

**TAHAPAN PEMBUATAN ANIMASI DALAM FORMAT**

***LOOPING* UNTUK IKLAN PARFUM TERRAN**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI PENCIPTAAN**

**Christabel Orleans Setiaji Adiwana  
00000069688**

**PROGRAM STUDI FILM**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

**TAHAPAN PEMBUATAN ANIMASI DALAM FORMAT**

***LOOPING* UNTUK IKLAN PARFUM TERRAN**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Seni (S.Sn.)

**Christabel Orleans Setiaji Adiwana**  
**00000069688**

**PROGRAM STUDI FILM**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Christabel Orleans Setiaji Adiwana

Nomor Induk Mahasiswa : **00000069688**

Program studi : Film

Skripsi dengan judul :

TAHAPAN PEMBUATAN ANIMASI DALAM FORMAT *LOOPING* UNTUK  
IKLAN PARFUM TERRAN

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, Jumat 5 Desember 2025



(Christabel Orleans Setiaji Adiwana)

## HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Christabel Orleans Setiaji Adiwana  
NIM : 00000069688  
Program Studi : Film  
Judul Laporan : Tahapan pembuatan animasi dalam format *looping*  
untuk iklan parfum Terran

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas Akhir sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama serta teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis (parafrase) dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, Jumat 19 Desember 2025



(Christabel Orleans Setiaji Adiwana)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
TAHAPAN PEMBUATAN ANIMASI DALAM FORMAT *LOOPING* UNTUK  
IKLAN PARFUM TERRAN

Oleh

Nama : Christabel Orleans Setiaji Adiwana  
NIM : 00000069688  
Program Studi : Film  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 19 Desember 2025  
Pukul 16.00 s.d 17.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

**Petrus Damiami Sitepu, S.Sn., M.I.Kom.**  
9553764665130202

Pembimbing

**Bisma Fabio Santabudi, S.Sos., M.Sn.**  
1533753654130132

**Ahmad Arief Adiwijaya, S.Sn., MPDesSc.**  
2255770671130303

Ketua Program Studi Film

**Edelin Sari Wangsa, S.Ds., M.Sn.**  
9744772673230322

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christabel Orleans Setiaji Adiwana  
NIM : 00000069688  
Program Studi : Film  
Jenjang : ~~D3~~/S1/S2\* (coret salah satu)  
Judul Karya Ilmiah : TAHAPAN PEMBUATAN ANIMASI  
DALAM FORMAT *LOOPING* UNTUK  
IKLAN PARFUM TERRAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia

- ☐ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ✓ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
  - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
  - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, Jumat 5 Desember 2025



(Christabel Orleans Setiaji Adiwana)

\* Pilih salah satu

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Sejak usia muda, saya selalu memiliki ketertarikan yang kuat terhadap dunia bisnis. Ada keinginan besar dalam diri saya untuk menciptakan sebuah brand yang tidak hanya ideal di mata pasar, tetapi juga memiliki karakter yang unik dan mampu menciptakan tren tersendiri. Bagi saya, membangun sebuah brand bukan sekadar menciptakan produk yang laku di pasaran melainkan menciptakan sesuatu yang saya sendiri cintai, dan berharap orang lain juga bisa merasakannya.

Pepatah mengatakan, *"Bila kamu mengerjakan sesuatu yang kamu cintai, maka kamu tidak akan bekerja sehari pun dalam hidupmu."* Perjalanan dalam membangun bisnis kami, TERRAN, adalah bukti nyata dari pepatah ini. Meskipun prosesnya tidak mudah dan penuh liku, setiap tantangan yang kami lewati memberikan pelajaran berharga yang memperkaya pengalaman saya di dunia kewirausahaan.

Saya memilih topik ini karena ingin berbagi cerita dan proses kreatif di balik berdirinya TERRAN sebuah brand yang kami ciptakan, dengan konsep yang masih tergolong baru di Indonesia. Saya percaya bahwa cerita dan pengalaman ini layak untuk dibaca oleh siapa pun yang sedang atau ingin memulai perjalanan mereka di dunia wirausaha. Terutama bagi para pembaca yang memiliki mimpi untuk membangun brand sendiri namun masih ragu atau belum tahu harus mulai dari mana.

Melalui tulisan ini, saya berharap dapat memberikan semangat, inspirasi, dan panduan praktis bagi para calon wirausahawan muda yang ingin mulai mencicipi dunia bisnis. Karena sesulit apapun prosesnya, saya percaya usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan saya kekuatan
2. Dr. Andrey Andoko, M.Sc Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara

3. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara
4. Edelin Sari Wanga, S.Ds., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara
5. Ahmad Arief Wijaya, S.Sn., MPDesSc., selaku Pembimbing yang memberikan bimbingan dan arahan hingga terselesainya penulisan laporan magang
6. Kepada Perusahaan Skystar Ventures yang telah mengadakan program
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kimmit sebagai teman dekat yang menemani penulis dalam proses penulisan skripsi serta memberikan dukungan

Tangerang, 5 Desember 2025



(Christabel Orleans Setiaji Adiwana)





# TAHAPAN PEMBUATAN ANIMASI DALAM FORMAT

## *LOOPING* UNTUK IKLAN PARFUM TERRAN

Christabel Orleans Setiaji Adiwana

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas proses penerapan teknik animasi dalam produksi iklan animasi untuk empat varian parfum Terran Hanami, Water Blossom, Tea Ceremony, dan Mandarin yang masing-masing mengangkat estetika budaya Asia timur melalui representasi fauna dan suasana khas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi serta menguraikan teknik animasi yang paling efektif dalam menghadirkan nuansa estetik tersebut, sekaligus menyesuaikannya dengan format animasi *looping* yang saat ini merupakan tren dalam media sosial. Metode produksi mencakup observasi perilaku hewan melalui video, analisis gerak, pembuatan *keyframe*, dan pengerjaan *in between* dengan variasi *timing* seperti *animate on twos*, *animate on threes*, serta berbagai teknik animasi lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknik *frame by frame* memberikan fleksibilitas dalam membentuk gerakan yang natural namun tetap minimalis, sesuai dengan visual dan karakteristik yang sering ditunjukkan dalam karya karya asal Asia Timur yang menonjolkan ketenangan, kesederhanaan, dan harmoni. Selain itu, strategi seperti penambahan jeda, penggunaan *exit frame*, dan teknik lainnya terbukti mendukung terciptanya *loop* yang halus dan estetik. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pemilihan teknik animasi yang tepat sangat berpengaruh dalam membangun identitas visual brand serta efektivitas penyampaian pesan melalui media digital.

**Kata kunci:** Animasi, Teknik Animasi, Asia timur, Fauna

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# TAHAPAN PEMBUATAN ANIMASI DALAM FORMAT

## *LOOPING* UNTUK IKLAN PARFUM TERRAN

(Christabel Orleans Setiaji Adiwana)

### **ABSTRACT**

*This study discusses the process of applying animation techniques in the production of animated advertisements for four perfume variants: Terran Hanami, Water Blossom, Tea Ceremony, and Mandarin, each of which elevates East Asian cultural aesthetics through representations of fauna and distinctive atmospheres. The purpose of this study is to identify and describe the most effective animation techniques in presenting these aesthetic nuances, while adapting them to the looping animation format that is currently trending in social media. Production methods include observing animal behavior through video, motion analysis, keyframe creation, and working in between with timing variations such as animate on twos, animate on threes, and various other animation techniques. The results show that the use of frame-by-frame techniques provides flexibility in creating natural yet minimalist movements, in accordance with the visuals and characteristics often shown in East Asian works that emphasize calm, simplicity, and harmony. In addition, strategies such as adding pauses, using exit frames, and other techniques are proven to support the creation of smooth and aesthetic loops. Thus, this study confirms that the selection of the right animation technique is very influential in building a brand's visual identity and the effectiveness of message delivery through digital media.*

**Keywords:** Animation, Animation Techniques, East Asia, Fauna

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....           | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                         | iv        |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..... | v         |
| KATA PENGANTAR .....                             | vi        |
| ABSTRAK .....                                    | viii      |
| ABSTRACT .....                                   | ix        |
| DAFTAR ISI .....                                 | x         |
| DAFTAR TABEL .....                               | xi        |
| DAFTAR GAMBAR .....                              | xii       |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xiii      |
| <b>1. LATAR BELAKANG PENCIPTAAN .....</b>        | <b>1</b>  |
| 1.1 RUMUSAN DAN FOKUS MASALAH .....              | 2         |
| 1.2 TUJUAN PENCIPTAAN .....                      | 2         |
| <b>2. LANDASAN PENCIPTAAN .....</b>              | <b>2</b>  |
| 2.1 Animasi .....                                | 2         |
| 2.2 Frame per second .....                       | 3         |
| 2.3 Animation Timing and Exposure .....          | 3         |
| <b>3. METODE PENCIPTAAN .....</b>                | <b>5</b>  |
| 3.1 METODE DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....     | 5         |
| 3.2 OBJEK PENCIPTAAN .....                       | 5         |
| 3.2.1 Pembuatan animasi .....                    | 7         |
| <b>4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>             | <b>22</b> |
| 4.1 HASIL KARYA .....                            | 22        |
| 4.2 PEMBAHASAN KARYA .....                       | 23        |
| <b>5. SIMPULAN .....</b>                         | <b>26</b> |
| <b>6. DAFTAR PUSTAKA .....</b>                   | <b>27</b> |
| .....                                            | 34        |

## DAFTAR TABEL

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Tabel 4. 1 Hasil karya ..... | 22 |
|------------------------------|----|



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3. 1 Bentuk animasi loop. Sumber: misato08280(2025).....                                            | 8  |
| Gambar 3.2 Video untuk observasi gerak kucing. Sumber: TomandMimi (2024).....                              | 10 |
| Gambar 3.3 Video untuk observasi gerak burung. Sumber:99girsl (2017).....                                  | 10 |
| Gambar 3.4 Referensi visual. Sumber: Gothfrog (2019), Toh (2023), Emilyamiao (2022) .....                  | 11 |
| Gambar 3.5 Tampilan workspace animasi. Sumber: Penulis (2025) .....                                        | 12 |
| Gambar 3.6 sketsa kasar pose kucing. Sumber: Penulis (2025) .....                                          | 13 |
| Gambar 3.7 Pengerjaan keyframe Hanami. Sumber: Penulis (2025), TomandMimiyoutube.com (2024) .....          | 14 |
| Gambar 3.8 keyframe Hanami beserta referensi. Sumber: Penulis (2025) .....                                 | 15 |
| Gambar 3.9 Referensi burung Long tailed tit Bird. Sumber:strange_facts_Of_the_world tiktok.com (2025)..... | 16 |
| Gambar 3.10 Sketsa kasar keyframe Mandarin. Sumber: Penulis (2025).....                                    | 17 |
| Gambar 3.11 keyframe Mandarin. Sumber: Penulis (2025) .....                                                | 17 |
| Gambar 3.12 keyframe Tea Ceremony. Sumber: Penulis (2025) .....                                            | 18 |
| Gambar 3. 13 sketsa kasar keyframe Water Blossom. Sumber: Penulis (2025) ..                                | 18 |
| Gambar 3.14 keyframe Water Blossom. Sumber: Penulis (2025) .....                                           | 19 |
| Gambar 3.15 Frames Hanami. Sumber: Penulis (2025) .....                                                    | 20 |
| Gambar 3.16 16 frames Tea Ceremony. Sumber: Penulis (2025) .....                                           | 21 |
| Gambar 3.17 17 frame Water Blossom. Sumber: Penulis (2025).....                                            | 21 |
| Gambar 4. 1 16 frames Tea Ceremony. Sumber: Penulis (2025)                                                 | 24 |
| Gambar 4. 2 16 frames Tea Ceremony. Sumber: Penulis (2025) .....                                           | 25 |
| Gambar 4. 3 16 frames Tea Ceremony. Sumber:Penulis (2025) .....                                            | 26 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| LAMPIRAN A Hasil persentase similarity & AI turnitin (20%)    | 13 |
| LAMPIRAN B Form bimbingan (generate & download dari academic) | 14 |
| LAMPIRAN C Form Perjanjian Skripsi                            | 15 |

