

**LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN DOSEN ISI YOGYAKARTA  
SKEMA PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**PERANCANGAN *CONCEPT ART* FILM IKLAN ANIMASI  
“*METAMORFODREAM*” DENGAN PENERAPAN *STORYTELLING* SEBAGAI  
MEDIA DISEMINASI PRODI D3 ANIMASI ISI YOGYAKARTA**

**PENGUSUL:**

Nuria Indah Kurnia Dewi, S.Sn., M.Sn.  
NIP 198807232019032009

Agni Saraswati, S.Sn., M.A  
NIP 198911302019032018

Audrey Nafisa Falihah Furqon  
NIM 1900272033

**Dibiayai oleh DIPA ISI Yogyakarta tahun 2021  
Nomor: DIPA-023.17.2.677539/2021 tanggal 23 November 2020  
Berdasarkan SK Rektor Nomor: 228/IT4/HK/2021 tanggal 10 Mei 2021  
Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian  
Nomor: 1441/IT4/PG/2021 tanggal 17 Mei 2021**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
LEMBAGA PENELITIAN  
November 2021**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN DOSEN INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
SKEMA PENELITIAN DOSEN PEMULA**

**Judul Kegiatan** : PERANCANGAN CONCEPT ART FILM IKLAN ANIMASI  
â€œMETAMORFODREAMâ€• DENGAN PENERAPAN STORYTELLING SEBAGAI MEDIA  
DISEMINASI PRODI D3 ANIMASI ISI YOGYAKARTA

**Ketua Peneliti**

Nama Lengkap : Nuria Indah Kurnia Dewi, S.Sn., M.Sn.  
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
NIP/NIK : 198807232019032009  
NIDN :  
Jab. Fungsional : DOSEN  
Jurusan : D3 Animasi  
Fakultas : FSMR  
Nomor HP : 081226930919  
Alamat Email : nian.indah88@gmail.com  
Biaya Penelitian : DIPA ISI Yogyakarta : Rp. 8.000.000  
Tahun Pelaksanaan : 2021

**Anggota Peneliti (1)**

Nama Lengkap : Agni Saraswati, S.Sn., M.A.  
NIP : 198911302019032018  
Jurusan : D3 Animasi  
Fakultas : FSMR

**Anggota Mahasiswa (1)**

Nama Lengkap : Audrey Nafisa Falihah Furqon  
NIM : 1900272033  
Jurusan : ANIMASI  
Fakultas : SENI MEDIA REKAM



Yogyakarta, 16 November 2021  
Ketua Peneliti

Nuria Indah Kurnia Dewi, S.Sn., M.Sn.  
NIP 198807232019032009



## RINGKASAN

Prodi D-3 Animasi ISI Yogyakarta (Prodi Animasi) memerlukan proses diseminasi yang berkesinambungan sebagai upaya untuk meningkatkan animo masyarakat terhadap Prodi Animasi. Terkait dengan hal tersebut, Prodi Animasi sebagai lembaga pendidikan pencetak tenaga kerja dalam bidang animasi dapat melakukan diseminasi melalui sebuah karya film iklan animasi. Landasan teori yang dipakai adalah teori film animasi oleh Jean Ann Wright dalam *Animation Writing and Development from Script Development to Pitch*, konsep identitas brand oleh Derrick Chong dalam *Arts Management*, serta teori penceritaan Struktur Tiga Babak oleh Weels Root Metode penciptaan yang dipakai adalah proses penciptaan kreatif oleh Graham Wallas dalam *The Art of Thought*, di mana terdapat tahapan persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi.

Tujuan penelitian ini difokuskan untuk mengetahui bagaimana penerapan unsur *storytelling* dalam perancangan *concept art* film iklan animasi sebagai media diseminasi Prodi Animasi ISI Yogyakarta. Penelitian ini juga bertujuan untuk menghasilkan luaran berupa *concept art* film iklan prodi D-3 Animasi yang diwujudkan dalam desain karakter, desain *environment*, skenario, *storyboard*, dan animatic. Dikarenakan luaran penelitian ini berupa rancangan konsep yang baru diujicobakan dalam tim produksi, maka penelitian ini sesuai dengan TKT tingkat ke-4.

Hasil penelitian adalah *concept art* film iklan animasi berjudul “Metamorfodream”, yang merupakan film iklan animasi berdurasi 3 menit yang dapat menjadi alternatif media diseminasi Prodi D-3 Animasi ISI Yogyakarta. Film animasi ini akan dikerjakan menggunakan teknik animasi dua dimensi dengan menampilkan penggalan cerita dari kehidupan (*slice of life*) seorang siswa sekolah menengah atas dalam upayanya meraih cita-cita di bidang animasi. Unsur *storytelling* akan digunakan dalam membangun bahasa komunikasi sehingga iklan yang dihasilkan akan bersifat *softsell* sehingga dapat dinikmati sebagai sebuah karya film. Perancangan *concept art* film iklan animasi “Metamorfodream” dilakukan guna mendapatkan rancangan awal yang matang sebelum melakukan proses produksi selanjutnya.

Kata kunci: diseminasi, film iklan animasi, *storytelling*, *concept art*, *softselling*

## PRAKATA

Penulis mengucapkan terima kasih dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyusun laporan akhir penelitian yang berjudul Perancangan *Concept Art* Film Iklan Animasi “*Metamorfodream*” dengan Penerapan *Storytelling* sebagai Media Diseminasi Prodi D3 Animasi ISI Yogyakarta.

Tujuan penelitian ini difokuskan untuk mengetahui bagaimana penerapan unsur *storytelling* dalam perancangan *concept art* film iklan animasi sebagai media diseminasi Prodi Animasi ISI Yogyakarta. Penelitian ini juga bertujuan untuk menghasilkan luaran berupa *concept art* film iklan prodi D-3 Animasi yang diwujudkan dalam desain karakter, desain *enviromtent*, skenario, dan *storyboard*. Dikarenakan luaran penelitian ini berupa rancangan konsep yang baru diujicobakan dalam tim produksi, maka penelitian ini sesuai dengan TKT tingkat ke-4. Hasil penelitian adalah *concept art* film iklan animasi berjudul “*Metamorfodream*”, yang merupakan film iklan animasi berdurasi 3 menit yang dapat menjadi alternatif media diseminasi Prodi D-3 Animasi ISI Yogyakarta. Film animasi ini akan dikerjakan menggunakan teknik animasi dua dimensi dengan menampilkan penggalan cerita dari kehidupan (*slice of life*) seorang siswa sekolah menengah atas dalam upayanya meraih cita-cita di bidang animasi.

Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dan mendukung proses penulisan laporan kemajuan ini. Rasa hormat dan ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
2. Pembantu Rektor I Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. St. Hanggar Budi Prasetya, M.Si.
3. Ketua Lembaga Penelitian Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. Nur Sahid, M.Hum
4. Civitas Akademika Fakultas Seni Media Rekam,
5. Seluruh tim LPPM Institut Seni Indonesia Yogyakarta, atas segala dukungannya,
6. UPT Puskom ISI Yogyakarta,
7. Seluruh anggota tim penelitian, yaitu Agni Saraswati, S.Sn, M.A, dan Audrey Nafisa Falihah Furqon,
8. Keluarga penulis, atas dukungan, motivasi, dan doanya.

Penulis menyadari bahwa laporan akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun demi menambah pengetahuan baru.

Yogyakarta, 18 September 2021  
Nuria Indah Kurnia Dewi, S.Sn., M.Sn.  
Agni Saraswati, S.Sn, M.A.

## DAFTAR ISI

RINGKASAN .....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah:.....	2
BAB II.....	3
TINJAUAN PUSTAKA .....	3
A. Referensi Karya .....	3
B. Landasan Teori .....	5
BAB III .....	8
TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....	8
A. Tujuan Penelitian .....	8
B. Manfaat Penelitian .....	8
BAB IV .....	9
METODE PENELITIAN.....	9
BAB V .....	11
HASIL YANG DICAPAI.....	11
A. Positioning Prodi Animasi dan Rumusan Target Audiens .....	11
B. Rancangan Plot Cerita.....	12
C. Mapping karakter .....	13
D. Visualisasi Karakter.....	14
E. Skenario.....	23
F. Rancangan Background.....	25
G. Storyboard.....	26
H. Animatic .....	29
BAB VII.....	30
KESIMPULAN.....	30
DAFTAR PUSTAKA .....	31
LAMPIRAN.....	32

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Struktur Tiga Babak oleh Weels Root.....	7
Tabel 2. Struktur Tiga Babak Film Iklan Metamorfodream.....	23

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Beberapa adegan dalam film “Lunch Box”.....	3
Gambar 2 Beberapa adegan dalam film “Lunch Box”.....	3
Gambar 3 Potongan adegan dalam iklan animasi Sasa Tepung Bumbu.....	3
Gambar 4 Potongan adegan dalam iklan animasi Sasa Tepung Bumbu.....	3
Gambar 5 Potongan adegan dalam iklan animasi Sasa Tepung Bumbu.....	3
Gambar 6 Potongan adegan dalam iklan animasi Sasa Tepung Bumbu.....	3
Gambar 7 Beberapa adegan dalam film From Up On Poppy Hill.....	3
Gambar 8 Beberapa adegan dalam film From Up On Poppy Hill.....	3
Gambar 9 Beberapa adegan dalam film From Up On Poppy Hill.....	4
Gambar 10 Beberapa adegan dalam film From Up On Poppy Hill.....	4
Gambar 11 Peta jalan perancangan concept art film animasi “Metamorfodream” ...	5
Gambar 12 Peta jalan perancangan concept art “Metamorfodream”mendatang.....	5
Gambar 13 Metode perancangan concept art film animasi.....	10
Gambar 14. Studi visual karakter Rimba.....	14
Gambar 15. Basic shape character Rimba .....	14
Gambar 16. Turn around character Rimba .....	15
Gambar 17. Head pose character Rimba .....	15
Gambar 18. Body pose character Rimba .....	16
Gambar 19. Ekspresi Karakter Rimba .....	16
Gambar 20. Studi visual karakter Rara .....	17
Gambar 21. Basic shape character Rara .....	17
Gambar 22. Turn around character Rara .....	18
Gambar 23. Head pose character Rara.....	18
Gambar 24. Body pose character Rara .....	19
Gambar 25. Ekspresi Karakter Rara .....	19
Gambar 26. Studi visual karakter Vino .....	20
Gambar 27. Basic shape character Rimba .....	20
Gambar 28. Turn around character Vino .....	21
Gambar 29. Head pose character Rimba.....	21
Gambar 30. Body pose character Vino .....	22
Gambar 31. Ekspresi Karakter Vino.....	22
Gambar 32. Cuplikan skrip film Metamorfodream.....	24
Gambar 33. Rancangan background terminal bus .....	25
Gambar 34,. Rancangan background bagian dalam bus .....	25
Gambar, 35. Rancangan background bagian dalam bus .....	25
Gambar 36. Rancangan background bagian dalam bus .....	25
Gambar 37. Rancangan background bagian dalam bus .....	25
Gambar 38. Rancangan background perpustakaan .....	26
Gambar 39. Rancangan background toko kelontong .....	26
Gambar 40. Storyboard Metamorfodream Scene 1 .....	27

Gambar 41. Storyboard Metamorfodream Scene 2 .....	28
Gambar 42. Animatic film iklan Metamotfodream.....	29



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia animasi dewasa ini semakin pesat. Salah satu bidang yang tidak dapat terlepas dari animasi adalah dunia periklanan. Animasi biasanya digunakan untuk menambah efek artistik berupa motion atau gerak. Iklan sebagai penanda perkembangan peradaban selalu berkembang mengikuti pola konsumsi dan komunikasi manusia. Perkembangan bentuk iklan disebutkan oleh Marra Einstein, bahwa *Advertising is a paid communication used to persuade someone to buy a product or service of an identified sponsor. The advertisement is disseminated through media and can be in the form of a print ad (magazine, newspaper, or outdoor), a radio or television commercial, or a digital ad, which can be either static or video-based* (Einstein, 2017). (1)

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dengan ditandai oleh revolusi industri 4.0, membawa perubahan yang signifikan terhadap cara manusia dalam berkomunikasi. Media sosial dan kanal digital yang semakin menjamur mau tidak mau telah menggeser cara beriklan. Media sosial seperti FB atau IG dan web berbagi video seperti Youtube, telah memudahkan manusia dalam beriklan. Salah satu pengembangan sisi artistik dalam iklan audio visual adalah dengan menghadirkan teknik animasi. Animasi 3D maupun 2D dapat dipilih dengan menyesuaikan dengan produk iklan, tema, dan target *audiens*. Sedangkan dalam estetika iklan, unsur *storytelling* dapat ditambahkan atau dipertajam untuk menambah *value* iklan tersebut. Film iklan animasi merupakan bentuk baru dalam beriklan yang berpotensi untuk dikembangkan. Karakteristik iklan yang berfokus pada pemaparan informasi produk, dan ajakan untuk mengonsumsi produk dapat dipadukan dengan unsur *storytelling* yang kuat dari film. Perancangan film iklan animasi merupakan upaya menemukan media baru dalam beriklan dengan memanfaatkan unsur *storytelling* dan bentuk media animasi. Harapannya penggabungan bidang iklan dan film animasi menjadi kombinasi yang unik sehingga dapat memberi *insight* baru dalam beriklan.

Sebuah institusi memerlukan diseminasi dari waktu ke waktu. Diseminasi adalah upaya penyebaran informasi yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh informasi, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut. Kegiatan penyebaran informasi tersebut dapat mengadopsi teknik-teknik promosi atau beriklan. Media diseminasi yang dipilih harus disesuaikan dengan karakteristik *stakeholder* atau pengguna jasa instansi tersebut. Prodi D-3 Animasi ISI Yogyakarta (Prodi Animasi) memerlukan proses diseminasi yang bersinambungan sebagai upaya untuk meningkatkan animo masyarakat terhadap Prodi Animasi. Penikmat bidang animasi di Indonesia cukup banyak. Hal tersebut ditandai dengan meningkatnya jumlah program studi animasi di Indonesia, sehingga kompetisi antar perguruan tinggi pun semakin ketat. Animo terhadap jenjang kurikulum D-3 saat

ini berkurang karena maraknya kursus pendidikan online di tengah situasi pandemi saat ini.

Urgensi dari penelitian ini adalah disebabkan karena beberapa tahun terakhir diseminasi yang dilakukan Prodi Animasi lebih mengandalkan media konvensional seperti brosur atau pamflet, di sisi lain penggunaan media sosial Prodi Animasi belum maksimal terutama dari sisi konten. Terkait dengan masalah tersebut, maka sangatlah penting bagi Prodi Animasi sebagai lembaga pendidikan pencetak tenaga kerja dalam bidang animasi dapat melakukan diseminasi melalui sebuah karya film iklan animasi. Keunikan dari penelitian ini adalah, belum tersedianya *concept art* film iklan animasi Prodi Animasi yang menarik dan komunikatif. Iklan ini diharapkan dapat memuat unsur promosi yang bersifat mengenalkan, menyebarkan informasi, sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat terkait keberadaan Prodi Animasi. Selanjutnya film iklan ini dapat digunakan sebagai konten siaran pada media sosial milik prodi, yang sebelumnya masih sangat terbatas.

Film iklan animasi “*Metamorfodream*” merupakan film iklan animasi berdurasi 3 menit yang dapat menjadi alternatif media diseminasi Prodi Animasi Perancangan *concept art* film iklan animasi “*Metamorfodream*” dilakukan guna mendapatkan rancangan awal yang matang sebelum melakukan proses produksi selanjutnya. Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui bagaimana penerapan unsur *storytelling* dalam perancangan *concept art* film iklan animasi sebagai media diseminasi Prodi Animasi. Luaran dari penelitian ini berupa *concept art* film iklan prodi D-3 Animasi yang diwujudkan dalam desain karakter, desain *enviroment*, skenario, dan *storyboard*.

#### **B. Rumusan Masalah:**

1. Perkembangan dunia animasi yang semakin pesat
2. Terbukanya peluang media komunikasi baru melalui animasi
3. Film iklan animasi sebagai peluang media baru dalam periklanan

**Bersasarkan rumusan masalah tersebut ditarik sebuah pertanyaan penelitian sebagai berikut:**

Bagaimana merancang *concept art* film iklan animasi “*Metamorfodream*” dengan menerapkan unsur *storytelling* sebagai media diseminasi Prodi D-3 Animasi ISI Yogyakarta?