

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO 3D ANIMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI BRAND VARLIIOUS



Oleh:

Dendra Ardiyansyah
NIM 42321010069

Dosen Pembimbing:
Diean Arjuna D, S.Ds, M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	---	--------------------------------

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dendra Ardiyansyah
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010069
 Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 23/08/2025

Yang memberikan pernyataan,



Dendra Ardiyansyah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

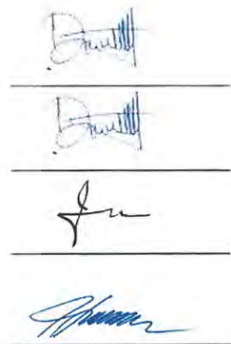
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dendra Ardiansyah
NIM : 42321010069
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Video 3D Animasi Sebagai Media Promosi Brand Varliou

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Diean Arjuna D, S.Ds, M.Sn
NIDN : 0306128601
Ketua Penguji : Diean Arjuna D, S.Ds, M.Sn
NIDN : 0306128601
Penguji 1 : Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd
NIDN : 0301098803
Penguji 2 : Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0304039101



Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif



(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

PERANCANGAN VIDEO 3D ANIMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI BRAND VARLIOUS

DENDRA ARDIYANSYAH

42321010069

ABSTRAK

Perancangan animasi 3D sebagai media promosi ini bertujuan untuk membangun identitas visual brand Varlious, sebuah brand fashion streetwear lokal yang menasar kalangan remaja dan dewasa muda. Melalui pendekatan visual yang imersif dan naratif, proyek ini ingin memperkuat citra Varlious sebagai simbol ekspresi diri dan gaya hidup urban yang autentik, dengan menyampaikan pesan promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga emosional dan estetis. Metode yang digunakan meliputi observasi tren visual, eksplorasi gaya visual urban, serta pengembangan karakter, lingkungan, dan storyline menggunakan teknik 3D modeling, texturing, dan animasi sinematik. Seluruh elemen visual dirancang untuk relevan dengan audiens Gen Z, dengan tone kasual dan atmosfer perkotaan yang kuat. Distribusi karya dilakukan melalui platform digital seperti Instagram dan TikTok yang sesuai dengan kebiasaan media konsumsi target pasar. Hasil karya memperlihatkan bahwa pendekatan animasi 3D dapat secara efektif menyampaikan identitas brand dan meningkatkan engagement audiens. Responden menyatakan bahwa animasi ini memiliki daya tarik visual tinggi dan membedakan Varlious dari brand sejenis. Meski ada masukan terkait transisi visual dan durasi, revisi telah dilakukan untuk meningkatkan kualitas storytelling dan penyampaian pesan. Secara keseluruhan, karya ini membuktikan bahwa animasi 3D merupakan media potensial untuk promosi brand fashion streetwear yang kompetitif di era digital.

Kata Kunci: animasi 3D, promosi digital, streetwear, branding, visual urban, Varlious

3D ANIMATION VIDEO DESIGN AS A VARIOUS BRAND PROMOTION MEDIA

DENDRA ARDIYANSYAH

42321010069

ABSTRACT

This 3D animation design project aims to establish a strong visual identity for Varlious, a local streetwear fashion brand targeting teenagers and young adults. Using immersive and narrative visual approaches, the project intends to reinforce Varlious as a symbol of self-expression and authentic urban lifestyle, delivering promotional messages that are not only informative but also emotional and aesthetically engaging. The methodology includes observing current visual trends, exploring urban visual styles, and developing characters, environments, and storylines through 3D modeling, texturing, and cinematic animation techniques. All visual elements are tailored to resonate with Gen Z audiences, using a casual tone and a strong urban atmosphere. The project is distributed via digital platforms such as Instagram and TikTok, aligning with the media habits of the target audience. The final product demonstrates that 3D animation is an effective tool in conveying brand identity and increasing audience engagement. Respondents highlighted the visual appeal and uniqueness of the animation, distinguishing Varlious from similar brands. Although some feedback mentioned visual transitions and duration, revisions were made to enhance storytelling and message delivery. Overall, the project proves that 3D animation is a powerful medium for promoting streetwear fashion brands in the digital era.

Keywords: 3D animation, digital promotion, streetwear, branding, urban visuals, Varlious

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan 3D Animasi sebagai Media Promosi Brand Varlious” dengan baik dan tepat waktu.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, penyusunan laporan ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan yang berharga selama proses penyusunan karya dan laporan ini.
2. Orang tua dan keluarga tercinta, atas doa, dukungan moral, dan semangat yang tak henti-hentinya.
3. Kesha Sania Fitri, atas dukungannya yang telah banyak membantu secara pribadi selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
4. Ouguth Studio, yang telah menyediakan tempat serta fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan proses pengerjaan tugas akhir dengan nyaman dan maksimal.
5. Teman-teman seperjuangan di Program Studi DKV dan semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan ke depan. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi mahasiswa lainnya yang tertarik dalam bidang animasi 3D sebagai media promosi.

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Manfaat Perancangan.....	3
BAB II METODE PERANCANGAN.....	5
2.1 Orisinalitas	5
2.2 Target Perancangan	9
2.3 Relevansi & Konsekuensi Studi	10
2.4 Skema Proses Desain	17
BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN.....	26
3.1 Positioning & Konsep Desain.....	26
3.2 Strategi Pesan	27
3.3 Strategi Visual.....	30
3.4 Strategi Distribusi Karya	32
BAB IV HASIL KARYA DKV DAN UJI DESAIN	35
4.1 Deskripsi Karya.....	35
4.2 Pameran Karya.....	50
4.3 Hasil Uji Desain	51
4.4 Evaluasi Perancangan Karya.....	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Empathy Map	18
Gambar 2. 2 Sketsa Karakter	20
Gambar 2. 3 Moodboard	20
Gambar 2. 4 Storyboard	23
Gambar 2. 5 Modelling Karakter	23
Gambar 2. 6 Environment	24
Gambar 2. 7 Rigging	24
Gambar 2. 8 Texturing	24
Gambar 4. 1 Scene 1 Shot 1	36
Gambar 4. 2 Scene 1 Shot 2	37
Gambar 4. 3 Scene 1 Shot 3	38
Gambar 4. 4 Scene 1 Shot 4	38
Gambar 4. 5 Scene 2	39
Gambar 4. 6 Scene 3 Shot 1	40
Gambar 4. 7 Scene 3 Shot 2	41
Gambar 4. 8 Scene 3 Shot 3	41
Gambar 4. 9 Scene 3 Shot 4	42
Gambar 4. 10 Scene 3 Shot 5	43
Gambar 4. 11 Scene 4 Shot 1-3	44
Gambar 4. 12 Scene 5	45
Gambar 4. 13 Transisi Scene 5 – Scene 6	46
Gambar 4. 14 Scene 6	47
Gambar 4. 15 Scene 7	48
Gambar 4. 16 Dokumentasi Pameran	51
Gambar 4. 17 Profil Pengguna	52
Gambar 4. 18 Diagram Pertanyaan 1	53
Gambar 4. 19 Diagram Pertanyaan 2	53
Gambar 4. 20 Diagram Pertanyaan 3	54
Gambar 4. 21 Pertanyaan 4	54
Gambar 4. 22 Diagram Pertanyaan 5	56
Gambar 4. 23 Diagram Pertanyaan 6	56
Gambar 4. 24 Diagram Pertanyaan 7	56
Gambar 4. 25 Diagram Pertanyaan 8	57
Gambar 4. 26 Diagram Pertanyaan 9	57
Gambar 4. 27 Diagram Pertanyaan 10	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Referensi Karya Sejenis.....	6
Tabel 2 Storyline	21
Tabel 3 AISAS.....	32
Tabel 4 Jawaban 4	54
Tabel 5 Jawaban 9	57
Tabel 6 Jawaban 10	59

