau kegembiraan (“nah seru kan!”), dan pada akhir kalimat sarang juga mengajak audience untuk mempelajari animasi di studio animasi FSRD UNTAR.

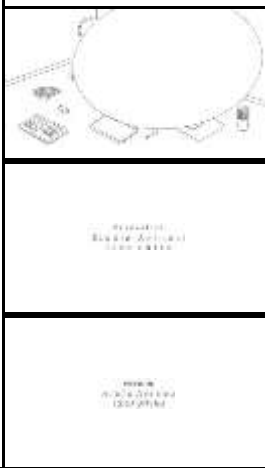
6. Script

Tabel 4.1 Script

<i>Scene</i>	Audio	Visual	
1	<p>“Take 1!”</p> <p><i>Sfx</i> : suara clapperboard</p> <p>Waktu : 0:00 - 0:01</p>	<p>Ilustrasi clapperboard yang digunakan untuk menunjukkan scene akan dimulai</p>	
2	<p>“Halo man teman perkenalkan namaku sarang, sekarang aku akan ajak teman-teman untuk melihat studio animasi FSRD UNTAR. Let’s go!</p> <p><i>Bgm</i> :</p> <p>Waktu : 0:02 - 0:12</p>	<p>Kamera yang muncul dari sebelah kiri, kemudian sarang masuk dengan transisi bawah ke atas.</p> <p>Sarang akan menjelaskan lebih lanjut mengenai studio animasi.</p> <p>(muncul balon pikiran yang memperlihatkan studio animasi)</p> <p>Kemudian sarang bergerak ke sebelah kiri bersamaan dengan kamera</p>	

3	<p>“Studio animasi berada di Gedung K lantai 5 Kampus 1 Universitas tarumanagara”</p> <p>Bgm :</p> <p>Waktu : 0:13 - 0:18</p>	<p>Memperlihatkan gedung Kampus UNTAR 1. (menggunakan <i>establishing shot</i> untuk memperlihatkan keseluruhan tampilan gedung dan jalan) (menggunakan medium shot agar informasi yang disampaikan sarang lebih jelas)</p>	
4	<p>“Studio ini dilengkapi dengan sarana dan prasarana terbaik untuk mendukung perkuliahan animasi untuk mahasiswa DKV”</p> <p>Bgm :</p> <p>Waktu : 0:18 - 0:26</p>	<p>Menampilkan ruangan studio animasi (menggunakan transisi <i>fade out fade in</i> dan transisi perpindahan dari <i>zoom in</i> ke <i>zoom out</i>)</p>	
5	<p>“Disini kita akan mempelajari teknik pembuatan animasi 2D dalam kaitannya dengan kebutuhan animasi dalam Desain Komunikasi Visual dengan menggunakan teknik digital</p> <p>Bgm :</p> <p>Waktu : 0:27 - 0:38</p>	<p>Komputer yang menampilkan <i>software</i> yang digunakan dan juga <i>tool- tool</i> yang bergerak seraya sarang menjelaskan. (pada <i>tool</i> menggunakan efek <i>pop out</i> dan perubahan posisi kiri dan kanan)</p>	

<p>6</p>	<p>“Teman- teman dapat mempelajari berbagai animasi loh.Seperti pembuatan bumper video, stiker animasi, kinetic typography, dan video explainer”</p> <p>Bgm :</p> <p>Waktu : 0:38 - 1:02</p>	<p>Sarang yang sedang menjelaskan. Kemudian perpindahan transisi yang menampilkan layar komputer.</p> <p>(menggunakan transisi <i>zoom in</i> untuk memperlihatkan lebih jelas)</p> <p>Menampilkan pembuatan <i>bumper video</i>, stiker animasi, <i>kinetic typography</i> serta <i>video explainer</i></p>	
<p>7</p>	<p>“Nah seru kan temen-temen, Yuk belajar bareng sarang di studio animasi FSRD UNTAR”</p> <p>Bgm :</p> <p>Waktu : 1:02 - 1: 08</p>	<p>Menampilkan meja dengan berbagai perlengkapan seperti laptop, buku,lampu, mouse pad, usb</p> <p>(menggunakan <i>medium close up shot</i>)</p>	

8	<p>Penutup</p> <p>Bgm :</p> <p>Waktu : 1:09 - 1: 18</p>	<p>Sebuah oval berwarna jingga dari laptop yang lama kelamaan membesar memenuhi layar.</p> <p>(menggunakan transisi <i>scale</i> pada objek untuk memperbesar sehingga layar sepenuhnya terganti)</p> <p>Kemudian muncul tulisan produksi Studio Animasi FSRD UNTAR (menggunakan <i>effect scale</i> serta <i>kerning</i> pada teks)</p>	
---	---	--	---

IV.2 Produksi

Tahap produksi, adalah tahapan dimulainya proses membuat karya animasi yang meliputi pembuatan asset seperti objek dan background menggunakan software Adobe Illustrator dan perekaman suara voice over. Suara voice over akan digabungkan bersama dengan aset yang dianimasikan memakai software Adobe After Effects CC.

1. Proses Pembuatan Karakter

Desain karakter pada perancangan ini tentunya menggunakan tokoh Sarang yang merupakan maskot FSRD. Karakter ini digunakan tanpa mengubah warna dan bentuk. Sarang sendiri memiliki ciri khas diantaranya seperti: memiliki rambut berwarna biru keunguan, menggunakan baju berlengan panjang warna merah muda dengan jumpsuit rok selutut yang berwarna biru. Selain itu ia juga menggunakan stocking garis-garis dengan sepatu kets berwarna merah muda.



Gambar 4.2 Visualisasi Maskot Sarang

(Sumber: FSRD UNTAR, 2023)

2. Proses Pembuatan Background

Background adalah latar belakang dari gerakan animasi, menunjukkan setting dan tempat kejadian.



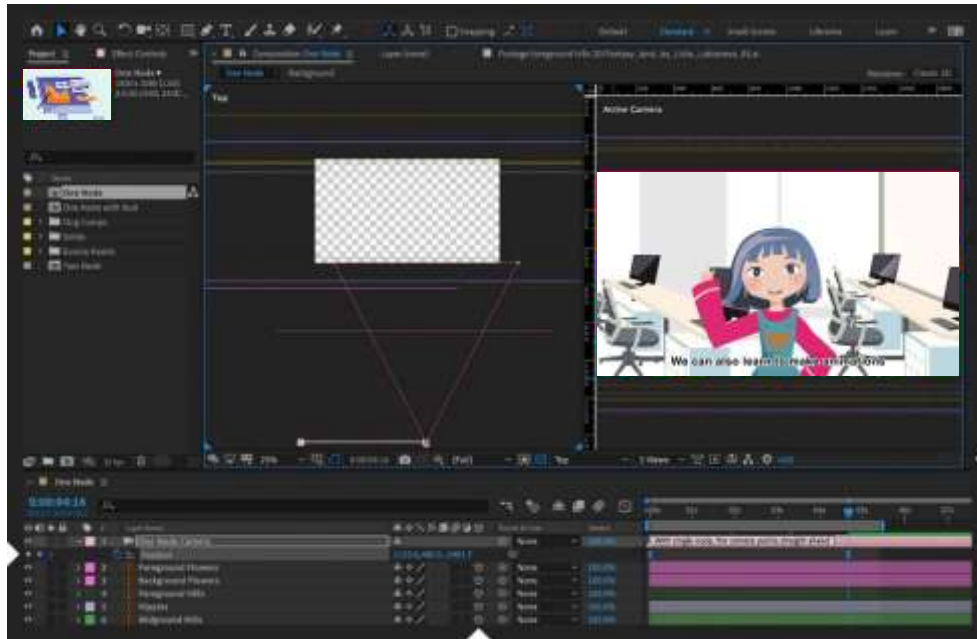




Gambar 4.3 Ilustrasi Background
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

3. Proses Editing Animasi

Proses editing menggunakan software Adobe After Effect. Proses Editing merupakan proses menyunting gambar karakter, background dan objek pendukung lainnya yang telah dibuat menggunakan Adobe Illustrator kemudian di import ke Adobe After Effect lalu di editing hingga menjadi sebuah animasi.

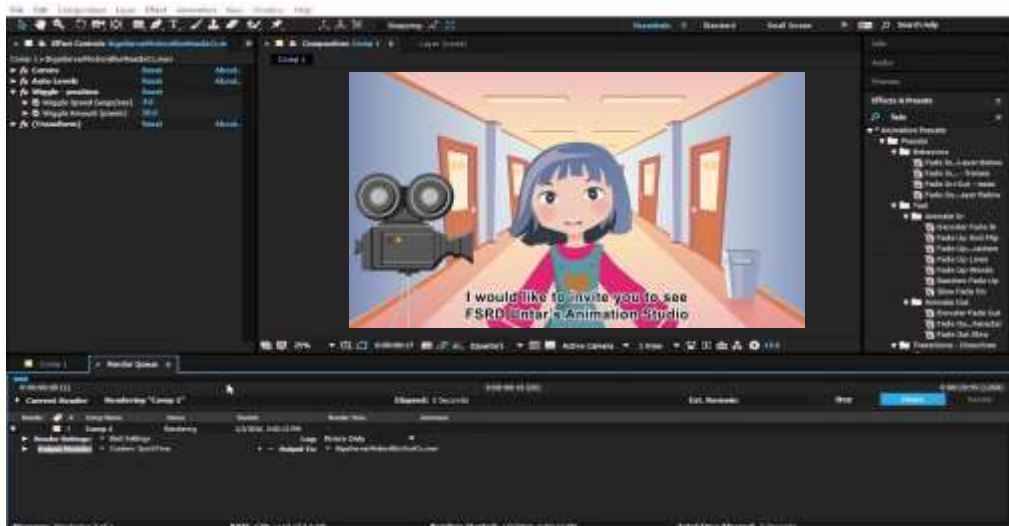


Gambar 4.4 Proses Editing Animasi

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

IV.3 Paska-Produksi

Tahapan terakhir dalam pembuatan animasi yaitu dengan menambahkan audio berupa *voice over* narasi, *sound effect* dan *background*. Ilustrasi visual digerakkan sesuai dengan irama *voice over narasi*. Untuk suara *voice over* dicari suara wanita dengan usia 19-21 tahun untuk menambah kesamaan dengan target audience yang dituju yaitu mahasiswa FSRD. Kemudian penambahan *sound effect*, *background* disesuaikan dengan nuansa ilustrasi untuk memperkuat suasana *scene*. Penambahan *subtitle*/teks bahasa Inggris juga dilakukan didalam video. Hal ini dilakukan dikarenakan Universitas Tarumangara sudah menjalani kerjasama internasional dengan universitas-universitas luar negeri sehingga penambahan teks bahasa Inggris memudahkan tamu asing untuk lebih mengerti maksud dan tujuan dari klip multimedia studio animasi. Setelah penambahan teks bahasa Inggris selesai maka video di *render* dengan format MP4 dalam ukuran 1920 x 1080 px.



Gambar 4.5 Proses Renderring Animasi

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

IV.3 Hasil Akhir

Hasil dari perancangan ini berupa klip multimedia berbentuk animasi 2D dengan durasi waktu 1 menit 18 detik. Hasil video dapat dilihat di laman Youtube <https://youtu.be/ccOKOzeGCj8> . Video ini terdiri dari yang terdiri dari 3 bagian sesuai dari hasil wawancara dengan narasumber, yaitu:

1. **Intro:** pengenalan maskot “Sarang” yang diikuti dengan pengenalan studio animasi Untar beserta dengan lokasinya. Bagian ini terdiri dari 3 *scene* dengan durasi waktu dari 0:00 sampai detik 0:18.



Gambar 4.6 Potongan Klip Bagian Intro

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

2. **Isi:** terdapat penjelasan tentang tujuan studio, termasuk apa yang akan dipelajari dan hasil dari pembelajaran yang terdiri dari 3 *scene* mulai dari detik 0:18 sampai 1:02.



Gambar 4.7 Potongan Klip Bagian Isi

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

3. **Penutup:** terdapat *call-to-action* (CTA) yaitu ajakan pada mahasiswa baru untuk turut serta dalam pembelajaran di studio animasi Untar yang terdiri dari 2 *scene*, mulai dari 1:02 hingga 1:18.



Gambar 4.8 Potongan Klip Bagian Penutup

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

BAB V

KESIMPULAN

Pada akhirnya penelitian ini menghasilkan sebuah video klip multimedia dengan pendekatan animasi 2 dimensi yang menggunakan tokoh "Sarang" sebagai maskot dari FSRD Untar sebagai guide virtual dalam memperkenalkan studio animasi FSRD Untar. Animasi dirancang dalam durasi kurang lebih 2 menit agar tidak membosankan. Animasi di-*export* dalam format mp4 agar mudah dibuka oleh player apapun. *Output* video dibuat dalam resolusi 1080p dengan ukuran 1920 x 1080 (16:9).

Dalam proses pembuatannya menggunakan metode perancangan pipeline animation yang terbagi menjadi 3 tahap yaitu : Tahap Pra Produksi (*pre-production*), Tahap Produksi (*production*), dan Tahap Pasca Produksi (*post production*).

Pada bagian akhir video, terdapat kalimat ajakan bagi target audiens. Perancangan animasi ini ditujukan kepada mahasiswa/i FSRD UNTAR 2022, sehingga penulisan naskah dibuat dengan bahasa yang mudah dimengerti, dan sesuai dengan gaya penyampaian untuk kalangan usia 17-19 tahun. Naskah tidak mengandung dan bersifat satu arah layaknya struktur eksplanasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ampa, A. T. (2015). The Implementation of Interactive Multimedia Learning Materials in Teaching Listening Skills. *English Language Teaching*, 8(12), 56.
- Ariesta, O. (2020). Perancangan Maskot ISI Padang Panjang Sebagai Media Branding. *Jurnal Bahasa Rupa*, 3(2), 104-116.
- Cahyadi, F. (2023). Pengembangan Media Video Animasi Pembelajaran IPA Materi Perubahan Cuaca Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Berbasis Canva Pendidikan. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 11(1), 78-84.
- Cayla, J. (2013). Brand mascots as organisational totems. *Journal of Marketing Management*, 29, 104 - 86.
- Chandra, E. (2022). Peran Figur Maskot “Sarang” Sebagai Brand Personality FSRD UNTAR Dimata Masyarakat Indonesia. *Prosiding Senapenas Vol. 2, No. 1, 2022*, 1052-1058
- Fauzyah, R., & Franzia, E. (2018). Motion graphic promosi pasar papringan di Temanggung, Jawa Tengah. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain*, 3(2), 159-174.
- Kurniawan, L. P, & Sayatman. (2018). Perancangan Maskot Untuk memperkuat Identitas Visual Kota Kediri. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, Vol. 7, No. 1, (2018), 48-52.
- McCormick Jr et al. (1996). Cell division gene *ftsQ* is required for efficient sporulation but not growth and viability in *Streptomyces coelicolor* A3(2). *J Bacteriol* 178:.
- Robin, L. (2001). *Kitab Suci Komputer & Multimedia*. Yogyakarta: Alberta.
- Santoso, B. G. (2013). *Nganimasi bersama Mas Be*. Elex Media Komputindo.
- Saputra, D., Saputra, K., & Sunaryono, S. (2022). The Effect Of PHET Simulation On The Discovery Learning Model On Critical Thinking Skills Of SMA Students On Straight Motion Materials. *INOVASIA*, 1(1), 34-45.
- Sari, Y. W., & Kosasih, E. (2019). Pemanfaatan infografis animasi dalam pembelajaran menulis teks eksplanasi. In *Seminar Internasional Riksa Bahasa*.
- Sutopo. (2003). *Komputer Multimedia*. Jakarta: Mediakom.
- Turban et al. (2003) *Elec-tronic Commerce: A Managerial Perspective*, International Edition, Prentice-hall
- Yadav, P. (2015). Anthropomorphic Brand Mascot Serve As The Vehicle To Quickly Remind Customers Who You Are And What You Stand For In Indian Cultural Context.

LAMPIRAN

SPK Penelitian



UNTAR
Universitas Tarumanagara



**PERJANJIAN
PELAKSANAAN PENELITIAN SKEMA REGULER
PERIODE I TAHUN ANGGARAN 2024
NOMOR: 076-SPK-PENREG-KLPPM/UNTAR/IV/2024**

Pada hari ini Senin tanggal 29 bulan April tahun 2024 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
selanjutnya disebut Pihak Pertama
2. Nama : Budi Darmo, S.Sn., M.Ds.
NIDN/NIDK : 0331037806
Jabatan : Dosen Tetap
Bertindak untuk diri sendiri dan atas nama anggota pelaksana penelitian:
 - a. Nama dan NIDN/NIDK : Edy Chandra, S.Sn., M.I.Kom (0305087504)
 - b. Nama dan NIM : Clara Josselyn Widjaja (625200049)
 - c. Nama dan NIM : Cherane Leony (625210020)selanjutnya disebut Pihak Kedua

Pihak Pertama dan Pihak Kedua sepakat mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Skema Reguler Periode I (Januari-Juni) Tahun 2024 Nomor 076-SPK-PENREG-KLPPM/UNTAR/IV/2024 Tanggal 29 April 2024 sebagai berikut:

Pasal 1

- (1) Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan Penelitian "IMPLEMENTASI VISUAL MASKOT "SARANG" PADA KLIP MULTIMEDIA STUDIO ANIMASI FSRD UNTAR"
- (2) Besaran biaya yang diberikan kepada Pihak Kedua sebesar Rp 12.000.000 (dua belas juta rupiah) diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%. Tahap I diberikan setelah penandatanganan Perjanjian ini dan Tahap II diberikan setelah mengumpulkan luaran wajib berupa artikel dalam jurnal nasional atau jurnal internasional serta luaran tambahan [apabila ada], laporan akhir, dan laporan keuangan.

Pasal 2

- (1) Pihak Kedua diwajibkan mengikuti kegiatan monitoring dan evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh Pihak Pertama.
- (2) Apabila terjadi perselisihan menyangkut pelaksanaan Penelitian ini, kedua belah pihak sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah.

Demikian Perjanjian ini dibuat dan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE

Pihak Kedua

Budi Darmo, S.Sn., M.Ds.

Sertifikat HKI


REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002024100644, 5 September 2024

Pencipta

Nama : **Budi Darmo dan Edy Chandra**

Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14450, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Budi Darmo dan Edy Chandra**

Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14450, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Poster**

Judul Ciptaan : **Implementasi Maskot Sarang Pada Klip Multimedia Studio Animasi FSRD Untar**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 5 September 2024, di Jakarta

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000675848

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri


IGNATIUS M.T. SILALAHI
NIP. 196812301996031001



Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

Poster HKI

IMPLEMENTASI VISUAL MASKOT "SARANG" PADA KLIP MULTIMEDIA STUDIO ANIMASI FSRD UNTAR

Dalam rangka penerimaan mahasiswa baru, pengenalan studio animasi DKV Untar diperlukan agar audiens mendapatkan pengertian lebih baik mengenai letak, tujuan, serta pembelajaran studio animasi. Dilakukan perancangan klip multimedia berupa animasi modern dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan memperkenalkan studio animasi FSRD Untar kepada mahasiswa baru dan masyarakat.

Perancangan ini menggunakan metode pipeline animation (tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi). Data dikumpulkan dengan melakukan observasi, studi literatur, kuesioner, serta wawancara. Hasil dari perancangan ini berupa klip multimedia animasi 2D yang berdurasi sekitar 2 menit dengan maskot "Sarang" sebagai guide virtual untuk meningkatkan pemahaman, daya tarik, dan interaksi dengan audiens.



		BAGIAN 1: PEMBUKA Perkenalan dari maskot FSRD "Sarang" sebagai guide virtual mengenal Studio Animasi UNTAR.	0:00
			0:18
		BAGIAN 2: ISI Penjelasan tentang tujuan studio, materi yang dipelajari, dan karya mahasiswa belajar di Studio Animasi.	0:18
			1:02
		BAGIAN 3: PENUTUP Call-to-action berupa ajakan pada mahasiswa baru untuk belajar bersama Sarang di Studio Animasi UNTAR.	1:02
			1:18

Budi Darmo, S.Sn., M.Des. Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom. Clara Josselyn Widjaja Cherane Leony	0331037806/10607003 0305067504/10601002 625200049 625210020		
---	--	--	--

Research Week 2024

IMPLEMENTASI VISUAL MASKOT “SARANG” PADA KLIP MULTIMEDIA STUDIO ANIMASI FSRD UNTAR

Budi Damo, S.Sn., M.Des., 0331037956/10607000 | Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom., 0305067504/10601002 | Clara Joeselyn Wijaya, 625200046 | Cherane Leony, 625210020
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara

Pendahuluan

Klip multimedia efektif menyampaikan informasi kepada audiens dengan cara yang lebih menarik dan meyakinkan. Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara (Prodi DKV FSRD-Untar) telah menciptakan maskot “Sarang” sebagai identitas visual FSRD Untar kepada masyarakat luar. Pada tahap selanjutnya, maskot tersebut akan diimplementasikan lebih terperinci berbentuk klip multimedia untuk kebutuhan informasi Studio Animasi kepada mahasiswa di kalangan internal Prodi DKV FSRD Untar dan Masyarakat luar.

Metode

Pipeline Animasi: Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi (Santoso, 2013)

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari perancangan ini berupa klip multimedia berbentuk animasi 2D dengan durasi waktu 1 menit 18 detik, yang terdiri dari yang terdiri dari 3 bagian: pembuka, isi, dan penutup.





BAGIAN 1: PEMBUKA (0:00 – 0:18)
Perkenalan dari maskot FSRD “Sarang” sebagai guide virtual mengenai Studio Animasi Untar.



BAGIAN 2: ISI (0:18 – 1:02)
Penjelasan tentang tujuan studio, materi yang diajarkan, dan karya mahasiswa belajar di Studio Animasi.



BAGIAN 3: PENUTUP (1:02-1:18)
Call-to-action (CTA) berupa ajakan pada mahasiswa baru untuk belajar bersama Sarang di Studio Animasi Untar.

Kesimpulan

Perancangan ini menghasilkan video klip Animasi 2D dengan Sarang, maskot FSRD Untar, sebagai guide virtual yang memperkenalkan Studio Animasi Untar. Animasi berdurasi 1 menit 18 detik dengan format mp4, resolusi 1080p, benjolan 1920 x 1080 (16:9). Pembuatan maskot dibuat dengan bahasa dan gaya penyampaian yang sesuai untuk usia 17-19 tahun. Proses pembuatannya menggunakan metode perancangan pipeline animasi (Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi).

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis sampaikan kepada LPPM Untar, FSRD Untar, Bapak Stawan Anderson Angkasa, dan Bapak Muryadi Bayadid atas kontribusi waktunya sebagai narasumber penelitian ini.

Referensi

Ampa, A. T. (2015). The Implementation of Interactive Multimedia Learning Materials in Teaching Listening Skills. *English Language Teaching*, 8(12), 56.

Chandra, E. (2022). Peran Figur Maskot “Sarang” Sebagai Brand Personality FSRD UNTAR. *Dimata Masyarakat Indonesia: Prosiding Senaprennas Vol 2*, No. 1, 2022, 1052-1056.

Kontak: 0331037956@untar.ac.id, edy@fsm.untar.ac.id

PMP/PH

Bukti Submit Artikel ke Jurnal Visual

