

**PEMBUATAN ANIMASI 3D IKLAN PRODUK EARPHONE
VH-S05 UNTUK PROMOSI DI CV. CENTURIS DIGITAL
MEDIA (V-GEN)**

JALUR NON REGULER – MAGANG DIGITAL ARTIST

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi S1 Sistem Informasi



disusun oleh

YHUGA PABLO ANDRYAN

21.12.1991

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

**PEMBUATAN ANIMASI 3D IKLAN PRODUK EARPHONE
VH-S05 UNTUK PROMOSI DI CV. CENTURIS DIGITAL
MEDIA (V-GEN)**

JALUR NON REGULER – MAGANG DIGITAL ARTIST

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi S1 Sistem Informasi



disusun oleh

YHUGA PABLO ANDRYAN

21.12.1991

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

JALUR NON REGULER – MAGANG DIGITAL ARTIST

**PEMBUATAN ANIMASI 3D IKLAN PRODUK EARPHONE VH-S05
UNTUK PROMOSI DI CV.CENTURIS DIGITAL MEDIA(V-GEN)**

yang disusun dan diajukan oleh

Yhuga Pablo Andryan

21.12.1991

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
pada tanggal, 20 Januari 2025

Dosen Pembimbing,



Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom

NIK. 190302391

HALAMAN PENGESAHAN

JALUR NON REGULER – MAGANG DIGITAL ARTIST

**PEMBUATAN ANIMASI 3D IKLAN PRODUK EARPHONE VH-S05
UNTUK PROMOSI DI CV.CENTURIS DIGITAL MEDIA(V-GEN)**

yang disusun dan diajukan oleh

Yhuga Pablo Andryan

21.12.1991

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal, 20 Januari 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Yoga Pristyanto, S.Kom., M.Eng.
NIK. 190302412

Atik Nurmasani, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302354

Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302391

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal, 20 Januari 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom.Ph.D
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KONTRIBUSI KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Yhuga Pablo Andryan
NIM : 21.12.1991

Menyatakan bahwa karya dengan judul berikut:

**PEMBUATAN ANIMASI 3D IKLAN PRODUK EARPHONE VH-S05
UNTUK PROMOSI DI CV.CENTURIS DIGITAL MEDIA(V-GEN)**

Dosen Pembimbing : Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom.

1. Karya adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya merupakan gagasan penelitian yang orisinil dan SAYA memiliki KONTRIBUSI terhadap karya tersebut.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka atau Referensi pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 20 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Yhuga Pablo Andryan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Alamin, segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Terima kasih atas karuniaMu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha tanpa henti selama ini. Terima kasih atas kerja keras dan ketekunannya.

Mari kita terus berdoa, berusaha, dan pantang menyerah dalam menghadapi tantangan di masa depan.

Halaman persembahan ini juga saya tujukan sebagai ungkapan terima kasih yang mendalam kepada kedua orangtua, yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan penuh selama perjuangan menempuh pendidikan.

Terimakasih banyak untuk semuanya yang telah mendukung dan menyemangati dalam perjuangan ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan lancar. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Selain itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berjasa memberikan dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., PhD. selaku Dekan Program Fakultas Ilmu Komputer
3. Bapak Anggit Dwi Hartanto, M.Kom. selaku Kaprodi Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, saran, dan motivasi kepada penulis.
5. Bapak Kuntardi selaku Pemilik Usaha CV. CENTURIS DIGITAL MEDIA (V-GEN) yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
6. Kedua Orang Tua dan Keluarga Tercinta, yang selalu memberikan dukungan, doa, serta kasih sayang yang tiada henti.

Yogyakarta, 11 November 2024

Penulis

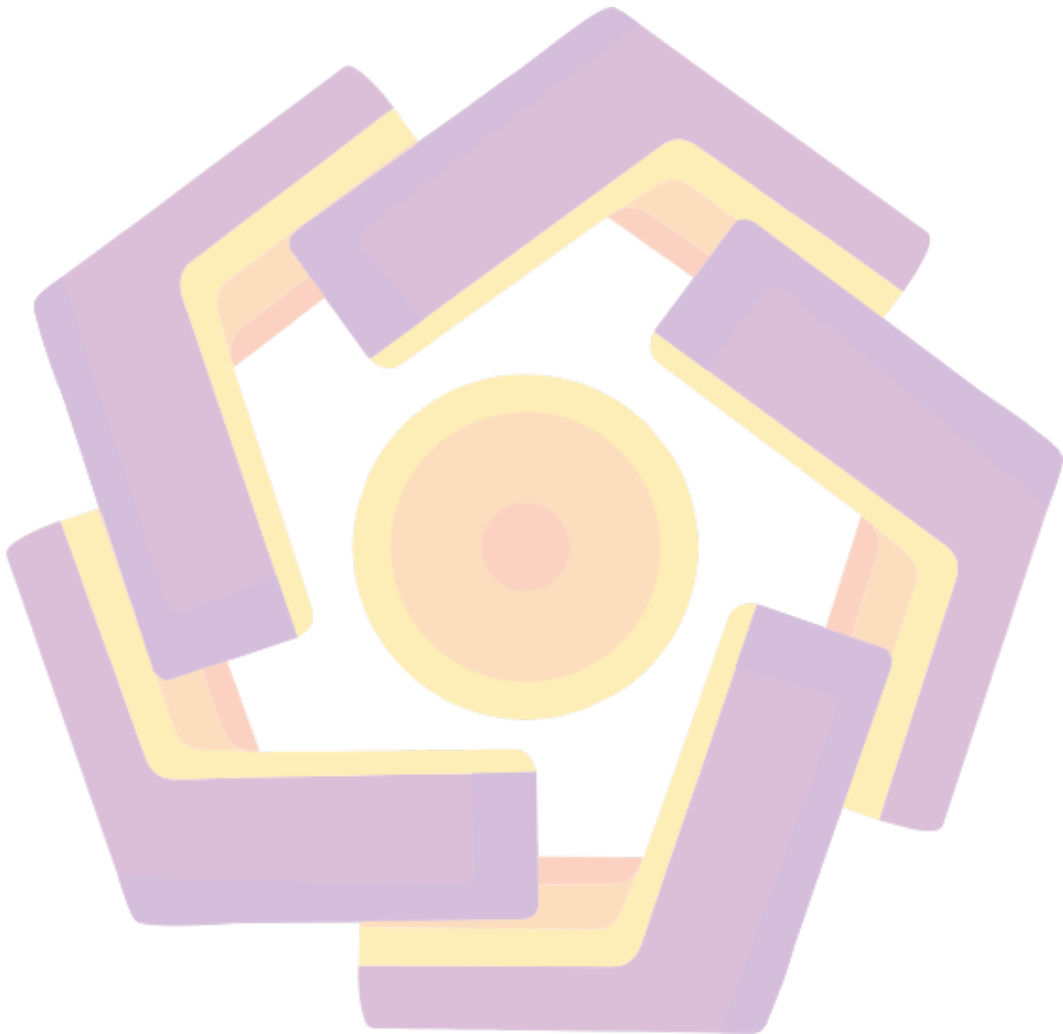


Yhuga Pablo Andryan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PERSETUJUAN.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
HALAMAN PERNYATAAN KONTRIBUSI KARYA.....	4
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR LAMPIRAN.....	10
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN.....	11
DAFTAR ISTILAH.....	12
INTISARI.....	13
ABSTRACT.....	14
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Profil.....	3
BAB II	
LANDASAN TEORI DAN ANALISIS.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Analisis SWOT.....	14
2.3 Alur Pengembangan Produk.....	17
BAB III	
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	19
3.1 Pengumpulan Data.....	19
3.2 Concept.....	21
3.3 Design.....	26
3.4 Material Collecting.....	29
3.5 Assembly.....	34
3.6 Testing.....	60
3.7 Distribution.....	65
3.8 Peran dan Kontribusi.....	66
BAB IV	

PENUTUP.....	68
4.1 Kesimpulan.....	68
4.2 Saran.....	68
REFERENSI.....	69
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR TABEL

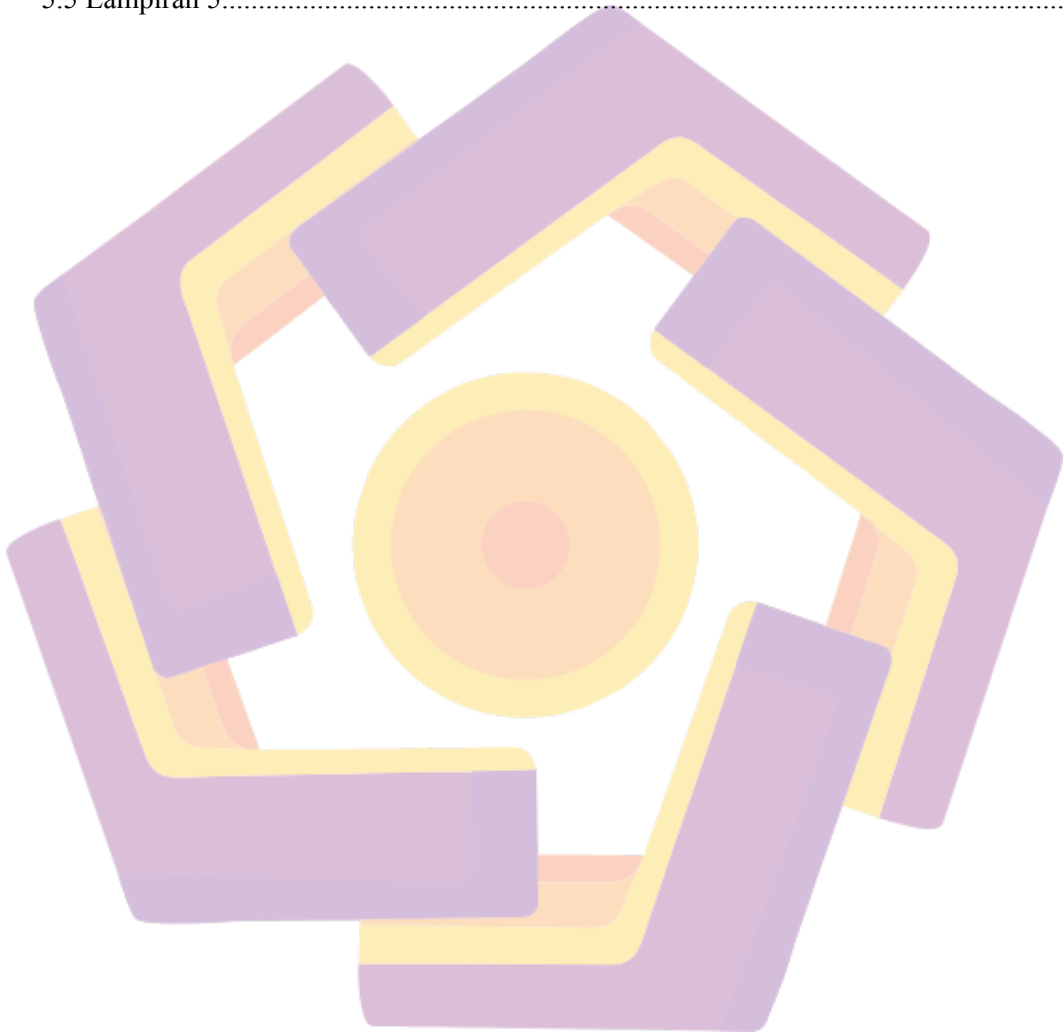
Tabel 1.1. Skema Kegiatan.....	4
Tabel 2.1 Analisis SWOT.....	15
Tabel 3.1 Poin Diskusi.....	20
Tabel 3.2 Aspek Yang Diamati.....	21
Tabel 3.3 Kebutuhan Hardware.....	24
Tabel 3.4 Kebutuhan Software.....	24
Tabel 3.5 Storyboard.....	25
Tabel 3.6 Assets Audio.....	30
Tabel 3.7 Assets Video.....	31
Tabel 3.8 2D Assets.....	33
Tabel 3.9 Modeling.....	35
Tabel 4.1 Shading.....	42
Tabel 4.2 Alpha Testing.....	59
Tabel 4.3 Peran dan Kontribusi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rigging Karakter.....	7
Gambar 2.2 Render Engine.....	8
Gambar 2.3 Layout Blender.....	9
Gambar 2.4 Animasi Scene 3.....	10
Gambar 2.5 Alur MDLC.....	11
Gambar 2.6 Ilustrasi Iklan 2D.....	12
Gambar 2.7 Sinematografi Kamera & Pencahayaan.....	13
Gambar 2.8 Profil Instagram.....	14
Gambar 2.9 Alur Pengembangan Produk.....	18
Gambar 3.1 Konsep Karakter 3D Low Poly.....	27
Gambar 3.2 Konsep 3D Produk.....	28
Gambar 3.3 Konsep 3D Environment 1.....	29
Gambar 3.4 Konsep 3D Environment 2.....	30
Gambar 3.5 Add-On Rigify.....	49
Gambar 3.6 Human Meta Rig.....	50
Gambar 3.7 Generate Rig.....	50
Gambar 3.8 Weight Paint.....	51
Gambar 3.9 Scene Intro dan Review Produk.....	52
Gambar 4.1 Scene Konfigurasi Earphone.....	53
Gambar 4.2 Scene Mengangkat Telepon.....	53
Gambar 4.3 Scene Streaming Film.....	54
Gambar 4.4 Eevee Render Engine.....	55
Gambar 4.5 Konfigurasi Scene.....	56
Gambar 4.6 layout Render.....	56
Gambar 4.7 layout Compositing 1.....	57
Gambar 4.8 layout Compositing 2.....	57
Gambar 4.9 layout Compositing 3.....	58
Gambar 5.1 layout Compositing 4.....	59
Gambar 5.2 Layout Postingan.....	64
Gambar 5.3 Transaksi Penjualan.....	65
Gambar 5.4 Surat Penerimaan Magang.....	70
Gambar 5.5 Lembar Penilaian.....	71
Gambar 5.6 Animasi 3D Preview.....	72
Gambar 5.7 Directory Source Produk.....	73
Gambar 5.8 Layout Marketplace Shopee.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

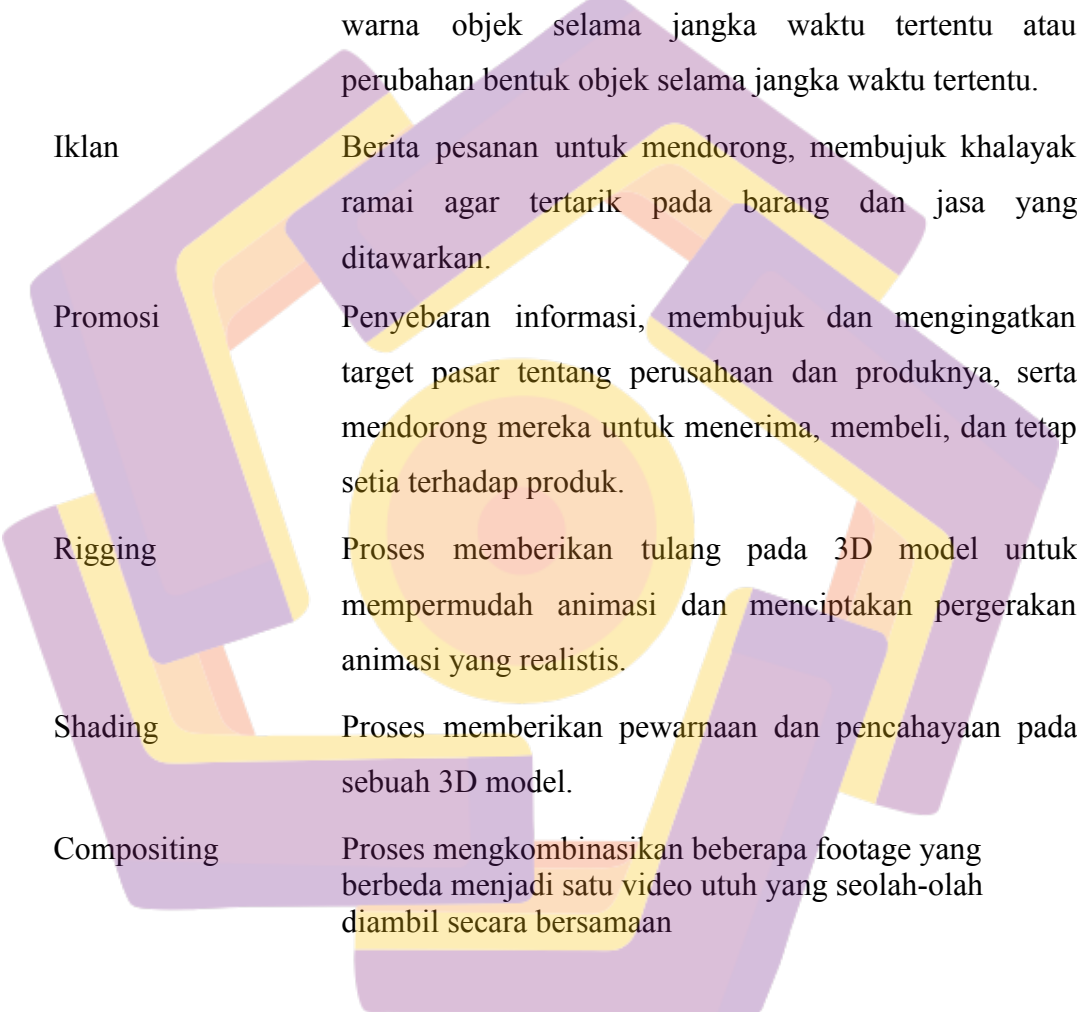
5.1 Lampiran 1.....	72
5.2 Lampiran 2.....	73
5.3 Lampiran 3.....	74
5.4 Lampiran 4.....	75
5.5 Lampiran 5.....	76



DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

MDLC	Multimedia Development Life Cycle.
CPU	Central Processing Unit.
RAM	Random Access Memory.
VGA	Video Graphics Array.
SSD	Solid-State Drive.
MP4	Format file video yang digunakan untuk animasi.
IT	Information Technology
Intro	Pembukaan Video
Outro	Penutup Video
NLA	Non Linear Animation

DAFTAR ISTILAH



Multimedia Development Life Cycle (MDLC)	Metode pengembangan multimedia yang terdiri dari beberapa tahap seperti concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution.
Animasi	Proses membuat sesuatu bergerak, melakukan perubahan warna objek selama jangka waktu tertentu atau perubahan bentuk objek selama jangka waktu tertentu.
Iklan	Berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan.
Promosi	Penyebaran informasi, membujuk dan mengingatkan target pasar tentang perusahaan dan produknya, serta mendorong mereka untuk menerima, membeli, dan tetap setia terhadap produk.
Rigging	Proses memberikan tulang pada 3D model untuk mempermudah animasi dan menciptakan pergerakan animasi yang realistis.
Shading	Proses memberikan pewarnaan dan pencahayaan pada sebuah 3D model.
Compositing	Proses mengkombinasikan beberapa footage yang berbeda menjadi satu video utuh yang seolah-olah diambil secara bersamaan

INTISARI

Penggunaan sosial media yang kini sangat masif, membuka peluang untuk mengoptimalkan potensi media promosi online. Pengembangan animasi 3D iklan produk earphone VH-S05 CV. CENTURIS DIGIAL MEDIA (V-GEN) di media sosial dilakukan guna meningkatkan daya tarik produk. Mengingat persaingan ketat di pasar aksesoris komputer dan smartphone, perusahaan menyadari bahwa pendekatan visual yang inovatif dan informatif diperlukan untuk membedakan produk mereka dari pesaing.

Pengembangan animasi 3D menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Mencakup tahap perancangan konsep, desain, pengumpulan material, perakitan, pengujian, dan distribusi. Dirancang dengan karakter 3D low poly, dipadukan dengan visual produk yang detail serta narasi untuk menjelaskan fitur dan keunggulan earphone VH-S05. Proses pembuatan animasi dilakukan dengan perangkat lunak Blender untuk pemodelan dan animasi, serta Adobe Premiere Pro untuk penyuntingan akhir. Hasil menunjukkan bahwa animasi 3D dapat mempengaruhi minat beli konsumen dipengaruhi keunggulannya menyampaikan informasi terkait fitur, cara penggunaan, desain, dan fungsi produk.

Sebagai kesimpulan, penerapan animasi 3D dalam promosi produk terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens serta meningkatkan nilai jual produk. Untuk pengembangan lebih lanjut, dengan memastikan kelancaran animasi, serta detail texture dan pewarnaan pada tiap - tiap 3D modelnya agar terlihat realistis.

Kata kunci: Animasi 3D, Promosi, Iklan, MDLC

ABSTRACT

The use of social media, which is now very massive, opens up opportunities to optimize the potential of online promotional media. Development of 3D animation advertising of VH-S05 CV earphone products. CENTURIS DIGIAL MEDIA (V-GEN) on social media is carried out to increase the attractiveness of the product. Given the fierce competition in the computer and smartphone accessories market, companies realize that an innovative and informative visual approach is necessary to differentiate their products from competitors.

The development of 3D animation uses the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method. It covers the stages of concept design, design, material collection, assembly, testing, and distribution. Designed with 3D low poly characters, combined with detailed product visuals and narratives to explain the features and advantages of the VH-S05 earphones. The animation creation process was done with Blender software for modeling and animation, and Adobe Premiere Pro for final editing. The results show that 3D animation can influence consumers' buying interest influenced by their superiority in conveying information related to product features, usage, design, and function.

In conclusion, the application of 3D animation in product promotion has proven to be effective in attracting the attention of the audience and increasing the selling value of the product. For further development, by ensuring smooth animation, as well as detailed textures and coloring on each 3D model to make it look realistic

Keywords: 3D Animation, Promotion, Advertising, MDLC