

ABSTRAK

PERANCANGAN ANIMASI 3D MENGENAI PENGARUH BURUK *PHUBBING* DI KALANGAN MAHASISWA DALAM MASA PERKULIAHAN

Oleh
Danny Rizky Wahyudi
NRP 1564045

Phubbing atau *Phone Snubbing* merupakan tindakan tidak acuh seseorang dalam sebuah lingkungan karena terlalu fokus terhadap gawai dari pada melakukan sebuah interaksi atau percakapan. Istilah ini awalnya dikampanyekan oleh *Macquarie Dictionary* untuk mewakili masalah penyalahgunaan ponsel cerdas yang terus berkembang dalam situasi sosial. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data berasal dari wawancara dengan psikolog media dari Universitas Kristen Maranatha untuk mengetahui penyebab dan akibat dari perilaku *phubbing*, dan dengan kuesioner, observasi, *focus group discussion*, dan studi pustaka. Berdasarkan hasil pengumpulan data, penulis menggunakan animasi 3D sebagai media informasi untuk menyampaikan pesan mengenai pengaruh buruk perilaku *phubbing* ini. Teori yang digunakan sebagai pendukung perancangan media informasi ini adalah prinsip animasi, desain karakter, *CGI*, dlsb. Media yang digunakan menggunakan media sosial. Melalui media informasi ini, mahasiswa dapat menyadari akan pengaruh buruk dari perilaku *phubbing* dan dapat mengurangnya.

Kata kunci: animasi; kecanduan gawai; pengaruh buruk; *phubbing*

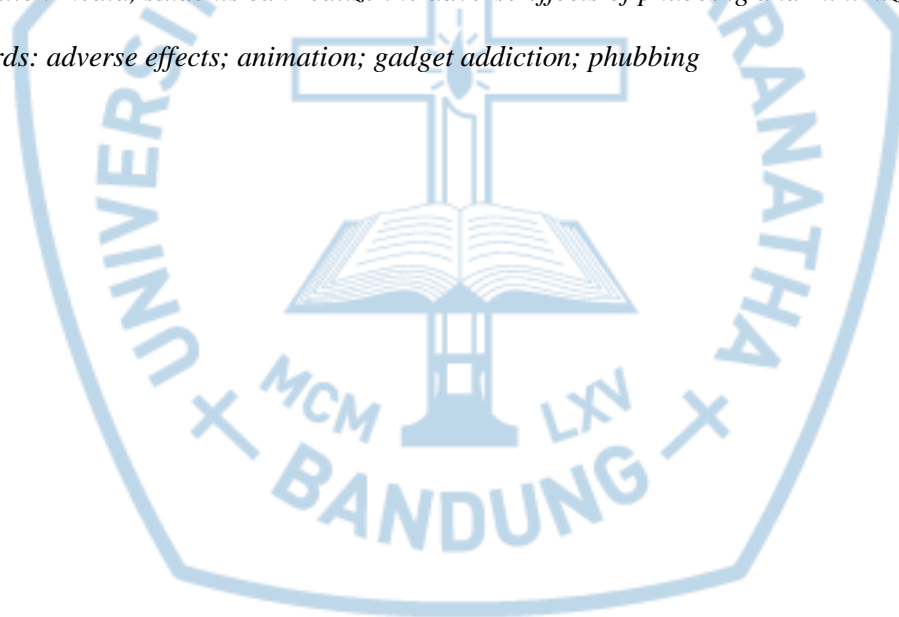
ABSTRACT

3D ANIMATION DESIGN ABOUT THE ADVERSE EFFECTS OF PHUBBING AMONG STUDENTS DURING COLLEGE

By
Danny Rizky Wahyudi
NRP 1564045

Phubbing or Phone Snubbing is an act of indifference in an environment because they are focusing too much on a device rather than having an interaction or a conversation. This term was originally campaigned by Macquarie Dictionary to represent the problem of smartphone abuse that continues to grow in social situations. The method of collecting data comes from interview with a media psychologist from Maranatha Christian University to find out the causes and consequences of phubbing, and with questionnaires, observations, focus group discussions, and literature studies. Based on the results of the data collected, the writer used 3D animation as an information media to deliver messages about the adverse effects of this phubbing behavior. Theories to support the design of information media were animation principles, character design, CGI, etc. The media used are using social media. Through this information media, students can realize the adverse effects of phubbing and minimize it.

Keywords: adverse effects; animation; gadget addiction; phubbing



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR ORISINALITAS LAPORAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Dua Belas Prinsip Animasi.....	5
2.1.1 <i>Solid Drawing</i>	5
2.1.2 <i>Timing & Spacing</i>	5
2.1.3 <i>Squash & Stretch</i>	6
2.1.4 <i>Anticipation</i>	7
2.1.5 <i>Slow In and Slow Out</i>	7
2.1.6 <i>Arcs</i>	7
2.1.7 <i>Secondary Action</i>	7

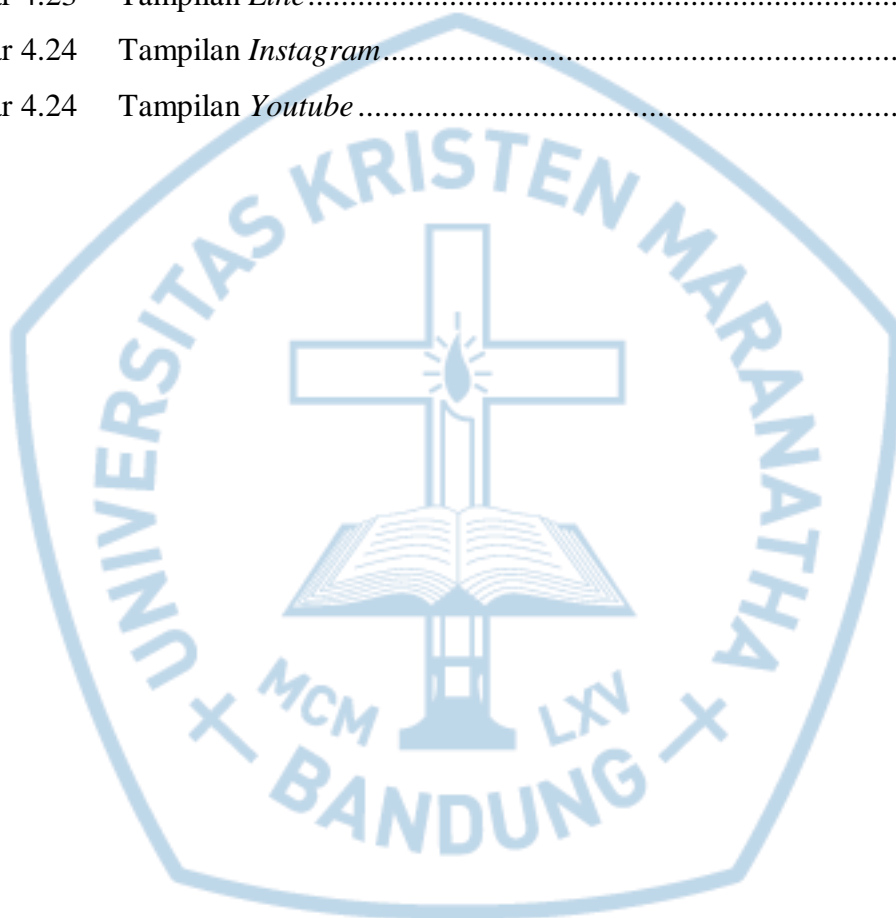
2.1.8 <i>Follow Through and Overlapping Action</i>	8
2.1.9 <i>Straight Ahead Action and Pose to Pose</i>	8
2.1.10 <i>Staging</i>	9
2.1.11 <i>Appeal</i>	9
2.1.12 <i>Exaggeration</i>	9
2.2 Dasar Desain Karakter	9
2.2.1 Demografis dan Aplikasi.....	10
2.2.2 Siluet dan Bentuk.....	12
2.2.3 <i>Greyscale</i> dan Warna	16
2.2.4 Kepribadian	20
2.3 Computer Generated Imagery (CGI)	22
2.3.1 Proses pembuatan <i>3D animation CGI</i>	22
2.4 Tinjauan Tentang Kecanduan	24
2.4.1 Kecanduan Internet	25
2.5 Strategi Komunikasi.....	25
2.5.1 Definisi Strategi Komunikasi	25
2.5.2 Tujuan Strategi Komunikasi.....	25
2.5.3 Perumusan Strategi Komunikasi.....	26
2.6 Teori Kampanye.....	26
2.6.1 Definisi Kampanye	26
2.6.2 Jenis Kampanye	27
2.6.3 Fungsi Kampanye	27
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	29
3.1 Data dan Fakta	29
3.1.1 Perusahaan/ Lembaga Terkait.....	29
3.1.2 Tinjauan Karya Sejenis	30
3.2 Analisis terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	32
3.2.1 Analisis STP	37
3.2.2 Analisis Media.	38
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	39

4.1 Konsep Komunikasi.....	39
4.2 Konsep Kreatif.....	39
4.2.1 Warna	39
4.2.2 Tipografi.....	39
4.2.3 Visual	40
4.2.4 Gaya Gambar	40
4.3 Konsep Media.....	41
4.3.1 Media Utama	41
4.3.2 Media Promosi.....	41
4.4 Hasil Karya.....	41
4.4.1 Judul.....	41
4.4.2 Karakter.....	42
4.4.3 Aset	45
4.4.4 <i>Environment</i>	46
4.4.5 <i>Storyline</i>	48
4.4.6 <i>Storyboard</i>	48
4.4.7 Animasi	55
4.4.8 Media Pendukung	57
4.5 <i>Budgeting</i>	59
4.6 Timeline.....	60
BAB V KESIMPULAN.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Siluet karakter.....	13
Gambar 2.2	Studi relasi bentuk dan siluet karakter yang sudah ada.....	13
Gambar 2.3	Contoh perbedaan cara berdiri dan posisi bentuk.....	14
Gambar 2.4	GlaDOS dari <i>Portal 2</i>	15
Gambar 2.5	Desain karakter yang dibagi menjadi bentuk sederhana	16
Gambar 2.6	Contoh karakter <i>greyscale</i>	17
Gambar 2.7	Roda warna dengan <i>tints</i> yang lebih terang dan <i>shade</i> yang lebih gelap.....	18
Gambar 2.8	Karakter dengan skema warna yang berbeda	19
Gambar 2.9	Desain karakter jadi	20
Gambar 2.10	Mempersepsikan kepribadian melalui penampilan	21
Gambar 3.1	Logo HIMPSI (Himpunan Psikologi Indonesia).....	29
Gambar 3.2	Logo Ayena Studio	30
Gambar 3.3	Are You Lost In The World Like Me?	31
Gambar 4.1	Warna	39
Gambar 4.2	<i>font Letters from Learners</i>	40
Gambar 4.3	Judul Distraksi	41
Gambar 4.4	Karakter Daniel.....	42
Gambar 4.5	Ekspresi Karakter Daniel	42
Gambar 4.6	Karakter Elaine	43
Gambar 4.7	Ekspresi Karakter Elaine.....	43
Gambar 4.8	Karakter Pak Felix	44
Gambar 4.9	Ekspresi Karakter Pak Felix	44
Gambar 4.10	Karakter Sampingan.....	45
Gambar 4.11	Aset	45
Gambar 4.12	<i>Environment</i> Kantin	46
Gambar 4.13	<i>Environment</i> Koridor	47
Gambar 4.14	<i>Environment</i> Ruang Kelas.....	48
Gambar 4.15	<i>Storyboard 1</i>	50

Gambar 4.16	<i>Storyboard 2</i>	51
Gambar 4.17	<i>Storyboard 3</i>	52
Gambar 4.18	<i>Storyboard 4</i>	53
Gambar 4.19	<i>Storyboard 5</i>	53
Gambar 4.20	<i>Storyboard 6</i>	54
Gambar 4.21	<i>Storyboard 7</i>	55
Gambar 4.22	<i>Screenshot Animasi</i>	56
Gambar 4.23	Tampilan <i>Line</i>	57
Gambar 4.24	Tampilan <i>Instagram</i>	58
Gambar 4.24	Tampilan <i>Youtube</i>	58



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Diagram mengenai jenis kelamin responden.....	33
Diagram 3.2	Diagram mengenai usia responden.....	33
Diagram 3.3	Diagram mengenai seberapa sering responden menggunakan gawai.....	34
Diagram 3.4	Diagram mengenai penggunaan gawai dalam satu hari.....	34
Diagram 3.5	Diagram mengenai penggunaan gawai saat kelas	35
Diagram 3.6	Diagram mengenai mengenai penggunaan gawai teman sekelas responden saat kelas.....	35
Diagram 3.7	Diagram mengenai alasan responden untuk menggunakan gawai di dalam kelas	36
Diagram 3.8	Diagram mengenai bermasalahkah responden bila menggunakan gawai.....	36
Diagram 3.9	Diagram mengenai media yang sering digunakan saat melihat gawai.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Budgeting</i> Kampanye Sosial	59
Tabel 4.2	<i>Budgeting</i> Desain.....	59
Tabel 4.3	<i>Timeline</i> Kampanye	60



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SKETSA KARAKTER.....	64
LAMPIRAN 2 SKETSA <i>ENVIRONMENT</i>	66
LAMPIRAN 3 SKETSA LOGO	67

