

**PERANCANGAN TATA WARNA UNTUK
MEMPERLIHATKAN KONTRAS *MOOD* DALAM MEDIA
PROMOSI ANIMASI “MISTER DONUT”**

Skripsi Penciptaan

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn.)



Nama : Michelle Amadea
NIM : 00000019003
Program Studi : Film dan Televisi
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Michelle Amadea

NIM : 00000019003

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni dan Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Skripsi:

PERANCANGAN TATA WARNA UNTUK MEMPERLIHATKAN KONTRAS *MOOD* DALAM MEDIA PROMOSI ANIMASI “MISTER DONUT”

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/ terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/ implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam

pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar Sarjana Seni (S.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 18 November 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Michelle', with a stylized flourish at the end.

Michelle Amadea

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PERANCANGAN TATA WARNA UNTUK
MEMPERLIHATKAN KONTRAS *MOOD* DALAM MEDIA
PROMOSI ANIMASI “MISTER DONUT”

Oleh

Nama : Michelle Amadea
NIM : 00000019003
Program Studi : Film dan Televisi
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 18 Desember 2018

Pembimbing



R. R. Mega Iranti K., S.Sn., M.Ds.

Penguji



Christine M. Lukmanto, S.Sn., M.Anim.

Ketua Sidang



Yohanes Merci W., S.Sn., M.M.

Ketua Program Studi



Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.

PRAKATA

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat-Nya skripsi ini dapat tersusun. Skripsi ini dibuat dalam rangka menyelesaikan gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara dan sebagai bentuk laporan dalam menyelesaikan tugas akhir. Tugas akhir tersebut dibuat dalam bentuk video animasi yang digunakan sebagai media promosi Mister Donut. Topik bahasan yang akan diangkat adalah perancangan tata warna dan cahaya yang tepat untuk menngambarkan kontras suasana.

Iklan animasi merupakan topik bahasan yang masih jarang dipakai sebagai penelitian tugas akhir. Oleh karena itu, topik ini merupakan topik yang menarik untuk dibahas. Animasi merupakan industri yang berkembang di Indonesia. Maka dengan pembuatan skripsi ini diharapkan dapat mendukung perkembangan animasi di Indonesia. Selain itu, skripsi ini dapat membantu mahasiswa-mahasiswa ataupun masyarakat yang ingin mendalami topik serupa di kedepan hari.

Teori serta referensi dari berbagai sumber membantu saya dalam merancang tata warna dan cahaya yang tepat agar dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu saya ingin mengucapkan terima kasih saya kepada:

1. Kus Sudarsono, S.E., M.Sn. selaku Ketua Program Studi
2. R. R. Mega Iranti K., S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing

3. Christine M. Lukmanto, S.Sn., M.Anim. selaku Dosen Penguji
4. Yohanes Merci W., S.Sn., M.M. selaku Ketua Sidang
5. Mister Donut selaku *Client* yang menyediakan informasi serta kebutuhan dari pembuatan karya iklan
6. Pihak-pihak yang langsung terkait dengan proses penulisan skripsi
7. Keluarga dekat

Tangerang, 18 November 2018



Michelle Amadea

ABSTRAKSI

Media animasi merupakan salah satu media yang efektif untuk digunakan sebagai media promosi. Hal tersebut dikarenakan animasi dapat memvisualkan ide-ide kreatif secara nyata tanpa ada batasan realita. Salah satu penerapan animasi sebagai yang sering digunakan adalah sebagai media promosi produk makanan. Mister Donut merupakan suatu perusahaan donat yang ingin dikenal oleh masyarakat agar tidak kalah dari kompetitor-kompetitornya. Oleh karena itu, agar agar hal tersebut tercapai, maka teknik animasi digunakan sebagai media promosi dari Mister Donut. Dalam menghasilkan karya animasi yang realistis dan menarik, tata warna merupakan aspek yang sangat penting untuk diperhatikan. Penataan warna yang kontras antara dua dunia digunakan untuk menyampaikan pesan mengenai kebahagiaan yang merupakan identitas dari Mister Donut. Metode yang digunakan untuk perancangan ini adalah wawancara dengan pihak Mister Donut mengenai identitas serta pesan yang ingin disampaikan. Setelah itu, melakukan studi literatur yang merupakan pengumpulan teori dari buku, jurnal, dan artikel. Kemudian dilakukan pencarian video referensi serta contoh karya animasi serupa.

Kata kunci: iklan makanan, kontras mood, tata warna, Mister Donut, animasi

ABSTRACT

Animation is an effective medium to be used as an advertisement. That is because animation can visualize creative ideas into reality. One of the use of animation as advertisement is for food advertisement. Mister Donut is a donut company that aimed to be known so that they would not lose against their competitors. In order to achieve that, animation was used as Mister Donut's advertisement. To create a realistic and appealing animation, light and color is one of the important aspect to be noticed. The different design of color between two worlds is used to convey the message of happiness which is the brand identity of Mister Donut. The methods that are used in this study consists of conducting an interview with Mister Donut to know their brand identity and their key message. After doing so, a study literature is done by doing research on books, journals, and articles. In addition of that, a research on video references and examples of similar animation works is done.

Keywords: food advertising, mood contrast, color, Mister Donut, animation

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PRAKATA	iv
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Skripsi.....	3
1.5. Manfaat Skripsi.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Animasi.....	5
2.1.1. Tahap Produksi Animasi.....	5
2.2. Iklan.....	7

2.2.1.	Animasi Sebagai Iklan	8
2.3.	<i>Mood</i>	9
2.4.	Perancangan Warna.....	12
2.4.1.	Harmoni Warna	16
2.4.2.	Psikologi Warna	22
2.4.3.	Warna dalam Film	25
BAB III METODOLOGI		27
3.1.	Gambaran Umum	27
3.1.1.	Sinopsis	28
3.1.2.	Posisi Penulis.....	29
3.2.	Tahapan Kerja	29
3.3.	Acuan.....	30
3.3.1.	Dasar Pemilihan Warna	31
3.3.2.	<i>Mood</i> Sedih	34
3.3.3.	<i>Mood</i> Ceria.....	44
3.3.4.	Parameter Pemilihan Warna.....	59
3.4.	Proses Perancangan	61
3.4.1.	Eksplorasi Warna 1.....	65
3.4.2.	Eksplorasi Warna 2.....	69
3.4.3.	Eksplorasi Warna 3.....	72
3.4.4.	Eksplorasi Warna 4.....	76
3.4.5.	Eksplorasi Warna 5.....	80
BAB IV ANALISIS.....		84

4.1.	Analisa Warna pada <i>Mood Sedih</i>	84
4.2.	Analisa Warna pada <i>Mood Ceria</i>	87
4.3.	Analisa Kontras Warna pada <i>Color Script</i>	90
BAB V PENUTUP		93
5.1.	Kesimpulan.....	93
5.2.	Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....		xix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Mood mapping</i>	11
Gambar 2.2. Distribusi cahaya yang dapat dilihat manusia.....	12
Gambar 2.3. <i>Color Wheel</i>	13
Gambar 2.4. Warna primer, sekunder, dan tersier.....	13
Gambar 2.5. <i>Tint, tone, shade</i>	15
Gambar 2.6. Penggabungan warna <i>burgundy</i> emas dan hijau menimbulkan kesan mewah	18
Gambar 2.7. Warna Komplementer.....	19
Gambar 2.8. Warna <i>Analogus</i>	19
Gambar 2.9. Warna <i>Triadic</i>	20
Gambar 2.10. Warna <i>Split</i> Komplementer.....	20
Gambar 2.11. Warna <i>Tetradic</i>	21
Gambar 2.12. Warna <i>Monochrome</i>	21
Gambar 2.13. Perbedaan arti warna biru dengan <i>tint, tone, shade</i> yang berbeda .	25
Gambar 2.14. Perbandingan penggunaan warna merah dalam <i>Liberty Leading the People</i> dan dalam film <i>Three Colours Trilogy: Red</i>	26
Gambar 3.1. Skema Perancangan.....	30
Gambar 3.2. Blue Period milik Picasso	35
Gambar 3.3. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	36
Gambar 3.4. <i>Scene</i> sedih dalam <i>Fur</i>	37
Gambar 3.5. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	37
Gambar 3.6. Referensi warna dalam film “ <i>Tangled</i> ”	39

Gambar 3.7. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	39
Gambar 3.8. Referensi warna dalam film “ <i>Corpse Bride</i> ”	41
Gambar 3.9. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	41
Gambar 3.10. Referensi warna dalam film pendek “ <i>Look At Me</i> ”	43
Gambar 3.11. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	44
Gambar 3.12. Logo Mister Donut	45
Gambar 3.13. Suasana toko Mister Donut	45
Gambar 3.14. Warna-warna donat Mister Donut	46
Gambar 3.15. Warna-warna donat Mister Donut	46
Gambar 3.16. Warna-warna donat Mister Donut	47
Gambar 3.17. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	47
Gambar 3.18. Referensi warna dalam film “ <i>Wreck-It-Ralph</i> ”	48
Gambar 3.19. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	49
Gambar 3.20. Referensi warna dalam film “ <i>Cloudy with a Chance of Meatballs</i> ”	50
Gambar 3.21. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	50
Gambar 3.22. Referensi warna dalam iklan “ <i>Wonderfilled</i> ”	52
Gambar 3.23. Logo Oreo	52
Gambar 3.24. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	53
Gambar 3.25. Referensi warna dalam iklan “ <i>Fruitsnackia</i> ”	54
Gambar 3.26. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	54
Gambar 3.27. Warna produk dan <i>brand</i> Fruitsnackia	55

Gambar 3.28. Referensi warna dalam iklan “ <i>The Perfect Merge Cadbury and Oreo Commercial</i> ”	56
Gambar 3.29. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	56
Gambar 3.30. Referensi warna dalam iklan “ <i>A Can for Every Aussie Heinz Beans Commercial</i> ”	58
Gambar 3.31. Analisa <i>hue, saturation, brightness</i>	58
Gambar 3.32. <i>Storyboard mood</i> sedih	62
Gambar 3.33. Warna dasar dalam <i>mood</i> sedih oleh <i>environment artist</i>	63
Gambar 3.34. <i>Storyboard mood</i> ceria.....	64
Gambar 3.35. Warna dasar dalam <i>mood</i> ceria oleh <i>environment artist</i>	65
Gambar 3.36. Referensi warna dari ilustrasi.....	66
Gambar 3.37. <i>Hue, saturation, brightness</i> dari <i>color palette mood</i> sedih eksplorasi 1	66
Gambar 3.38. Eksplorasi 1 untuk <i>mood</i> sedih.....	67
Gambar 3.39. Referensi warna dalam iklan “ <i>A Can for Every Aussie Heinz Beans Commercial</i> ”	67
Gambar 3.40. <i>Hue, saturation, brightness</i> dari <i>color palette mood</i> ceria eksplorasi 1	68
Gambar 3.41. Eksplorasi 1 untuk mood ceria.....	68
Gambar 3.42. Eksplorasi 1 untuk kontras <i>mood</i>	69
Gambar 3.43. Referensi warna dalam iklan “ <i>The Perfect Merge Cadbury and Oreo Commercial</i> ”	70

Gambar 3.44. <i>Hue, saturation, brightness</i> dari <i>color palette mood</i> ceria eksplorasi 2	70
Gambar 3.45. Eksplorasi 2 untuk <i>mood</i> ceria	71
Gambar 3.46. Eksplorasi 2 untuk kontras warna.....	71
Gambar 3.47. Referensi warna dalam film “ <i>Corpse Bride</i> ”	73
Gambar 3.48. <i>Hue, saturation, brightness</i> dari <i>color palette mood</i> sedih eksplorasi 3	73
Gambar 3.49. Eksplorasi 3 untuk <i>mood</i> sedih.....	74
Gambar 3.50. Referensi warna dalam film <i>Wreck-It-Ralph</i>	74
Gambar 3.51. <i>Hue, saturation, brightness</i> dari <i>color palette mood</i> ceria eksplorasi 3	75
Gambar 3.52. Warna yang digunakan dalam <i>mood</i> ceria	75
Gambar 3.53. Eksplorasi 3 untuk kontras <i>mood</i>	76
Gambar 3.54. Eksplorasi 4 untuk <i>mood</i> sedih.....	77
Gambar 3.55. <i>Hue, saturation, brightness</i> dari <i>color palette mood</i> ceria eksplorasi 4	78
Gambar 3.56. Warna hasil eksplorasi 4	79
Gambar 3.57. Perbandingan kontras antar <i>mood</i>	79
Gambar 3.58. Referensi warna dalam film <i>Fur</i>	80
Gambar 3.59. Referensi warna dalam film <i>Tangled</i>	81
Gambar 3.60. Parameter warna berdasarkan studi literatur	82
Gambar 3.61. Range warna akhir yang digunakan dalam <i>mood</i> sedih.....	82
Gambar 3.62. Penerapan warna dalam salah satu <i>scene mood</i> sedih	83

Gambar 4.1. Warna dasar yang dirancang oleh <i>environment artist</i> untuk <i>mood</i> sedih	85
Gambar 4.2. Warna <i>mood</i> sedih yang dirancang penulis	85
Gambar 4.3. <i>Hue, saturation, brightness</i> final <i>mood</i> ceria.....	86
Gambar 4.4. <i>Color script mood</i> sedih.....	87
Gambar 4.5. Warna dasar yang dirancang oleh <i>environment artist</i> untuk <i>mood</i> ceria.....	88
Gambar 4.6. Warna <i>mood</i> ceria yang dirancang penulis	89
Gambar 4.7. <i>Hue, saturation, brightness</i> final <i>mood</i> ceria.....	90
Gambar 4.8. <i>Color script mood</i> ceria	90
Gambar 4.9. Keseluruhan <i>color script</i>	91
Gambar 4.10. Perbandingan kontras warna antara kedua <i>mood</i>	92

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Dasar pemilihan warna berdasarkan studi literatur dalam <i>mood</i> sedih	32
Tabel 3.2. Dasar pemilihan warna berdasarkan <i>client brief</i> dan studi literatur dalam <i>mood</i> ceria.....	34
Tabel 3.3. Parameter pemilihan warna untuk <i>mood</i> sedih.....	60
Tabel 3.4. . Parameter pemilihan warna untuk <i>mood</i> ceria.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: Mister Donut Creative Brief	xxii
LAMPIRAN B: Surat Perjanjian Kerjasama dengan Mister Donut	xxiv
LAMPIRAN C: Lembar Bimbingan	xxvii