

**PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM MEDIA
PROMOSI JAM TANGAN EBONI**

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Disusun oleh:

Willy Jordan Fazza Rino

NIM. 20.96.2226

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM MEDIA
PROMOSI JAM TANGAN EBONI**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Satu (S1)



Disusun oleh:

Willy Jordan Fazza Rino

NIM. 20.96.2226

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM MEDIA
PROMOSI JAM TANGAN EBONI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Willy Jordan Fazza Rino
NIM 20.96.2226

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 7 Februari 2025

Dosen Pembimbing,



Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

NIK. 190302435

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PRANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM MEDIA
PROMOSI JAM TANGAN EBONI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Willy Jordan Fazza Rino
NIM 20.96.2226

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 20 Maret 2025

Nama Penguji

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A

NIK. 190302476

Andreas Tri Pamungkas, S.Sos., M.A.

NIK. 190302522

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302435

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Februari 2025



Willy Jordan Fazza Rino

NIM. 20.96.2226

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra S.I.Kom., M.A, (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A (Pembimbing)
5. Jam Tangan Eboni (Pihak instansi/objek penelitian)

Yogyakarta, 10 Februari 2025



Willy Jordan Fazza Rino

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penciptaan Karya.....	3
1.4 Manfaat Penciptaan Karya.....	3
1.4.1 Manfaat Karya Secara Akademis.....	3
1.4.2 Manfaat Karya Secara Praktis.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Referensi Karya Sebelumnya.....	4
2.1.1 Coca-Cola - <i>The Happiness Factory</i> (2006).....	4
2.1.2 Nike " <i>The Last Game</i> ".....	7
2.1.3 Rolex – <i>What makes a Rolex a Rolex?</i>	9
2.2. Landasan Teori/Konsep.....	11
2.2.1 Teori Desain Komunikasi Visual.....	11
2.2.2 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	12
2.2.3 Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	13
2.2.4 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	14
2.2.5 Tipografi.....	15
2.2.6 Teori Animasi 3D.....	16
2.2.6.1 Teknik Modeling 3D.....	18

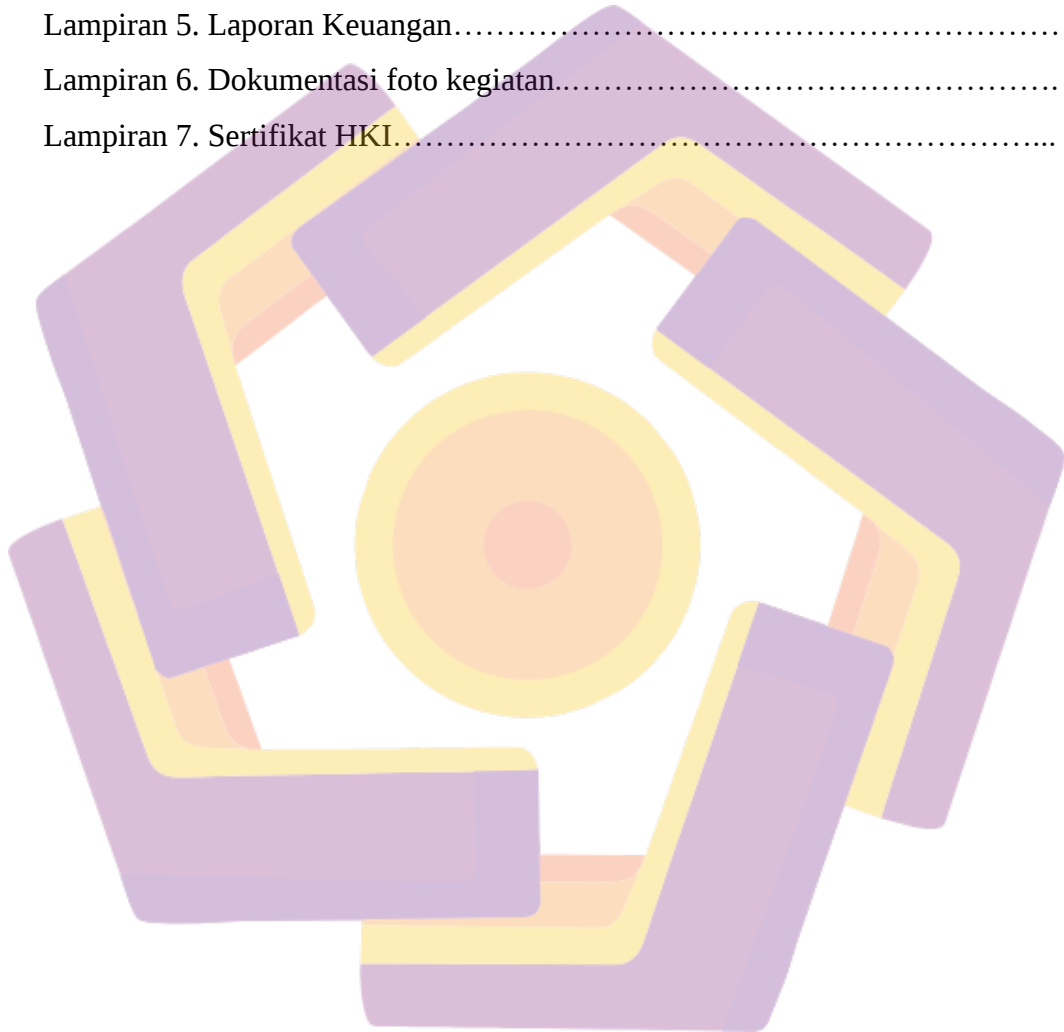
2.2.6.2 Teknik Animation.....	18
2.2.6.3. Teknik Rendering 3D.....	19
2.2.7 Perangkat Lunak.....	20
2.2.8 Media Promosi.....	20
BAB III METODE PEMBUATAN KARYA.....	22
3.1 Riset Dalam Pra Produksi.....	22
3.1.1 Riset Produk.....	22
3.1.2 Membuat Konsep Audio Visual.....	23
3.2 Deskripsi Karya.....	23
3.2.1 Format Media.....	23
3.2.2 Durasi Karya.....	24
3.2.3 Isi Pesan Karya.....	24
3.2.4 Target Audiens.....	24
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	26
4.1 Deskripsi Karya.....	26
4.2 Penerapan Teori/Konsep.....	27
4.2.1 Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	27
4.2.2 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	29
4.2.3 Tipografi.....	32
4.2.4 Teori Animasi 3D.....	33
4.2.5 Perangkat Lunak.....	44
BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Thumbnail Iklan Coca-Cola – <i>The Happiness Factory</i>	4
Gambar 2.2 Iklan <i>Nike The Last Game</i>	7
Gambar 2.3 Iklan Rolex What makes a Rolex a Rolex?.....	9
Gambar 4.1 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	26
Gambar 4.2 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	27
Gambar 4.3 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	28
Gambar 4.4 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	29
Gambar 4.5 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	30
Gambar 4.6 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	31
Gambar 4.7 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	31
Gambar 4.8 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	33
Gambar 4.9 <i>Modeling</i> Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	34
Gambar 4.10 <i>Modeling</i> Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	34
Gambar 4.11 <i>Modeling</i> Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	35
Gambar 4.12 <i>Animating</i> Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	36
Gambar 4.13 <i>Animating</i> Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	37
Gambar 4.14 <i>Animating</i> Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	38
Gambar 4.15 <i>Animating</i> Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	39
Gambar 4.16 <i>Animating</i> Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	40
Gambar 4.17 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	41
Gambar 4.18 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	42
Gambar 4.19 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	42
Gambar 4.20 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	43
Gambar 4.21 Iklan 3D Animasi Jam Tangan Eboni.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

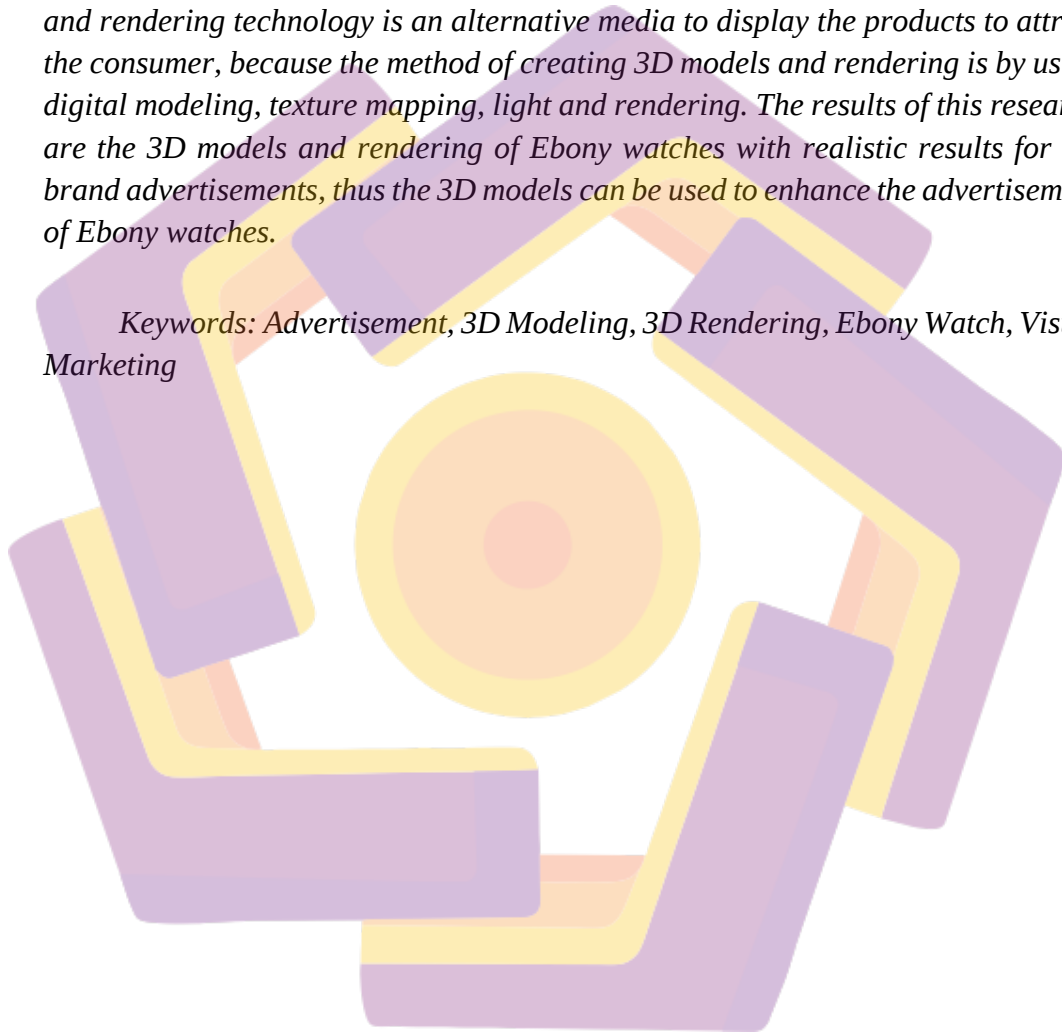
Lampiran 1. Tautan karya.....	49
Lampiran 2. Naskah <i>Voice Over</i>	50
Lampiran 3. Storyboard.....	51
Lampiran 4. Tim dan penjelasan job desc.....	52
Lampiran 5. Laporan Keuangan.....	53
Lampiran 6. Dokumentasi foto kegiatan.....	54
Lampiran 7. Sertifikat HKI.....	55



ABSTRACT

This research discusses about 3D modeling and rendering for Ebony watch brand advertisement, and in the era of digitalization, the visual elements become one of the most interesting ways to attract the consumer. In addition, the 3D models and rendering technology is an alternative media to display the products to attract the consumer, because the method of creating 3D models and rendering is by using digital modeling, texture mapping, light and rendering. The results of this research are the 3D models and rendering of Ebony watches with realistic results for the brand advertisements, thus the 3D models can be used to enhance the advertisement of Ebony watches.

Keywords: Advertisement, 3D Modeling, 3D Rendering, Ebony Watch, Visual Marketing



ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang penggunaan pemodelan dan rendering 3D untuk iklan merek jam tangan Ebony. Di era digitalisasi, elemen visual menjadi salah satu cara paling menarik untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, teknologi pemodelan dan rendering 3D menjadi media alternatif untuk menampilkan produk secara menarik kepada konsumen. Metode pembuatan model 3D dan rendering dilakukan dengan menggunakan teknik digital modeling, texture mapping, pencahayaan, dan rendering. Hasil dari penelitian ini adalah model 3D dan rendering jam tangan Ebony dengan hasil yang realistis untuk keperluan iklan merek tersebut. Dengan demikian, model 3D ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas iklan jam tangan Ebony.

Kata Kunci: Iklan, Model 3D, Rendering 3D, Jam Ebony, Pemasaran Visual

