

PERANCANGAN ANIMASI 3D SEBAGAI MEDIA PROMOSI PAPER QUILLING PRODUKSI PACEPULO

Sonia Kartika Azzuri¹, Meirina Lani Anggapuspa²

¹Jurusan Desain, Fakultas Seni dan Bahasa, Universitas Negeri Surabaya
sonia.18056@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, Fakultas Seni dan Bahasa, Universitas Negeri Surabaya
meirinaanggapuspa@unesa.ac.id

Abstrak

Pacepulo merupakan salah satu usaha yang menjual berbagai perlengkapan *paper quilling* secara online, dan juga memproduksi *paper quilling*. Media promosi yang digunakannya saat ini masih berupa foto produk yang ditampilkan di media sosial. Kondisi ini menimbulkan permasalahan yaitu kurangnya informasi mengenai apa itu *paper quilling* dari *audience* mereka. Berdasarkan permasalahan tersebut, Ibu Lailatis Sa'adah sebagai pemilik Pacepulo menginginkan adanya media pendukung untuk mempromosikan produk *paper quilling* Pacepulo. Untuk menjawab permasalahan tersebut maka dirancanglah media promosi berupa animasi 3D dengan tujuan mampu menampilkan proses *paper quilling* dengan singkat namun detail. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka, serta analisis data dengan metode 5W+1H. Metode perancangan animasi 3D menggunakan sistem *waterfall* yang meliputi tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil dari perancangan ini berupa animasi 3D sebagai media promosi untuk Pacepulo di media sosial. Animasi 3D berdurasi 23 detik yang ditayangkan melalui media sosial Instagram ini mampu mendukung pengenalan produk *paper quilling* Pacepulo, dan dapat menggambarkan seperti apa kerajinan *paper quilling*.

Kata Kunci: Animasi 3D, Promosi, Paper Quilling

Abstract

Pacepulo is a business that sells various paper quilling equipment online, and also produces paper quilling. The promotional media she currently uses is still in the form of product photos displayed on social media. This condition raises a problem, namely the lack of information about what paper quilling from their audience. Based on these problems, Mrs. Lailatis Sa'adah as the owner of Pacepulo wanted supporting media to promote Pacepulo's paper quilling products. To answer these problems, promotional media in the form of 3D animation were designed. This research is qualitative, data is obtained through observation, interviews, and literature study, as well as data analysis using the 5W+1H method. The 3D animation design method will use a waterfall system which includes pre-production, production, and post-production stages. The result of this design is 3D animation as a promotional medium for Pacepulo on social media. The final result of a 3D animation with a duration of 23 seconds which is broadcast via social media Instagram. With this 3D animation, it is hoped that it can support the introduction of Pacepulo paper quilling products, and can illustrate what paper quilling crafts are like.

Keywords: 3D Animation, Promotion, Paper Quilling

PENDAHULUAN

Pacepulo merupakan sebuah usaha yang menjual berbagai perlengkapan untuk *paper quilling*, yang berada di daerah Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Produk Pacepulo dijual dan dipromosikan secara online di berbagai *platform* toko online seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak serta media sosial Instagram dan Facebook. *Paper quilling* adalah sebuah teknik menggulung kertas dan

kemudian kertas disusun menjadi menjadi sebuah karya seni (Puspitasari, 2021). *Paper quilling* tidak hanya dapat dibentuk tanaman, tapi juga dibuat menjadi bentuk lain seperti siluet manusia, hewan dan lain sebagainya.

Berdasarkan wawancara awal yang telah dilakukan, pemilik Pacepulo sering mendapat pertanyaan dari *audience* yang tidak begitu mengenal tentang apa itu *paper quilling*, atau tentang apa fungsi maupun tujuan *paper quilling* itu sendiri. Hal tersebut juga mempersulit Pacepulo dalam proses penjualan produk *paper quilling* mereka. Sedangkan untuk media promosinya saat ini, Pacepulo hanya sebatas menggunakan foto dari produk seperti usaha *paper quilling* lainnya di media sosial mereka. Maka dari itu Pacepulo menginginkan adanya media promosi lain untuk memperlihatkan gambaran *paper quilling* saat digunakan secara imajinatif, serta sebagai pendukung penjualan produk mereka yang ditujukan kepada *audience* pemula.

Promosi adalah tindakan yang memberikan kesan baik dan mampu diingat serta dirasakan oleh konsumen yang berkaitan langsung dalam upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memikat hati mereka (Sunarya, Yudha, & Nugroho, 2015). Pada dasarnya promosi merupakan salah satu dari kegiatan dari periklanan suatu produk yang dapat digunakan sebagai cara untuk menyampaikan pesan atau komunikasi pemasaran dengan para *audience*, dan bisa dilakukan dengan berbagai cara maupun media sesuai dengan kebutuhan.

Dari beberapa bentuk media promosi yang ada, media promosi animasi 3D dipilih karena dengan penyajian animasi 3D diharapkan dapat memperlihatkan produk *paper quilling* set, serta proses pembuatan *paper quilling* secara singkat, dan jelas. Dengan penyajian 3D, walaupun benda hasil produk belum jadi, hasil rancangan dapat disajikan secara realistis dan mampu membuat kagum *customer* (Ramadhan, Muhlis, Yugara, Br Tarigan, & Mustikasari, 2006).

Selain itu, agar dapat memperlihatkan hasil akhir dari karya *paper quilling*, juga untuk membangun karakter secara imajinatif yang pada perancangan ini berupa karakter boneka, kepada

para *audience* Pacepulo di seluruh Indonesia, animasi 3D dipilih dari beberapa jenis animasi yang ada agar memberikan kesan yang menarik. Animasi saat ini bukan hanya dibuat untuk anak-anak saja, tetapi bisa juga untuk masyarakat luas dimana dapat menciptakan karakter-karakter menarik, dan seringkali digunakan juga untuk keperluan iklan di televisi (Sunarya, Yudha, & Nugroho, 2015). Hal tersebut juga dapat diterapkan dalam media animasi 3D sebagai bentuk media promosi penjualan secara massal, maupun media untuk meningkatkan hubungan publik.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka rumusan masalah yang didapat ialah bagaimana proses perancangan animasi 3D sebagai media promosi *paper quilling* Pacepulo? Diharapkan animasi 3D yang dirancang, dapat menjadi media promosi untuk Pacepulo, serta dapat mempresentasikan *paper quilling* secara menarik kepada *audience*, melalui proses pembuatan *paper quilling*.

Penelitian ini bertujuan untuk melengkapi media promosi Pacepulo yang telah ada, serta penelitian ini terbatas untuk memberitahukan kepada *audience*, terutama para pemula pengrajin *paper quilling* di Indonesia, tentang seperti apa *paper quilling* itu, melalui proses pembuatannya melalui animasi 3D sebagai media promosinya.

METODE PENELITIAN

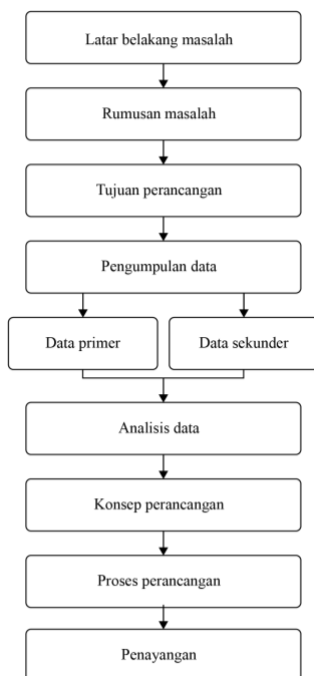
Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan observasi, wawancara, dan studi pustaka sebagai metode pengumpulan data. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha Pacepulo, Ibu Lailatis Sa'adah sebagai sumber data *paper quilling* Pacepulo. Sementara itu, untuk observasi akan dilakukan pada lokasi tempat Pacepulo membuka usaha, tepatnya di Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, serta tempat dimana Pacepulo membuka toko secara online di platform toko online seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.

Kemudian data sekunder didapat melalui dokumen, studi literatur, yang didapat melalui dokumen, artikel, serta foto-foto yang berkaitan dengan perancangan. Informasi yang didapat

melalui buku dan artikel mencakup informasi yang berkaitan dengan animasi 3D dan paper quilling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan 5W+1H dengan uraian sebagai berikut: 1) (What) Apa tujuan dan pesan animasi yang akan dibuat? 2) (Why) Mengapa dibuat dalam bentuk animasi 3D? 3) (Who) Siapa target audience animasi tersebut? 4) (When) Kapan animasi akan ditampilkan? 5) (Where) Dimana animasi akan ditampilkan? 6) (How) Bagaimana cara animasi akan menyampaikan pesan tersebut? 7) (How) Bagaimana animasi 3D tersebut akan disebarluaskan?

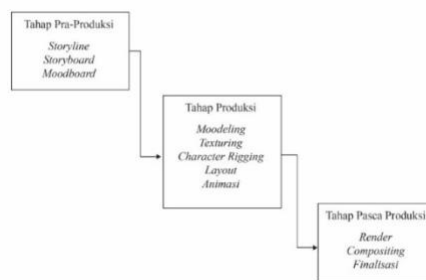
Hasil analisa data diperlukan agar dapat memberikan pesan atau informasi mengenai produk *paper quilling* Pangepulo, pembuatan *paper quilling*, serta manfaat dari *paper quilling* melalui animasi 3D yang akan dirancang.

Konsep perancangan menggunakan sistem *waterfall* yang meliputi tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca produksi (Suyanto, 2006). Karya yang dirancang merupakan animasi 3D. Animasi 3D ini adalah animasi yang bertemakan *paper quilling*. Animasi 3D dibuat secara digital dengan menggunakan komputer dan aplikasi Blender 3D.



Gambar 1. Alur perancangan (Sumber: Sonia, 2023)

Tahap pra-produksi terdiri dari pembuatan *storyline*, *storyboard*, dan *moodboard* sesuai dengan data yang telah dianalisa. Lalu dilanjutkan untuk proses produksi, dimana animasi 3D mulai dibuat dari *modelling*, *texturing*, *character rigging*, *layout* serta pembuatan animasi. Kemudian proses dilanjutkan pada tahap pasca produksi, seperti *render*, *compositing* dan finalisasi. Setelah rancangan animasi 3D selesai dibuat, animasi akan ditayangkan pada media sosial Pangepulo.



Gambar 2. Metode Perancangan Sistem Waterfall (Sumber: Sonia, 2023)

KERANGKA TEORETIK

Animasi 3D

Dalam perancangan ini media promosi menggunakan animasi 3D. Dalam animasi 3D terdapat 12 prinsip dalam animasi yang akan digunakan, berdasarkan (Chandramouli, 2021) yang diadopsi dari Thomas dan Ollie Jonston yaitu:

1. *Squash dan stretch*

Merupakan prinsip yang menggambarkan seberapa keras permukaan benda, hingga seolah benda terlihat mengkerut dan meregang. Penerapan ini dapat memberikan efek dinamis terhadap benda hidup, dan dapat memberikan kesan lebih hidup pada benda mati.

2. *Anticipation*

Merupakan gerakanantisipasi atau persiapan atau awalan gerak dari suatu benda atau karakter.

3. *Staging*

Merupakan gerak dalam adegan secara keseluruhan yang terlihat jelas dan detail, terutama untuk menampilkan suatu suasana atau mood yang ingin diperlihatkan, seringkali gerakan ini hanya perlu mengubah gerakan kamera.

4. *Straight ahead action and pose to pose*

Straight ahead action merupakan pembuatan animasi yang mana animator menggambar secara satu per satu dari tiap frame sampai selesai seorang diri. Sedangkan *pose to pose* merupakan pembuatan yang mana animator hanya perlu menggambar pada keyframe tertentu dalam satu pose ke pose lain, dan interval antar keyframe dapat dilakukan oleh animator lain atau di proses oleh komputer.

5. *Follow through* dan *overlapping action*

Follow through merupakan gerakan lanjutan pada bagian objek yang tetap bergerak meskipun gerakan utamanya telah berhenti, misal pada bagian rambut pada karakter. Sedangkan *overlapping* merupakan serangkaian gerakan yang tidak dimulai secara bersamaan, atau menggambarkan keseimbangan antara *timing* tubuh utama dengan bagian tubuh yang lain, atau gerakan yang terjadi saat tubuh bergerak atau berubah arah, misal gerakan pada lengan atas yang diikuti lengan bawah hingga telapak.

6. *Slow in* dan *slow out*

Merupakan prinsip gerakan dimana tiap benda memiliki percepatan dan perlambatan yang berbeda.

7. *Arcs*

Merupakan prinsip dimana benda memiliki pola atau jalur saat bergerak, misal seperti gerakan melengkung saat bola dilempar.

8. *Secondary Action*

Merupakan gerakan tambahan yang di maksudkan memperkuat gerakan utama supaya sebuah animasi tampak lebih realistis, misal gerak ayun pada tangan saat sedang berjalan.

9. *Timing*

Adalah penentuan waktu kapan gerakan harus dilakukan.

10. *Exaggeration*

Merupakan upaya mendramatisir animasi yang bersifat hiperbola.

11. *Solid Drawing*

Merupakan kemampuan untuk menggambarkan karakter akan terlihat konsisten dalam setiap frame animasi.

12. *Appeal*

Merupakan daya tarik dengan keseluruhan gaya visual dalam animasi.

Warna dalam media promosi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, warna merupakan kesan yang ditimbulkan dari pantulan cahaya pada benda disekitarnya. Tiap-tiap warna yang digunakan bisa menghasilkan kesan yang berbeda dalam penerapannya. Keberadaan warna dalam marketing memiliki keterkaitan tersendiri, karena biasanya pelanggan akan lebih mudah mengenali merek dari warnanya (Junaedi, 2021).

Setiap orang memiliki persepsi yang berbeda saat melihat warna, hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti usia, jenis kelamin, kondisi fisik, psikologi dan lain-lain (Nugroho, 2015). Dalam perancangan animasi 3D sebagai media promosi *paper quilling* pacepulo, palet warna yang digunakan akan menyesuaikan dengan logo Pacepulo yang terdiri dari warna-warna cerah seperti kuning yang melambangkan keceriaan, merah yang melambangkan semangat, oranye yang menggambarkan kehangatan, merah muda yang menggambarkan kefemininan, ungu yang terlihat misterius, dan hijau yang menggambarkan ketenangan. Hal ini untuk dimaksudkan agar orang dapat memiliki kesan yang berwarna terhadap usaha Pacepulo.

Animasi sistem *waterfall*

Animasi sistem *waterfall* menurut Suyanto (2006) dibagi menjadi 3 tahap besar, yaitu pra-produksi, produksi, serta pasca produksi.

1. Pra-Produksi

Tahap pra-produksi merupakan tahap yang harus ditempuh sebelum memasuki pembuatan animasi. Pada tahap ini, merupakan tahap dimana dasar atau pedoman animasi dibentuk, seperti alur cerita, tokoh, serta nuansa animasi ditentukan.

a. Storyline

Proses ini adalah proses dimana ide dan konsep cerita untuk animasi akan dibuat.

b. Storyboard

Storyboard adalah panduan bergambar dari *storyline* yang disusun rapi, agar dapat menjadi acuan dalam proses perancangan animasi, seperti perkiraan durasi, serta keterangan gerakan dalam setiap gambar.

Storyboard merupakan sebuah ilustrasi yang berbentuk panduan bergambar yang terlihat seperti komik. Isi dari *storyboard* kurang lebih tentang bagaimana pembuat karya membayangkan versi akhir dari sebuah karya produksi akan terlihat. Gambaran atau ilustrasi *storyboard* ini adalah bentuk komunikasi yang efektif dalam sebuah tim produksi seperti produser, sutradara, editor serta yang lainnya. Seperti halnya denah bangunan yang dibuat arsitek untuk mengarahkan pegawai konstruksi tentang bagaimana rumah akan dibangun (Simon, 2007).

c. Moodboard

Moodboard dalam hal ini merupakan kumpulan gambar referensi yang dapat menjadi acuan, seperti dalam pembentukan model, warna, *texture*, juga untuk membangun nuansa dalam animasi.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap dimulainya pembuatan animasi. Dalam tahap ini, proses pembuatan dilakukan dengan berurutan, mulai dari *modelling*, *texturing*, *character rigging*, *layout*, hingga animasi.

a. Modelling

Proses *modelling* adalah proses dimana pembuatan objek dalam bentuk 3D dibuat melalui aplikasi Blender. Model 3D bisa berupa karakter, objek benda mati, tumbuhan, dan lain-lain.

b. Texturing

Texturing merupakan proses dimana model 3D yang telah dibuat diberi warna dan material atau *texture*, sehingga tampak lebih nyata.

c. Character Rigging

Character rigging adalah proses dimana model karakter yang telah dibuat diberikan tulang agar bisa digerakkan dalam proses animasi.

d. Layout

Layout dalam hal ini merupakan proses dimana model yang telah dibuat, disusun seperti *storyboard* yang ada. Mulai dari angle pengambilan kamera, penempatan objek dalam latar belakang, posisi karakter, serta pengaturan pencahayaan untuk mengatur nuansa dalam animasi.

e. Animasi

Animasi adalah proses dimana karakter, objek 3D, cahaya, atau kamera digerakkan sesuai

penggambaran cerita dalam *storyboard* yang dibuat sebelumnya.

3. Pasca Produksi

Pada proses ini merupakan tahap akhir dari perancangan animasi.

a. Render

Pada proses *render*, model serta animasi yang telah dibuat akan di ubah menjadi bentuk gambar 3D atau video animasi.

b. Compositing

Compositing merupakan proses dimana unsur-unsur visual disatukan menjadi satu kesatuan.

c. Finalisasi

Pada tahap ini animasi akan diberikan sentuhan terakhir, seperti penambahan suara, serta penyatuan tiap *scene* yang ada untuk dijadikan satu video final.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Data penelitian didapatkan dari observasi, wawancara, dan studi literatur. Observasi dilakukan pada media promosi Pangepulo yang utama yaitu melalui Instagram, serta Facebook. Berdasarkan hasil observasi, dapat dilihat bahwa Pangepulo menggunakan foto maupun video produk langsung dengan tambahan keterangan produk serta *hashtag* pendukung pada bagian *caption*. Selain itu observasi juga dilakukan pada media penjualan online yang digunakan oleh Pangepulo seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, serta tempat dimana paper quilling Pangepulo diproduksi, di Sukodono, Jawa Timur. Hasil observasi ini untuk mendapatkan data berupa jenis, warna, serta harga produk paper quilling, dan juga peralatan pendukung yang dijual. Terdapat banyak varian warna kertas, serta beberapa jenis ketebalan kertas yang berbeda. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Pangepulo, dengan banyaknya varian *paper quilling* dan peralatan yang ditawarkan, para pemula maupun pengrajin *paper quilling* biasa membeli *paper quilling* set. Dalam satu kotak paper quilling set ini berisi 6 pack paper quilling yang terdiri dari 18 warna dengan total 100 lembar ukuran 0,5x29,7 cm, serta peralatan seperti jarum quilling, gunting, lem, penggaris bulat, serta pinset. Selain itu juga terdapat peralatan yang

membantu pembuatan *paper quilling*, seperti jarum *quilling*, penggelombang kertas, lem, gunting, dll. Selain produk *paper quilling*, Pacepulo juga menjual origami bintang dalam toples. Produk *paper quilling* Pacepulo dijual mulai harga dari Rp 5.500 untuk kertas dengan ketebalan 0,3 cm dan panjang 29,7 cm, kertas dengan ketebalan 0,5 cm seharga Rp 6.500 dan Rp 8.000 untuk kertas *quilling* dengan ketebalan 1 cm dan panjang 29,7 cm. Untuk jarum dan pinset *quilling* masing-masing seharga Rp 11.000 dan Rp 6.000, sementara untuk lem dan penggaris masing-masing Rp 6.000 dan Rp 10.000. Penggelombang kertas seharga Rp 60.000, sedangkan untuk kertas origami bintang berkisar Rp 6.000 sampai dengan Rp 8.000. Ada juga produk *paper quilling colors series* yang terdiri dari Rp 35.000, *paper quilling refill* seharga Rp 45.000 dan *paper quilling tools* set yang dibandrol dengan harga Rp 80.000, dan lain sebagainya.

Wawancara dilakukan kepada pemilik Pacepulo Ibu Lailatis Sa'adah, dari hasil wawancara diperoleh informasi bahwa masih ada orang yang belum mengetahui bentuk dari *paper quilling* atau fungsinya, karena hal tersebut ibu Laila ingin mempromosikan produknya. Produk yang ingin dikenalkan berupa *paper quilling* set, yang ditujukan kepada orang-orang yang baru ingin memulai kerajinan *paper quilling*. Selain itu beliau ingin menampilkan media promosinya dengan tampilan yang unik dan lucu, dapat menampilkan produk yang ingin dipromosikan, juga dapat menghidupkan kerajinan yang dibuat. Berdasarkan wawancara juga didapatkan informasi tentang target *audience* dari instagram insight yang dimiliki Pacepulo, bahwa pengikut akun Pacepulo lebih banyak wanita, daripada laki-laki dengan memperhatikan presentase berikut:

No	Jenis Kelamin	Presentase
1	Perempuan	85,9%
2	Laki-laki	14%

Tabel 1. Presentase jenis kelamin pengikut Pacepulo
(Sumber: Sonia, 2023)

Disamping itu juga diketahui informasi tentang rentang usia pengikut paling banyak adalah seperti berikut:

No	Usia	Presentase
1	13-17 tahun	0,9%
2	18-24 tahun	13,4%
3	25-34 tahun	47,7%
4	35-44 tahun	29,1%
5	45-54 tahun	6,4%
6	55-64 tahun	1,1%
7	65+ tahun	1,1%

Tabel 2. Presentase usia pengikut Pacepulo
(Sumber: Sonia, 2023)

Selain itu, juga didapatkan informasi tentang asal pengikut yang dimiliki Pacepulo:

No	Kota	Presentase
1	Jakarta	10,9%
2	Surabaya	7,9%
3	Malang	3,3%
4	Gresik	3%
5	Bekasi	2,3%

Tabel 3. Presentase wilayah kota pengikut Pacepulo
(Sumber: Sonia, 2023)

Disamping informasi dari Instagram, didapat juga informasi tentang jumlah pesanan dan pendapatan penjualan Pacepulo pada bulan Juli 2022 dari Shopee, bahwa pada bulan tersebut didapat pesanan sebanyak 163 buah, dengan produk kertas origami bintang menempati urutan pertama paling banyak terjual, dengan pendapat toko yang tercatat sebesar Rp 6.231.053,-. Selain dari Shopee, didapatkan juga informasi tentang hal yang sama pada platform Tokopedia, bahwa terdapat 22 pesanan yang diterima dengan produk yang sama paling banyak terjual, dengan pendapatan toko sebesar Rp 2.079.000,-, sedangkan untuk *platform* Pacepulo di Bukalapak tidak ada pesanan yang didapat pada bulan yang sama.

Data sekunder berupa studi literatur berasal dari artikel, buku, maupun internet. Didapatkan data berupa informasi tentang berbagai bentuk kerajinan paper quilling, serta fungsi atau tujuan kerajinan dibuat seperti, *paper quilling* ini dapat dijadikan media kerajinan kertas yang dibentuk menjadi hiasan dengan berbagai macam fungsi, seperti untuk souvenir, hadiah, hiasan dinding, dan lain sebagainya.

Hasil analisis data

Data yang telah didapat dianalisis menggunakan 5W+1H seperti berikut: 1) *What*/apa tujuan dan pesan animasi yang akan dibuat? Animasi dibuat dengan tujuan memperkenalkan produk *paper quilling* set serta memberikan gambaran tentang pembuatan *paper quilling*. 2) *Why*/mengapa dibuat dalam bentuk animasi 3D? Media promosi dibuat dalam bentuk animasi 3D agar dapat menampilkan produk yang ingin dipromosikan secara unik, serta memberikan gambaran terhadap hasil karya *paper quilling* yang dibuat dengan imajinatif. 3) *Who*/Siapa target audience animasi tersebut? Target audience animasi adalah perempuan perkotaan Indonesia dengan rentang usia 25-34 tahun. 4) *When*/kapan animasi akan ditampilkan? Animasi ditampilkan pada 31 Desember 2022. 5) *Where*/dimana animasi akan ditampilkan? Animasi ditampilkan di media sosial utama Pangepulo, yaitu Instagram. 6) *How*/bagaimana cara animasi akan menyampaikan pesan tersebut? Animasi akan disampaikan melalui karakter dalam animasi yang memperlihatkan tampilan produk, baik dari kemasan, dan isi dari *paper quilling* set, kemudian dari semua perlengkapan yang tersedia dari *paper quilling* set itu dibuat sebuah kerajinan yang kemudian hidup. Selain itu animasi akan didukung oleh desain feed Instagram agar animasi yang ditampilkan tidak terlalu tiba-tiba. 7) *How*/bagaimana animasi 3D tersebut akan disebarluaskan? Animasi disebarluaskan melalui Instagram pribadi pemilik Pangepulo dan Shopee *affiliate* milik Pangepulo.

Konsep Perancangan

Pada konsep perancangan ini langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan strategi kreatif yang akan menjadi pedoman dalam pembuatan media promosi.

Identifikasi permasalahan yang dihadapi :

- 1) Media promosi yang masih berupa foto pada media Instagram dan Facebook.
- 2) Muncul pertanyaan dari audience bahwa mereka tidak mengetahui tentang *paper quilling*.
- 3) Mempromosikan *paper quilling* set untuk pemula

Media promosi yang digunakan berupa animasi 3D, yang akan ditayangkan melalui reels Instagram. Untuk keperluan promosi, video yang akan dibuat tidak dapat terlalu panjang. Hal ini berdasarkan studi yang menunjukkan bahwa iklan enam detik dan 15 detik sama-sama efektif untuk meningkatkan kesadaran merek, juga meningkatkan preferensi merek, pencarian, dan niat membeli (Asosiasi Digital Marketing Indonesia, 2020). Selain itu video juga akan didukung dengan menambah 2 buah feed Instagram sebagai pembuka dari video animasi 3D.

Target audiens dalam perancangan ini mengikuti data yang telah dikumpulkan sebelumnya.

- a. Geografis: Masyarakat perkotaan Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Malang, dsb
- b. Demografis: Wanita 25-34 tahun (utama), wanita dan laki-laki (lainnya)
- c. Psikografis: Masyarakat yang tertarik pada *paper quilling*

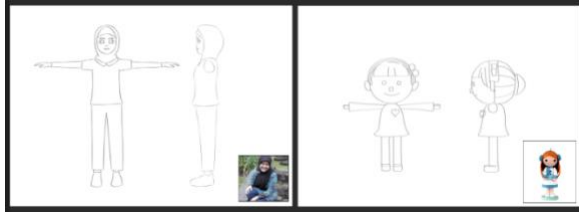
Warna yang digunakan dalam animasi akan menyesuaikan dengan logo Pangepulo yang terdiri dari warna-warna cerah seperti kuning, merah, oranye, merah muda, ungu, dan hijau. Hal ini untuk dimaksudkan agar orang dapat memiliki kesan yang berwarna terhadap usaha Pangepulo. Warna-warna ini diterapkan baik dari produk, karakter maupun lingkungan disekitar karakter.



Gambar 3. Palet warna berdasarkan logo
(Sumber: Sonia, 2023)

Karakter yang digunakan dalam animasi ialah seorang wanita berjilbab, gambaran dari perempuan perkotaan di Indonesia yang referensinya diambil dari pemilik Pangepulo yang baru pertama kali membeli *paper quilling* set. Pesan akan disampaikan melalui karakter animasi yang menggambarkan seorang wanita sedang menampilkan seperti apa kerajinan *paper quilling* melalui proses dari pembuatan kerajinan berupa

karakter boneka *paper quilling* dari nol hingga jadi secara singkat. Terakhir, untuk menghidupkan kerajinan yang dibuat, karakter boneka *paper quilling* akan bergerak di akhir video setelah sentuhan terakhir diberikan.



Gambar 4. Desain karakter
(Sumber: Sonia, 2023)

Untuk feed yang pertama, karakter yang dirancang akan berpose menyapa, hal ini sebagai bentuk pengenalan seperti saat orang biasa bertemu pertama kali. Untuk feed yang kedua merupakan sebuah feed yang difungsikan sebagai cuplikan gambar dari karakter yang membuka kotak *paper quilling* set dari video yang ditayangkan.

Proses Perancangan Animasi 3D

Pada proses perancangan pembuatan video promosi animasi 3D menggunakan beberapa *software* seperti, *Adobe Illustrator* untuk storyboard, *Blender* untuk pembuatan animasi, dan *After Effect* untuk proses finalisasi.

Pra produksi

1. Storyline

Storyline, atau konsep jalan cerita animasi dibuat berdasarkan data, permintaan, dan analisis yang telah dilakukan dibagi menjadi beberapa bagian.

Konsep pesan animasi dikemas sesingkat mungkin melalui bentuk gerakan karakter dengan *background* musik, namun tetap jelas agar audience dapat menangkap apa yang dimaksud. Berdasarkan hal-hal tersebut, storyline atau cerita yang disetujui tampak seperti berikut:

- Seorang wanita duduk disebuah ruangan dengan meja kerja, bersenandung.
- Di meja itu, tampak *paper quilling* set Pacepulo.
- Wanita itu tampak senang, dan memulai kerajinannya.

- Ya tampak fokus menggunting, menggulung, memberi lempada kertas.
- Hingga sedikit demi sedikit gulungan kertas semakin banyak di meja.
- Ya merangkai gulungan itu, hingga tampak sebuah karakter boneka *paper quilling*.
- Hingga pada sentuhan terakhir, karakter boneka *paper quilling* itu hidup dan melambai padanya.

2. Storyboard

Adegan-adegan dalam storyline yang ditulis, digambarkan menjadi storyboard seperti berikut :

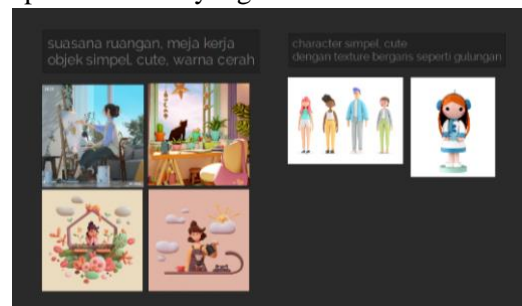


Gambar 5. Storyboard animasi
(Sumber: Sonia, 2023)

Storyboard dilengkapi dengan keterangan di setiap scene dan perkiraan durasi.

3. Moodboard

Sebelum ke proses utama, gambar-gambar referensi dikumpulkan menjadi moodboard agar mendapat gambaran atas desain objek, nuansa yang akan dibuat, warna yang digunakan, maupun tampilan karakter yang akan dianimasikan.



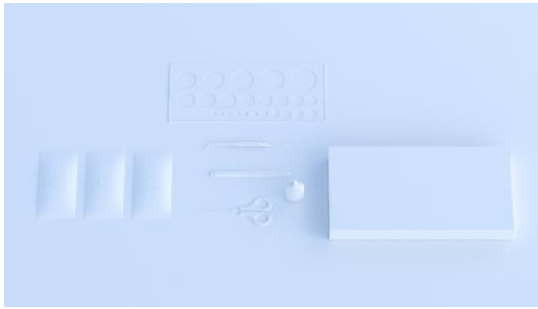
Gambar 6. Moodboard
(Sumber: Sonia, 2023)

Produksi

1. Modelling

Modelling merupakan proses pembuatan objek-objek yang akan dianimasikan, model objek yang dibuat berupa kemasan *paper quilling set*, gunting, lem, pinset, penggaris bundar, serta *paper quilling* sebanyak 3 buah. Disamping

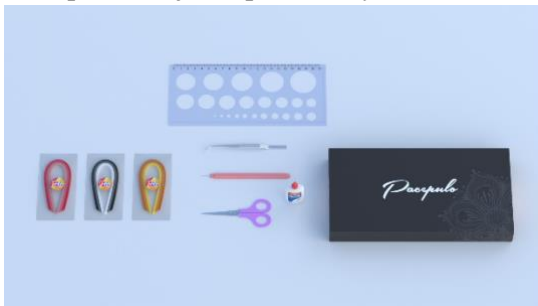
model produk, modelling juga mencakup pembuatan *background* serta karakter.



Gambar 7. Model produk dalam bentuk 3D
(Sumber: Sonia, 2023)

2. Texturing

Pada proses texturing, model yang telah dibuat akan diberi warna juga texture agar dapat menampilkan objek seperti aslinya.



Gambar 8. Model diberi texture kemasan
(Sumber: Sonia, 2023)

3. Character Rigging

Character rigging merupakan proses dimana karakter akan diberikan *bone* atau tulang penggerak agar model dapat digerakkan pada proses animasi.



Gambar 9. Hasil rigging pada karakter
(Sumber: Sonia, 2023)

4. Layout

Layout atau penataan, adalah proses dimana semua model objek dan karakter yang dibuat disusun dalam sebuah scene seperti dalam storyboard.



Gambar 10. Layout karakter pada scene 1 dan 3
(Sumber: Sonia, 2023)

5. Animasi

Dalam proses ini, animasi bertujuan untuk menggerakkan karakter, objek, maupun kamera, seperti halnya gerakan yang dimaksud atau diinginkan, sesuai dengan cerita dan durasi dalam storyboard, atau juga bisa dilakukan penyesuaian jika diperlukan.

Pasca produksi

1. Render

Setelah animasi selesai, render dilakukan untuk melihat hasil akhir dari animasi dibuat.

2. Compositing

Compositing merupakan proses dimana unsur visual setelah render ditambahkan.

3. Finalisasi

Pada proses finalisasi, semua scene animasi yang telah dirender di satukan secara berurutan, ditambah dengan efek suara dan *background* musik hingga menjadi video animasi yang utuh.

Perancangan Feed Instagram

Feed Instagram yang dirancang untuk mendukung video juga menggunakan karakter model 3D, sebagai pengenalan karakter, serta cuplikan gambar terhadap video animasi.



Gambar 11. Feed Instagram pendukung animasi
(Sumber: Sonia, 2023)

Penayangan

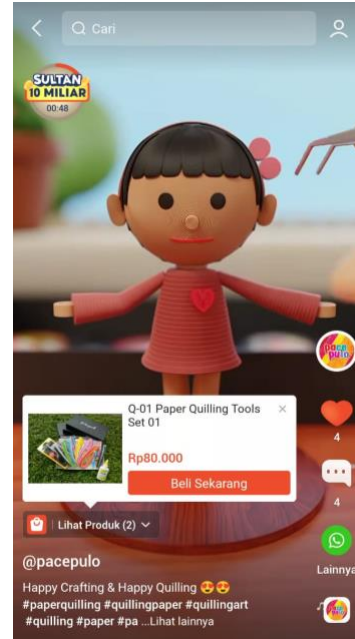
Penayangan adalah proses akhir, dimana hasil video animasi diunggah. Video memiliki rasio 1080x1920 *pixels* pada Instagram Pangepulo pada tanggal 31 Desember 2022 dengan link <https://www.instagram.com/p/Cm0zE03t4rD/>.

Hasil karya juga disebarakan melalui story Instagram pribadi pemilik Pangepulo dengan menandai akun media sosial Pangepulo. Tujuh hari setelah diunggah, video telah ditonton sebanyak 1427 kali dengan jumlah like sebanyak 100 buah dan 19 komentar.



Gambar 11. Komentar di Instagram Pangepulo
(Sumber: Sonia, 2023)

Selain itu, animasi juga ditampilkan pada Shopee *affiliate* yang tersambung dengan produk *paper quilling* set Pangepulo, dan mulai tanggal 1-12 Januari 2023 Pangepulo telah mendapatkan 125 pesanan dengan penjualan penjualan *paper quilling* set menempati urutan pertama.



Gambar 12. Animasi yang ditayangkan pada shopee *affiliate* Pangepulo
(Sumber: Sonia, 2023)

SIMPULAN DAN SARAN

Media promosi yang masih berupa foto menyebabkan munculnya pertanyaan dari audience bahwa mereka tidak mengetahui tentang *paper quilling*, serta dengan adanya kebutuhan untuk mempromosikan *paper quilling* set untuk pemula maka dilakukan perancangan animasi 3D sebagai media promosi *paper quilling* Pangepulo ini.

Dalam prosesnya, data yang didapatkan tidaklah lengkap, dan sebagian keputusan perancangan akhirnya diputuskan berdasarkan permintaan Pangepulo, seperti dalam pembuatan karakter. Meski seperti itu, perancangan yang dilakukan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan Pangepulo atas media promosi produk *paper quilling set* mereka, sekaligus untuk memberi gambaran tentang seperti apa kerajinan *paper quilling* secara menarik kepada *audience*, melalui proses pembuatan *paper quilling* dalam animasi.

Perancangan ini menghasilkan media promosi berupa video animasi 3D dengan durasi 23 detik. Animasi yang dirancang memperlihatkan produk Pangepulo mulai dari kemasan luar dan tampilan produk dalam kemasan. Pada animasi itu juga diceritakan secara singkat seorang perempuan

yang membuat kerajinan paper quilling berbentuk boneka mulai dari menggunting, menggulung, dan merekatkan kertas dari nol hingga menjadi boneka secara singkat dan jelas, lalu di akhir video, boneka tersebut hidup setelah diberi sentuhan terakhir dan melambai padanya. Sedangkan untuk feed pendukung animasi yang dirancang, tidaklah ditayangkan pada Instagram Pangepulo, karena hal tersebut merupakan media pendukung animasi dalam artikel perancangan.

Saran untuk peneliti dengan perancangan serupa agar dapat meningkatkan kualitas pada hasil akhir, serta dapat mengumpulkan informasi lebih banyak, agar hasil dapat sesuai dengan yang diinginkan.

REFERENSI

- Asosiasi Digital Marketing Indonesia. (2020, Desember 23). *Promosi Iklan Berbasis video singkat (Short Videos)*. Retrieved from DIGIMIND: <https://digimind.id/keutamaan-promosi-iklan-video-berdurasi-pendek-bagi-bisnis-digital/>
- Cadbury Dairy Milk Malaysia. (2017, Agustus 2). *Cadbury Dairy Milk & Oreo - The Perfect Merge*. Retrieved from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=oOU SDPgfY2M>
- Chandramouli, M. (2021). *3D Modeling & Animation*. CRC Press.
- Google. (2021). Retrieved from Google Trends: <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=2021-01-01%202021-12-31&geo=ID-JI&q=paper%20quilling,Origami>
- Junaedi, N. L. (2021, September 30). *Psikologi warna: 10 Warna yang mempengaruhi marketing dan branding*. Retrieved from EKRUT media: <https://www.ekrut.com/media/psikologi-warna>
- M, S., & Kurniawan, A. (2006). *Merancang Film Kartun Kelas Dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nugroho, S. (2015). *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Official Paddle Pop Indonesia. (2018, Januari 18). *Paddle Pop Choco Magma*. Retrieved from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=95diDhoE-oU>
- Puspitasari, A. (2021). Pengaruh Paper Quilling Terhadap Kemampuan Motorik Halus Anak Usia 5-6 Tahun di Taman Kanak-Kanak. *Tematik*.
- Qiscus. (2021, Agustus 4). *9 Strategi Instagram Marketing untuk Meningkatkan Penjualan*. Retrieved from Qiscus: <https://www.qiscus.com/id/blog/strategi-instagram-marketing-untuk-meningkatkan-penjualan/>
- Ramadhan, A., Muhlis, T., Yugara, P. B., Br Tarigan, D. J., & Mustikasari, N. (2006). *36 Jam Belajar Komputer 3D Studio Max 7*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Simon, M. (2007). *Storyboards Motion in Art*. Focal Press.
- Sunarya, P. A., Yudha, B. P., & Nugroho, A. (2015). Membangun Media Promosi Dengan Karakter Animasi 3D. *ICIT*, 30.
- Sunarya, P. A., Yudha, B. P., & Nugroho, A. (2015). Membangun Media Promosi Dengan Karakter Animasi 3D. *ICIT*, 28-30.
- Willsen, L. (2017). Cepat Mahir Membuat Film Animasi 3D. In L. Willsen, *Cepat Mahir Membuat Film Animasi 3D* (p. 2). Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wogo, A. N. (2020). Penggunaan Instagram dan Facebook Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Sahabat Pnsel Duta Mall Banjarmasin. *Eprints*.