



**PEMBUATAN GERAK ANIMASI *STOP-MOTION* DAN  
*COMPOSITING* PADA MEDIA PROMOSI PRODUK  
PERAWATAN WAJAH**

**SKRIPSI**

**NANDA MILLENIA ABDULLAH 1807431020**

**PROGRAM STUDI TEKNIK MULTIMEDIA DIGITAL  
JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2022**



**PEMBUATAN GERAK ANIMASI *STOP-MOTION* DAN  
*COMPOSITING* PADA MEDIA PROMOSI PRODUK  
PERAWATAN WAJAH**

**SKRIPSI**

Dibuat untuk Melengkapi Syarat-Syarat yang Diperlukan  
untuk Memperoleh Diploma Empat Politeknik

Nanda Millenia Abdullah

1807431020

**PROGRAM STUDI TEKNIK MULTIMEDIA DIGITAL JURUSAN  
TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Millenia Abdullah  
NIM : 1807431020  
Jurusan/ProgramStudi : T.Informatika dan Komputer / T. Multimedia  
Digital  
Judul skripsi : Pembuatan Gerak Animasi *Stop-motion* dan  
*Compositing* pada Media Promosi Produk  
Perawatan Wajah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bebas dari peniruan terhadap karya dari orang lain. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung cirri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Depok, 25 November 2022

Yang membuat pernyataan



(Nanda Millenia Abdullah)

NIM 1807431020

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**LEMBAR PENGESAHAN**

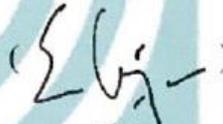
Skripsi diajukan oleh:

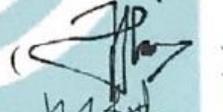
Nama : Nanda Millenia Abdullah  
NIM : 1807431020  
Program Studi : Teknik Multimedia Digital  
Judul skripsi : Pembuatan Gerak Animasi *Stop-Motion* dan *Compositing* pada Media Promosi Produk Perawatan Wajah

Telah diuji oleh tim penguji dalam Sidang Skripsi pada hari \_\_\_\_\_, Tanggal \_\_\_\_\_, Bulan \_\_\_\_\_, Tahun \_\_\_\_\_ dan dinyatakan LULUS.

Disahkan oleh

Pembimbing I : Noorlela Marcheta, S.Kom., M.Kom. (  )

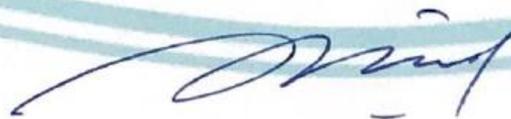
Penguji I : Eriya, S.Kom., M.T. (  )

Penguji II : Hata Maulana, S. Si., M.Ti. (  )

Penguji III : Malisa Huzaifa, S. Kom., M.T. (  )

Mengetahui:

Ketua Jurusan Teknik Informatika dan Komputer



Dr. Anita Hidayati, S.Kom., M.Kom.  
NIP. 197908032003122003



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahrabbi'lalamin. Segala puji hanya bagi Allah Ta'ala atas segala nikmat dan kemudahan tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PEMBUATAN GERAK ANIMASI *STOP-MOTION* DAN *COMPOSITING* PADA MEDIA PROMOSI PRODUK PERAWATAN WAJAH”** yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Teknik Multimedia Digital, Jurusan Teknik Informatika dan Komputer, Politeknik Negeri Jakarta. Skripsi ini dapat selesai atas bantuan, bimbingan, arahan, dukungan, dan doa dari banyak pihak yang tidak dapat disebutkan seluruhnya. Melalui pengantar ini penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Dr. Anita Hidayati, S.Kom., M.Kom. selaku Ketua Jurusan Teknik Informatika dan Komputer;
2. Noorlela Marcheta, S.Kom., M.Kom. selaku Kepala Program Studi Teknik Multimedia dan Digital dan dosen pembimbing atas kesempatan, waktu, arahan, dan saran yang diberikan dalam penyusunan skripsi;
3. Seluruh dosen dan staf Program Studi Teknik Multimedia Digital, Jurusan Teknik Informatika dan Komputer, Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan senantiasa membantu penyelesaian kegiatan akademis selama menempuh studi.;
4. Pemilik dan tim Herbiglow, atas kesempatan dan kerjasamanya pada penelitian skripsi ini;
5. Ayah, Ibu, adik, dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat untuk menyelesaikan skripsi,;
6. Anggia Rahma Ayomi dan Nadhira Agnissa Azzahrah selaku teman seperjuangan dalam penelitian pembuatan animasi *stop-motion* pada media



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

promosi produk perawatan wajah atas Kerjasama, bantuan, masukan, dan motivasi dalam penelitian;

7. Aisyah dan Farah selaku teman yang banyak membantu, memotivasi, dan memberi masukan selama penulisan skripsi dan perkuliahan.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang seraya membantu dan mendukung penulis secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian *project* maupun laporan pada skripsi ini.

Semoga Allah Ta’ala membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharap kritik dan saran agar dapat terus memperbaiki karya tulis ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Depok, 25 November 2022

Nanda Millenia Abdullah



POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Politeknik Negeri Jakarta, saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanda Millenia Abdullah  
NIM : 1807431020  
Jurusan/ProgramStudi : T.Informatika dan Komputer / T.  
Multimedia Digital

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pembuatan Gerak Animasi *Stop-motion* dan *Compositing* pada Media Promosi Produk Perawatan Wajah”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta Berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Depok, 24 November 2022

Yang membuat pernyataan



(Nanda Millenia Abdullah)

NIM 1807431020

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## Pembuatan Gerak Animasi *Stop-motion* dan *Compositing* pada Media Promosi Produk Perawatan Wajah

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan membuat sebuah media promosi pada produk perawatan wajah merek Herbiglow. Herbiglow merupakan salah satu merek UMKM dalam industri kecantikan yang memanfaatkan media sosial sebagai media promosi nya, namun menurut data statistika sektor personal care bagian dari industri kecantikan memiliki peningkatan penjualan yang diproyeksikan akan mencapai 23% pada tahun 2023. Dengan adanya lonjakan industri kecantikan dapat berpengaruh terhadap munculnya merek-merek baru, sehingga membuat persaingan merek perawatan wajah lokal lebih kompetitif dari sebelumnya terlebih di dunia digital. Untuk dapat menembus kerumunan iklan kompetitif harus dapat menarik perhatian dengan membuat media promosi yang kreatif dan inovatif, maka didapatkan solusi yaitu membuat media promosi berbasis animasi *stop-motion* dengan konsep *storytelling* dan di *compositing* dengan animasi 2D. Dalam pembuatan animasi *stop-motion* menerapkan 12 prinsip animasi dengan menggunakan metode *animation pipeline*, dan setelah itu hasil video animasi *stop-motion* diujikan kepada target audience. Menurut pengujian dengan menggunakan skala likert mendapatkan indeks sebesar 84,21%, maka dapat disimpulkan audience merasa sangat setuju bahwa video animasi *stop-motion* media promosi produk perawatan wajah merek herbiglow ini layak menjadi sebuah iklan yang inovatif.

**Kata kunci:** Animasi *Stop-motion*, Animasi 2D, Aplikasi *Dragonframe*, *Compositing*, Media Promosi, Produk Perawatan Wajah.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vii
<b>SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	vii
<i>Abstrak</i> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat .....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Media Promosi .....	6
2.2 Produk Perawatan Wajah .....	7
2.3 Animasi .....	8
2.3.1 Prinsip Animasi .....	9
2.3.2 <i>Stop-motion</i> .....	14
2.4 Metode <i>Pipeline</i> .....	15
2.4.1 Pipeline Animasi .....	15
2.5 Aplikasi Dragonframe .....	16
2.6 Adobe After Effect .....	16
2.7 Adobe Premiere Pro .....	16
2.8 Skala Likert .....	17
2.9 Penelitian Sejenis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	14
3.1 Rancangan Penelitian .....	14
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data .....	14



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.1.2	Analisis Data .....	15
3.2	Tahapan Penelitian .....	16
3.3	Objek Penelitian .....	18
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>18</b>
4.1	Pra Produksi .....	18
4.1.1	Analisis Kebutuhan .....	18
4.1.2	Perancangan Animasi <i>Stop-motion</i> .....	19
4.2	Produksi.....	39
4.2.1	Implementasi Animasi <i>Stop-motion</i> .....	39
4.3	Pasca Produksi.....	57
4.3.1	Editing dan Compositing .....	57
4.3.2	Pengujian.....	65
4.3.3	Distribusi.....	86
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>87</b>
5.1	Simpulan.....	87
5.2	Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>91</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Nilai skala likert.....	17
Tabel 4. 1 Ide.....	18
Tabel 4. 2 Spesifikasi developing .....	19
Tabel 4. 3 <i>Storyline</i> dan Script animasi <i>stop-motion</i> .....	22
Tabel 4. 4 <i>Storyboard</i> video animasi <i>stop-motion</i> .....	25
Tabel 4. 5 Material Collecting .....	34
Tabel 4. 6 Tabel Alpha Testing Animasi .....	67
Tabel 4. 7 Tabel <i>Alpha Testing Compositing</i> .....	71
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Beta oleh Ahli.....	74
Tabel 4. 9 Interval penilaian.....	76
Tabel 4. 10 Hasil Beta Test terhadap Target Audience .....	77

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Prinsip Animasi Solid Drawing .....	9
Gambar 2. 2 Prinsip Animasi Timing & Spacing .....	10
Gambar 2. 3 Prinsip Animasi Squash & Stretch .....	10
Gambar 2. 4 Prinsip Animasi Anticipation .....	11
Gambar 2. 5 Prinsip Animasi Slow In & Slow Out .....	11
Gambar 2. 6 Prinsip Animasi Arcs .....	11
Gambar 2. 7 Prinsip Animasi Secondary Action .....	12
Gambar 2. 8 Prinsip Animasi Follow Through & Overlapping Action .....	12
Gambar 2. 9 Prinsip Animasi Straight Ahead & Pose to Pose .....	13
Gambar 2. 10 Prinsip Animasi Staging .....	13
Gambar 2. 11 Prinsip Animasi Appeal .....	14
Gambar 2. 12 Prinsip Animasi Exaggeration .....	14
Gambar 2. 13 Diagram proses produksi secara umum .....	15
Gambar 3. 1 Alur tahapan metode pipeline animasi yang telah disesuaikan dengan proyek .....	18
Gambar 4. 1 Identifikasi Adegan pada <i>Rough video</i> .....	32
Gambar 4. 2 Riset Referensi Gerakan dan Gestur Action pada <i>Rough video</i> .....	32
Gambar 4. 3 Rigging Full Body Tampak Depan .....	40
Gambar 4. 4 Rigging Body Tampak Belakang .....	40
Gambar 4. 5 Detail Rigging pada Persendian Tangan .....	41
Gambar 4. 6 Rigging pada Leher .....	41
Gambar 4. 7 Rigging pada Mata .....	41
Gambar 4. 8 Build Set Gunung Scene 1 .....	42
Gambar 4. 9 Build Set Gunung Scene .....	42
Gambar 4. 10 Build Set Lab Terbengkalai scene 3 .....	42
Gambar 4. 11 Build Set Lorong Lab Scene 5 .....	43
Gambar 4. 12 Build Set Gunung Scene 6 .....	43
Gambar 4. 13 Build Set Interior Lab Scene 8 .....	43
Gambar 4. 14 Build Set Interior Lab Scene 8.1 .....	44
Gambar 4. 15 Build Set Interior Lab Scene 8.2 .....	44
Gambar 4. 16 Build Set Meja utama Lab Scene 9 .....	44
Gambar 4. 17 Karakter dan Rig .....	45
Gambar 4. 18 Key Light pada set .....	45
Gambar 4. 19 Fill Light pada set .....	46
Gambar 4. 20 Back Light pada set .....	46
Gambar 4. 21 Tripod .....	47
Gambar 4. 22 Slider Kamera .....	47
Gambar 4. 23 Penggunaan Slider Kamera .....	48
Gambar 4. 24 Kamera canon EOS 750D .....	48
Gambar 4. 25 Setting Kamera ke Laptop .....	48
Gambar 4. 26 Kit Lensa Canon 18-55mm .....	49
Gambar 4. 27 Lensa fix Canon 50mm .....	49
Gambar 4. 28 Ball Head Kamera .....	49
Gambar 4. 29 Green Screen Scene 1 .....	50
Gambar 4. 30 Green Screen Scene 1.1 .....	50

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4. 31 Green Screen Scene 2.....	51
Gambar 4. 32 Green Screen dan Stand Green Screen.....	51
Gambar 4. 33 Guide Layers .....	51
Gambar 4. 34 Frame per second .....	52
Gambar 4. 35 Line tool .....	52
Gambar 4. 36 Membuat kurva lurus .....	52
Gambar 4. 37 Mengedit kurva lurus di Increment Editor .....	53
Gambar 4. 38 Live action set pada proyek.....	53
Gambar 4. 39 Membuat gerak animasi <i>stop-motion</i> pada scene 1.....	54
Gambar 4. 40 Membuat gerak animasi <i>stop-motion</i> pada scene 1.....	54
Gambar 4. 41 Membuat gerak animasi <i>stop-motion</i> pada scene 2.....	55
Gambar 4. 42 Membuat gerak animasi <i>stop-motion</i> pada scene 5.....	55
Gambar 4. 43 Membuat gerak animasi <i>stop-motion</i> pada scene 6.....	55
Gambar 4. 44 Membuat gerak animasi <i>stop-motion</i> pada scene 9.....	55
Gambar 4. 45 Membuat gerak animasi <i>stop-motion</i> pada scene 9.....	56
Gambar 4. 46 Keypad Dragonframe .....	56
Gambar 4. 47 Proses rendering animasi <i>stop-motion</i> .....	57
Gambar 4. 48 Proses rotoscoping pada scene 1 video animasi <i>stop-motion</i> .....	58
Gambar 4. 49 Proses pembuatan bayangan .....	58
Gambar 4. 50 Proses pembuatan green screen digital .....	59
Gambar 4. 51 Proses mereplace green screen digital.....	59
Gambar 4. 52 Proses pembuatan visual effect debu .....	60
Gambar 4. 53 Proses menyatukan visual effect debu dengan video animasi.....	61
Gambar 4. 54 Proses compositing pada final video animasi .....	61
Gambar 4. 55 Proses color correction .....	62
Gambar 4. 56 Proses color grading pada section creative .....	62
Gambar 4. 57 Proses color grading pada section curve .....	63
Gambar 4. 58 Proses menambahkan VO, SFX, dan BGM .....	63
Gambar 4. 59 Proses final export.....	64

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	91
Lampiran 2 Data Pendukung Materi.....	92
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	94
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara.....	99
Lampiran 5 Kuesioner Beta Testing oleh Ahli.....	100
Lampiran 6 Dokumentasi Beta Testing Ahli.....	105
Lampiran 7 CV ahli beta testing.....	106
Lampiran 8 Dokumentasi beta testing oleh <i>target audience</i> .....	107



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut ASEAN Invesment Report yang dirilis pada September 2022, Indonesia memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbanyak di kawasan ASEAN. Laporan tersebut mencatat jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2021 mencapai sekitar 65,46 juta unit. Jumlah ini jauh lebih tinggi dibandingkan negara-negara tetangga seperti terlihat di grafik pada halaman lampiran 2 (Ahdiat, 2022). Lalu dalam laporan data Indonesia E-commerce Association (idEA) terdapat 9,9 juta UMKM masuk ke ekosistem digital dalam kurun waktu Mei 2020 hingga Februari 2022 (Kementrian Komunikasi dan Informasi, 2022). Hal tersebut menjadikan perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline ke online (Kementrian Investasi, 2021).

Dari banyaknya sektor UMKM, menurut data Statista, *personal care* merupakan salah satu sektor yang memiliki peningkatan penjualan dengan diproyeksikan akan mencapai 23% pada tahun 2023 (Wibowo, 2021). Salah satu bagian dari personal care adalah industri kecantikan. Dengan adanya lonjakan industri kecantikan dapat berpengaruh terhadap munculnya merek-merek baru. Hal ini membuat persaingan merek perawatan wajah lokal lebih kompetitif dari sebelumnya terlebih di dunia digital. Pernyataan tersebut diperkuat oleh (Kussudyarsana, 2020) bahwa keefektifan media sosial online lebih mendominasi dalam pemilihan merek produk *skincare*. Salah satu merek perawatan wajah lokal yang memanfaatkan media sosial dan marketplace adalah Herbiglow. Herbiglow merupakan merek yang didirikan oleh Ghina Mutiara Hanum pada tahun 2020 dan sampai saat ini terus berkembang.

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber merek Herbiglow menyatakan bahwa masalah yang dihadapi adalah *brand awareness*. Hal tersebut berbanding lurus dengan hasil survei terhadap 101 pria dan wanita dengan rentang usia 21–40 tahun yang menggunakan produk perawatan wajah di wilayah Jabodetabek, bahwa hanya 2% responden yang mengetahui merek Herbiglow dari pilihan merek UMKM



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

lainnya dimana 27,5% mengetahui merek Scarlett; 26,9% mengetahui MS Glow; 24,6% mengetahui Whitelab; dan 19% mengetahui Erha.

*Brand awareness* merupakan kesadaran akan merek yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga merek pesaing mengharuskan Herbiglow berupaya untuk memenangkan persaingan bisnis tersebut dengan melakukan berbagai aktivitas untuk peningkatan kesadaran merek di tengah masyarakat. Terlebih mencapai kesadaran akan merek merupakan tantangan utama bagi merek baru dan mempertahankan tingkat kesadaran akan merek yang tinggi adalah tugas yang harus dihadapi oleh semua jenis merek. Tentunya merek yang melekat pada pikiran konsumen juga dipengaruhi faktor-faktor pendukung dengan strategi yang tepat dalam mempertahankan produknya agar tetap dikonsumsi oleh konsumen secara berkelanjutan (Sugiono, 2019). Contohnya adalah promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan/merek. Promosi merupakan salah satu penentu faktor keberhasilan suatu program pemasaran. Media promosi yang sering digunakan untuk menyampaikan informasi tentang produk adalah media periklanan. Periklanan merupakan salah satu media yang digunakan perusahaan/merek, yang dapat diklasifikasikan menurut tujuannya yaitu, untuk memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan (Tjiptono, 1997). Video promosi adalah salah satu media promosi yang umum digunakan pada masa transformasi digital ini.

Namun dalam hasil survei yang dilakukan peneliti bahwa 28,4% responden menyatakan sering dan 63,7% responden menyatakan sangat sering mendapati jenis video promosi produk *skincare* seperti yang dipakai Herbiglow. Sedangkan menurut Shimp dalam Setiawati, iklan yang sama dengan sebagian besar iklan lainnya tidak akan mampu menembus kerumunan iklan kompetitif dan tidak akan dapat menarik perhatian (Setiawati, 2017).

Menurut (Dendy Caesar Firmansyah, 2022), video promosi dibagi berdasarkan jenis video, salah satunya ialah jenis video animasi *stop-motion* yang sangat jarang digunakan oleh pelaku usaha terlebih UMKM sebagai media promosi untuk mengiklankan produk atau jasanya. Berdasarkan penjelasan diatas, akan dilakukan penelitian pembuatan media promosi berbasis *stop-motion* dengan teknik

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , pennisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

*storytelling*. Dengan begitu diharapkan kombinasi *stop-motion* dan *storytelling* menjadi efektif untuk menarik perhatian *audience/target* market merek karena *storytelling* merupakan usaha menyampaikan buah pikiran atau sebuah cerita sehingga menjadi sangat kaya dan penuh pesan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan *storyteller* (Malan, 1991). Di samping itu, seiring adanya diversifikasi media, bahasa visual animasi *stop-motion* yang dikombinasikan dengan teknologi digital akan menjadi lebih hidup dan berlimpah serta memperkaya efek visual dari *stop-motion* (Minnan, 2020), Maka dengan adanya media promosi berbasis stop motion yang dikemas dengan teknik *storytelling* dan *compositing* menjadi cara yang inovatif, sederhana, unik, dan akan lebih mudah diingat informasinya dalam upaya membangun *brand awareness* sebagai investasi merek kedepannya.

### 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana pembuatan gerak animasi *stop-motion* dan *compositing* pada media promosi produk perawatan wajah.

### 1.3 Batasan Masalah

Dari perumusan masalah yang telah dikemukakan, batasan masalah dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Pembuatan gerak animasi *stop-motion* pada media promosi produk perawatan wajah Herbiglow.
- b. Pembuatan media promosi yang menarik dan inovatif untuk mempromosikan produk perawatan wajah Herbiglow.
- c. Pembuatan gerak animasi *stop-motion* menggunakan *software* Dragonframe.
- d. *Compositing* dilakukan dengan menggunakan *software* Adobe After Effect dan Adobe Premiere.
- e. Target pengguna media promosi ini adalah *audience* produk perawatan wajah Herbiglow dengan rentang umur 21-40 tahun.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

#### 1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat animasi *stop-motion* untuk media promosi produk perawatan wajah Herbiglow yang inovatif dan menarik bagi target audience nya.

##### b. Manfaat

1. Sebagai media kampanye dan promosi produk perawatan wajah Herbiglow.
2. Menyuguhkan media promosi yang menarik dan inovatif.
3. Memberikan *entertainment* terhadap target *audience* produk perawatan wajah Herbiglow.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penulisan, maka diusulkan sistematika penulisan yang mengemukakan bab-bab beserta isinya secara rinci dan keterkaitan dengan bab sebelum dan setelahnya. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

##### 1. BAGIAN AWAL

Bagian awal memuat halaman sampul, halaman judul, halaman pernyataan bebas plagiarisme, halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, abstrak, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lain.

##### 2. BAGIAN ISI

###### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan secara umum mengenai topik yang akan diangkat. Penjelasan tersebut meliputi latar belakang pengangkatan identifikasi masalah Herbiglow yang membutuhkan media promosi inovatif dan menarik untuk produk perawatan wajahnya, tujuan mengenai penggunaan media promosi, serta sistematika penulisan dalam melakukan laporan skripsi.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memaparkan tentang definisi-definisi, teori-teori, dan konsep-konsep yang diperlukan dalam pengerjaan laporan skripsi. Diantaranya mengenai promosi, animasi dan prinsip animasinya, serta definisi dari perangkat lunak yang digunakan.

## BAB III PERANCANGAN DAN REALISASI

Pada bab ini menguraikan secara detail mengenai rancangan penelitian berupa penjelasan desain penelitian yang dipakai serta tujuan dan hasil akhir yang ingin dicapai, tahapan dari metode *pipeline animation*, objek yang akan dituju, teknik animasi *stop-motion* yang diterapkan, dan pengumpulan data serta analisisnya.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian hasil penelitian dan pembahasan secara mendetail terkait data yang telah dianalisis dengan menggunakan jenis metode penelitian tertentu yang telah dituliskan sebelumnya.

## BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi rangkuman jawaban untuk pertanyaan penelitian yang ada pada rumusan masalah. Rangkuman jawaban ini didasari pada hasil penelitian uraian hasil penelitian dan pembahasan data yang telah dianalisis sebelumnya.

### 3. BAGIAN AKHIR

Bagian akhir dari laporan skripsi ini berisi tentang daftar pustaka dan lampiran pendukung yang dibutuhkan



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengerjaan skripsi yang berjudul “Pembuatan Gerak Animasi *Stop-motion* dan Compositing pada Media Promosi Produk Perawatan Wajah”, didapati kesimpulan bahwa:

- a. Dihasilkan video animasi *stop-motion* sebagai media promosi untuk produk perawatan wajah yang inovatif serta menghibur para target audience dari produk brand Herbiglow, video animasi *stop-motion* dibuat dengan bantuan aplikasi Dragonframe. Video tersebut memiliki format file .mp4 dengan ukuran sebesar 21 MB.
- b. Pembuatan gerak animasi *stop-motion* dibantu oleh aplikasi Dragonframe dengan adanya fitur-fitur yang sangat berguna bagi animator *stop-motion* dapat mempermudah dalam menciptakan gerak animasi pada sebuah karakter ataupun objek.
- c. Pembuatan gerak animasi *stop-motion* dan compositing pada media promosi perawatan wajah berhasil di buat menggunakan metode Animation Pipeline.
- d. Berdasarkan alpha testing pada hasil final video animasi *stop-motion* yang dilakukan berdasarkan 12 prinsip animasi serta compositing. Dapat disimpulkan bahwa final video animasi *stop-motion* telah menerapkan 12 prinsip dari 12 prinsip animasi yang ada maka telah memenuhi keseluruhan prinsip - prinsip animasi. Hasil pengujian alpha testing untuk compositing telah sesuai dengan konsep pada *storyboard*.
- e. Berdasarkan hasil beta testing hasil final video animasi *stop-motion* dengan ahli didapatkan indeks sebesar 81,25%, maka berdasarkan interval penilaian disimpulkan bahwa ahli merasa sangat setuju bahwa video animasi *stop-motion* sebagai media promosi produk Herbiglow Whiteglow Series ini dari segi teknis pembuatannya dan penampilannya sudah tepat untuk menjadi sebuah iklan.

- f. Berdasarkan hasil beta testing hasil final video animasi *stop-motion* kepada target audience didapatkan indeks sebesar 87,03%, maka berdasarkan interval penilaian disimpulkan bahwa sebagian besar target audience merasa sangat setuju bahwa video animasi *stop-motion* sebagai media promosi produk Herbiglow Whiteglow Series ini layak menjadi sebuah iklan yang inovatif.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengerjaan skripsi yang berjudul “Pembuatan Gerak Animasi *Stop-motion* dan Compositing pada Media Promosi Produk Perawatan Wajah”, didapati saran terhadap peneliti maupun pengembang berikutny yaitu:

- a. Berdasarkan pengujian beta testing oleh ahli, terdapat saran yaitu ketika pengambilan gambar atau foto dilakukan dengan 15 fps agar memperhalus animasi, dan dilakukan dengan gerakan kecil atau sedikit demi sedikit merubah objek, serta yang terpenting dilakukan dengan sabar.
- b. Dalam proses shooting animasi *stop-motion* siapkan segala keperluannya agar proses shooting lebih efisien serta perhatikan aturan kerja shooting animasi *stop-motion* dengan baik dan benar.
- c. Sebelum proses pengeditan sebaiknya mencari referensi tools yang akan digunakan sehingga dapat memilih tools yang tepat agar proses pengeditan atau compositing lebih efisien

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , pennisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR PUSTAKA

- Caesar Firmansyah, D., & Pramono, A. (n.d.). Making Stop Motion Animation Advertising CV Tan Chocolate for Social Media Branding Perancangan Animasi *Stop-motion* Iklan CV Tan Chocolate untuk Branding Sosial Media. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 2(2). <https://doi.org/10.17977/um064v2i12022p191-204>
- Enterprise, J. (2018). *Otodidak Adobe Illustrator*. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=eJJuDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=y7YR5N4\\_PH&sig=843r7EBvoYAuxi6yKpV-o1evO6s&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=eJJuDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=y7YR5N4_PH&sig=843r7EBvoYAuxi6yKpV-o1evO6s&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Maharani, D., & Hotami, M. (2017). RENDERING VIDEO ADVERTISING DENGAN ADOBE AFTER EFFECTS DAN PHOTOSHOP. In *Jurnal Manajemen Informatika dan Teknik Komputer* (Vol. 2, Issue 2).
- Minnan, C., Yizhe, T., & Shenglu, X. (2020). Analysis of visual language for *stop-motion* animations. *E3S Web of Conferences*, 179. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202017902104>
- Noor, R., Wulandari, H., Puspitorini, A., Kustianti, N., & Lutfiati, D. (2022). *ANALISIS STRATEGI PROMOSI JASA MAKE UP PENGANTIN DI PARAS ASRI WEDDING ORGANIZER MELALUI MEDIA SOSIAL* (Vol. 11).
- Rejeki Lestari, & Kussudyarsana. (2020). *PENGARUH MEDIA SOSIAL ONLINE DAN MEDIA PROMOSI OFFLINE TERHADAP PEMILIHAN MEREK PRODUK SKINCARE DAN KLINIK KECANTIKAN*.
- Russo Marc. (2021). *Teaching the Animation Pipeline Through the Lens of Independent Animation*.
- Sae-Ung, T., Kangvaravoot, C., & Samutrak, P. (2022). Stop Motion Animation Short Film: the Spread of COVID-19 virus Prevention! In *International Journal of Science* (Vol. 19, Issue 1).
- Setiawati Y. (2017). *PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK MINUMAN "TEH YEN YEN."*
- Soenyoto, P. (2017). *Animasi 2D*. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ai9IDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=GPixsyMTIf&sig=ukxxaKwSBqDH->

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dp1imwgLyv5Kho&redir\_esc=y#v=onepage&q&f=false

Sugiono, S., Suwitho, S., & Suhermin, S. (2019). PENENTU BRAND AWARENESS PADA APLIKASI OJEK ONLINE (GOJEK). *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 8(3), 280–294. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i3.442>

Supriyadi. (2019). Perancangan Animasi *Stop-motion* Pangeran Diponegoro Berbasis Sinematografi. *Jurnal Komunikasi*, 10.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

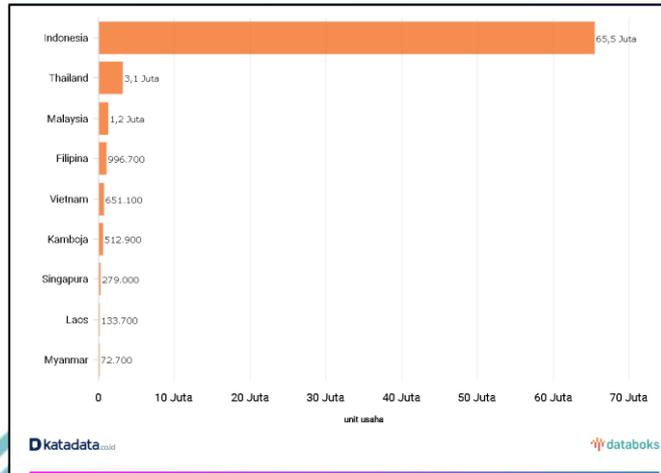


Nanda Millenia Abdullah

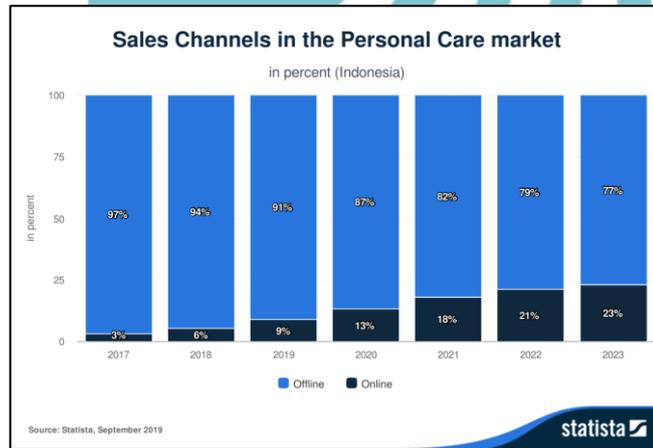
Lahir di Purwakarta, 5 Maret 2000. Penulis menuntaskan Pendidikan dari SDIT Nurul Fikri pada tahun 2012, MTS IGBS Darul Marhamah pada tahun 2015, SMAIT Future Gate pada tahun 2018. Dan menjadi mahasiswa program D4 Sarjana Terapan jurusan Teknik Informatika dan Komputer, program studi Teknik Multimedia Digital di Politeknik Negeri Jakarta pada tahun 2018.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

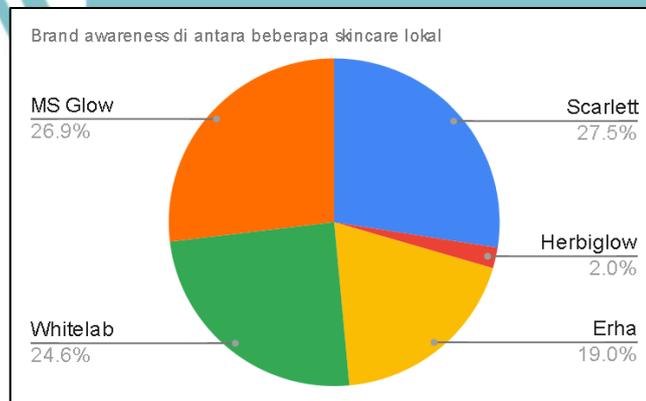
Lampiran 2 Data Pendukung Materi



Laporan ASEAN Investment Report yang dirilis September 2022, Indonesia memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbanyak di kawasan ASEAN



Persentase saluran penjualan di pasar perawatan pribadi



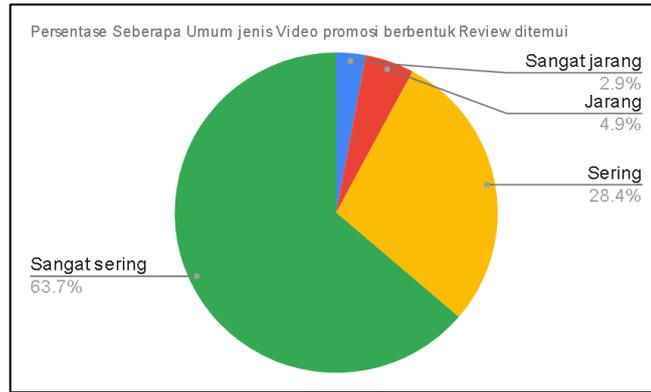
Hasil Survey peneliti melalui kuesioner mengenai brand awareness beberapa skincare lokal

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## Lampiran 2 Data pendukung materi (lanjutan)



Hasil Survey peneliti melalui kuesioner mengenai seberapa umum media promosi yang selama ini digunakan Herbiglow



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Wawancara Dengan Tim Herbiglow (Susilo Suryo Hadi)

Keterangan

P: Pewawancara

N: Narasumber

P: Oke mas, kira-kira boleh diceritain ga ya tantangan apa saja yang dihadapi mas dan tim dalam promosi, penjualan, dan lain-lainnya mas?

N: Kalau untuk tantangan sebetulnya bukan dari sana, memang tetap dalam eksternal cuma tidak datang dari kondisi saat ini cuma memang tantangan biasanya lebih ke kompetitor gitu. karena kan sekarang makin banyak kompetitor yang sama juga, mungkin lebih panas gitu ya, jadi kita lebih kesana gitu tantangannya. tapi untuk kondisi COVID, yang yaa bisa dibilang global gitu, tidak terlalu berpengaruh kepada progres performa promosi kita gitu.

P: oh begitu malah cukup baik ya karena penggunaan teknologi juga jadi mudah ya.

N: iya, karena kita juga *online-based system* ya jadi ga perlu ada orang untuk transaksi secara langsung

P: berarti kalau di kantor sendiri hanya pekerja yang gimana tuh mas kalau di kantor yang ketemu?

N: Maksudnya gimana

P: di kantor sebenarnya apa online based semua atau ketemu juga?

N: iya kita kalau di kantor tetep WFO, tapi mematuhi protokol

P: Berarti kalau begitu tantangannya adalah tadi pesaing-pesaing, brand *skincare* lainnya ya

N: Iya jadi lebih ke kompetitor

P: terus ini tuh produk PO atau stok bentuk sistemnya?

N: Sistemnya itu stok

P: Berarti kira-kira kalau untuk stock sampai saat ini alhamdulillah lancar, keputer terus apa kadang ada yang harus sampai *expired* jadi terbuang atau gimana

N: engga sih, alhamdulillah sampai saat ini *fast moving* ya untuk produknya

P: oke, oke. teman teman ada yang mau tanya lagi kah?

P: kalau boleh tau, tentang yang promosi setelah rilisnya ya mas. jadi kan katanya akan melakukan *endorsement* dan campaign ya mas. nah itu biasanya kalau untuk satu produk itu promosi post rilisnya itu dilakukan selama berapa lama sih mas sejak saat produk itu dirilis? apakah ada periode tertentu atau gimana?

N: untuk endorsementnya ya?

P: iya ataupun campaign atau promosi lainnya yang dilakukan setelah rilis produk

N: Biasanya untuk running *campaign* itu periode 1- 2 bulan.

P: Oh baik mas. Kalau menurut mas sendiri promosi post rilis itu dilakukan untuk *maintain* penjualan atau bagaimana ya mas? atau untuk supaya konsumennya mengenal produk lebih jauh atau bagaimana?

N: untuk tujuan endorsementnya lebih ke arah *brand awareness* sih. Jadi agar *brand*-nya lebih diketahui banyak orang, produknya lebih diketahui banyak orang, yang nantinya memang kita dapat exposure dari influencer yang sudah kerja sama kita. tapi juga tidak menutup kemungkinan tujuannya itu ke konversi atau utk ke penjualan. cuma memang saat ini lebih ke brand awareness aja.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



### Lampiran 3 Transkrip Wawancara (Lanjutan)

P: oke, terus mau nanya mas kira-kira untuk konten buat campaign *whiteglow series* ini ada ga sih kayak konten yang pengen dicoba gitu tapi belum terlaksana gitu?

N: yah sebenarnya banyak sih, tapi yang kita mau coba dekat ini konten-konten yang sifatnya kayak *storytelling*, terus jg konten yang sifatnya lebih ke, bisa dibilang promosional atau bisa ditekankan yang komersil gitu ya. *motion* atau apa.. cuma memang yang ingin kita lakukan adalah lebih ke promosional *storytelling*.

P; oke sebenarnya memang juga aku observasi dari IG ataupun TT Herbiglow sendiri sih memang kebanyakan konten-konten langsung produk knowledge ya langsung testimoni, langsung menjelaskan gitu, memang belum ada gitu jadi Herbiglow sendiri ingin ya membuat juga istilahnya TVC gitu ya

N: iya betul

P: baik, terus Agnis ada pertanyaan kah atau Anggia?

P: ini mas Suryo mau tanya, tadi yang tentang kesulitannya mungkin ke yang kompetitor tadi ya mas. kira-kira ada dampak apa sih mas yang paling berpengaruh kalo dari kompetitor ini?

N: kalo untuk dampak lebih ke *awareness* aja sih. Jadi kan biasa kompetitor itu banyak sekali promosinya ya, maksudnya skala promosinya juga lebih besar, lebih luas juga jadi sebenarnya lebih ke *awareness* dari brand juga produknya aja sih, gitu. tapi untuk ke penjualan kita ga terlalu.. ga terlalu berpengaruh gitu. lebih ke *awareness* dari brand dan juga produknya aja, jadi kayak, ibaratnya ketutup sama mereka gitu. karena memang mereka secara promosi mungkin lebih luas juga mungkin lebih besar.

P: oke mas. mungkin silahkan mau lanjut ditanya lagi

P: okei. mungkin kalau ditarik kesimpulan sebenarnya untuk masalah global seperti pandemi itu tidak berpengaruh, cuman dari kompetitor yang mungkin lebih gencar. jadi sekarang juga Herbiglow juga sedang gencar melakukan konten atau promosi ba gitu ya mas.

N: iya betul

P: okeoke.

P: maaf berarti tadi kalau dilihat dari jawaban mas Suryo, berarti bisa dibilang salah satu kendala untuk meningkatkan *brand awareness*-nya itu di iklan itu ya mas, ya pdi media promosinya ya

N: iya

P: oiya mas kalau boleh tau untuk tim kreatif sendiri di Herbiglow ini ada atau bagaimana? maksudnya kira-kira apakah baru desain grafis saja atau sudah ada mulai mau ke ranah yang tadi, seperti mograph, atau ke ranah-ranah yang lebih pro lagi kah atau gimana kalo kondisi sekarang?

N: kalo untuk *personating* sudah ada gitu ya untuk kreatif kontennya sendiri mulai dari konten talent dan juga editor, cuman untuk *motion designer*, *3D motion designer*, itu belum ke arah sana gitu

P: oh jadi tadi maaf ada siapa saja mas?

N: ya gimana mbak?

P: iya tadi lininya lini di tim kreatifnya ada siapa saja?

N: iya ada konten talent dan juga editor.

P: itu biasanya editor mengerjakannya apa saja tuh?

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



N: lebih fokus ke *post-production* aja sih. jadi dia yang menyelesaikan konten-konten mentah nih dijadikan konten jadi

P: untuk yang productionnya?

N: Productionnya di konten talent. jadi mereka yang membuat sekaligus yang modelnya gitu ya. nanti sudah selesai terus akan ke editor untuk proses post pro.

P: okei berarti semuanya full internal ya? atau juga menggunakan agensi untuk promosi?

N: Kita memang selama ini internal, cuma kita kan juga ada live streamer ya, streamer ut TT live ada satu pake di luar internal gitu. lebih ke persona aja.

P: oke oke

P: maaf nih mas Suryo kalau misal untuk Brand Awareness, tadi kan seperti yang dikatakan mas Suryo, seakan ketutup sama kompetitor yang lain gitu. nah apakah memungkinkan nanti berpengaruh ke penjualan gitu?

N: akan sih sebetulnya. karena memang kan nanti corong akhirnya kan kesana ya ke conversion ataupun source gitu... tapi memang untuk saat ini lebih ke awareness gitu.

P: oke mas baik.

P: oke berarti kalo boleh tau nih mas satu lagi, berarti kita kan juga mau tau ya buat ngangkat landasan masalahnya itu nanti ke topik. berarti mau make sure benar untuk penurunan penjualan itu hampir tidak ada gitu ya bisa dibilang?

N: iya karena memang sebelumnya kita pernah, cuma untuk akhir akhir ini alhamdulillah kita mengalami kenaikan gitu. cuma ini memang untuk masalahnya, paling lebih ke awareness, dari kompetitor tadi. jadi kita memang perlu going extra miles untuk make a great promotion gitu, bisa dapetin market yang lebih luas, terus juga dapetin sales yang lebih tinggi juga gitu. jadi untuk masalah intinya lebih kesana gitu.

P: okei. sebenarnya kami juga sudah dapat kan materi yang akan dibuat kontennya. kira-kira apakah mau di.. sudah ada *storyboard*nya, apakah mau dilihat langsung atau aku kirim saja ke mas Suryo?

N: boleh dikirim mba. *Storyboard*nya itu nanti bentuknya apa? pdf atau web based atau gimana?

P: Bisa web based bisa pdf, terserah enaknya gimana lihatnya?

N: oh yaudah saya ikut aja.

P: temen-temen, ada yang mau nanya lagi?

P: Udah cukup sih untuk sekarang. Udah cukup ya, mungkin nanti misalnya ada kayak.. Hmm bingung juga ya berarti masalahnya brand awareness. Kan kalau penjualan per data ya mas, kalau brand awareness apa ya?

P: Berarti Whiteglow Series kan baru dikeluarin ya, maksudnya belum kayak produk Herbiglow yang lain. Berarti kan product knowledge-nya belum seperti produk yang lain. Berarti sebenarnya bisa keliatan ada perbedaan antara produk yang baru dirilis dan produk yang sebelumnya ngga sih mas?

N: Ada sih, cuma kalo misal dari konten insight di platform, engagement aja gitu, kayak misalkan konten-konten Whiteglow Series ini banyak/ gede ngga sih dibanding konten-konten yang lain. Itu aja sih, cuma kalo untuk brand awareness, kita belum bisa ngitungnya karena itu kan sifatnya tidak measurable, tidak terhitung

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



gitu ya. Cuma dari saya mau nanya dulu deh, berarti temen-teman ini metodenya kualitatif atau kuantitatif?

P: Hmm iya ya, kuantitatif ya, iya harus ada datanya sih.

N: Kuantitatif ya, berarti mungkin emang tadinya mikirnya mau ke penjualan gitu ya, biar bisa measurable

P: Betul betul.

P: Tapi mungkin boleh sih, mas, maksudnya buat nanti bridging ke permasalahan brand awareness dan produk knowledge Whiteglow series karena kan kita angkatnya khusus produk white Glow series. Jadi mungkin nanti boleh minta data insight dari perbedaan antara konten white Glow Series dan produk yang sudah lama di-launching.

N: Oke, nah kan sebenarnya kan, kita ini ada Winning produknya kan ya. yang memang angkat penjualan. nah memang kan untuk Whiteglow Series kan baru beberapa Minggu aja yang memang tidak sepesat sama produk yang lain. Itu juga bisa diangkat gitu kan memang itu pengaruh juga ke sales juga kan. Karena inikan baru launching gitu, jadi memang tidak terlalu signifikan untuk penjualannya.

P: Oke oke. Temen temen masih ada yang mau bertanya?

P: Oh Iya mas surya tadi kan sempet nyebutin yang tentang apa permasalahannya ada di kompetitor, yang namanya jadi ketutupan sama mereka gitu ya mas. itu pas lagi kayak gitu, berarti dampaknya lebih kemana ya mas. jadi banyak yang kurang tau atau jadi ke konversi gitu ya mas.

N: sebenarnya dampaknya itu lebih ke perhatian terhadap brand aja sih ya. Misalkan ada brand A, misalkan promosinya lebih luas dari kita berarti kan konsekuensinya ya brand kita akan teralihkan nih perhatiannya awareness nya ke brand A karena dia memakai promosi lebih besar. lebih ke perhatiannya, brand awarenessnya.

P: Oh Iya mas Surya, terkait yang tadi launching Whiteglow Series itu, ini ada kendala ga sih mas sejauh ini dari promosinya, kayak misalnya ada brand lain atau kompetitor yang kebetulan launching juga jadi perhatiannya teralihkan atau semacamnya gitu?

N: Tantangan launchingnya ya?

P: betul mas

N: Kalau tantangan lebih ke inovasi produk ya, misalkan kita punya produk ini, eh ternyata produk b inovasinya jauh lebih bagus. Nah itu masuk ke tantangan kita tuh, gimana caranya make sure kita punya produk yang inovasinya lebih bagus, mungkin dari sisi packaging, jadi lebih kaya inovasi produk gitu. karena kan emang launching kan biasanya orang orang liat ke mana nih yang lebih bagus, mana nih yang lebih worth it, mana nih yang lebih praktis, itu sih yang inovasi produk.

P: Berarti misal ada media itu, berarti kan tadi tantangannya di inovasi produk. Memungkinkan gak sih mas, promosi gitu yang lebih digencarkan lagi, kayak tadi yang rencananya story telling. mungkin ga sih itu seenggaknya menyiasati hal2 (tantangan launching) tadi itu mas?

N: Iya kemungkinan sih bisa tapi nggak juga dengan bentuk konten aja sih yang diubah atau di lebih inovasikan. Memang dari media promosinya juga dari advertisingnya juga kan dsb, jadi ga cuma meluaskan, membesarkan promosi atau konten aja nih yang inovasikan. Tapi ada faktor-faktor/ variabel lainnya.

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



### Lampiran 3 Transkrip Wawancara (Lanjutan)

P: Oke mas  
P: mungkin sama ini ya mas, kalo data pas launching banget sama yang sudah berjalan, ya mungkin 3 mingguan. itu bisa dilihat nggak sih mas?  
N: Oh, nanti saya coba konfirmasi dulu ya  
P: Oke oke  
N: Data penjualannya seperti apa, atau biasanya kan rekapan tuh sebulan gitu ya. Nanti saya coba cek dulu rekapan penjualan nya seperti apa.  
P: Baik baik  
P: Mungkin mas, kalo agak confidential di angkanya, boleh persentase aja juga nggak papa sih mas.  
P: betul estimasi gitu Yang penting kita punya data angkanya gitu.  
N: Oke oh iya tetap saya liat dulu ya, maksudnya kan nggak bisa langsung tiba2 berapa persen.  
P: iya. Iya.  
N: Nanti saya lihat datanya, baru nanti mungkin saya share ke temen2 kali ya.  
P: Anggi sudah?  
P: Sudah kalo dari aku  
P: Agnis?  
P: Sudah, sudah  
P: Oke, mungkin ini aja mas wawancara dari kita, mungkin kalo boleh nanti kalo ada pertanyaan susulan, boleh kali ya mas bantu jawab dari wa.  
N: Oh boleh, mau wawancara lagi juga boleh, silahkan.  
P: Oh yaudah nanti aku kirim kali ya *storyboard* juga, sama list data yang mau diminta.  
N: Oke boleh  
N: oke terimakasih mas Suryo sudah meluangkan waktunya untuk wawancara. dari kami pamit undur diri, terima kasih banyak.

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara



Dokumentasi Wawancara dengan tim Herbiglow

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



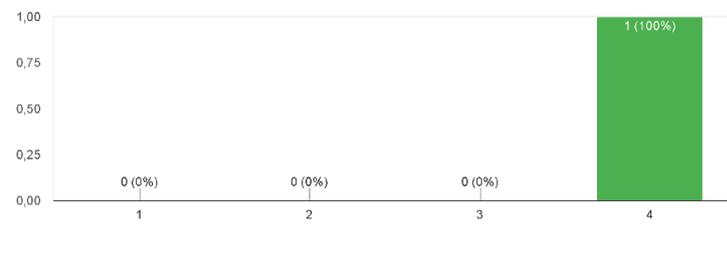
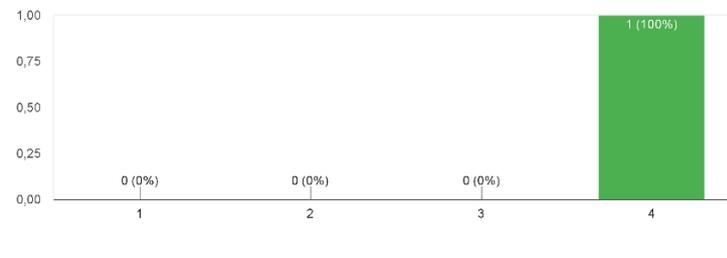
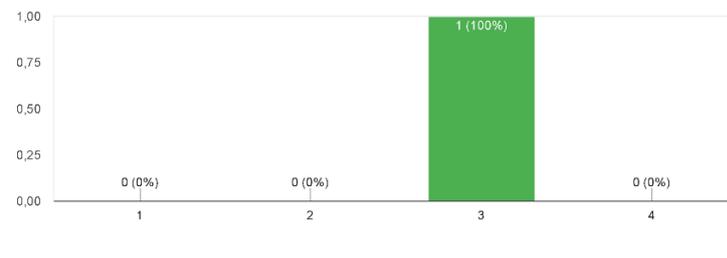
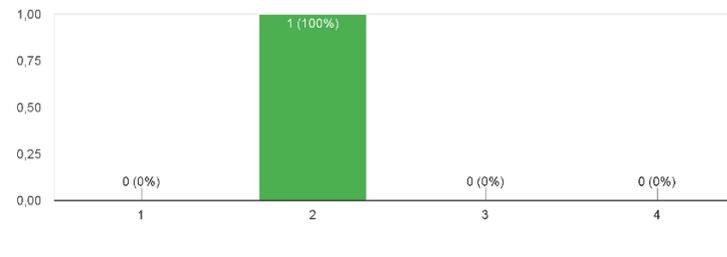
No.	Gambar	Ket. Gambar															
1.	<p>Video animasi stop-motion ini sudah sesuai target audience masyarakat umum berumur 21-40 tahun</p> <p>1 jawaban</p> <table border="1"> <tr> <th>Rating</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> <tr> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>1</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> </table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	1	100%	4	0	0%	Pertanyaan 1 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	1	100%															
4	0	0%															
2.	<p>Video animasi stop-motion ini menarik untuk di tonton</p> <p>1 jawaban</p> <table border="1"> <tr> <th>Rating</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> <tr> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>1</td> <td>100%</td> </tr> </table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	0	0%	4	1	100%	Pertanyaan 2 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	0	0%															
4	1	100%															
3.	<p>Konten storytelling pada video animasi stop-motion ini mudah untuk dipahami</p> <p>1 jawaban</p> <table border="1"> <tr> <th>Rating</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> <tr> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>1</td> <td>100%</td> </tr> </table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	0	0%	4	1	100%	Pertanyaan 3 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	0	0%															
4	1	100%															
4.	<p>Penerapan konsep storytelling pada media promosi Herbiglow Whiteglow Series sudah tepat</p> <p>1 jawaban</p> <table border="1"> <tr> <th>Rating</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> <tr> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>1</td> <td>100%</td> </tr> </table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	0	0%	4	1	100%	Pertanyaan 4 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	0	0%															
4	1	100%															

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 5 Kuesioner Beta Testing oleh Ahli (lanjutan)

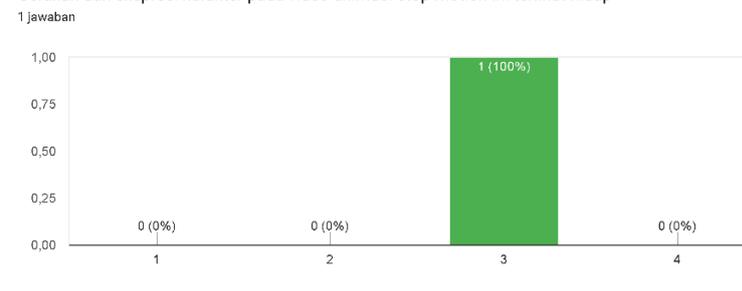
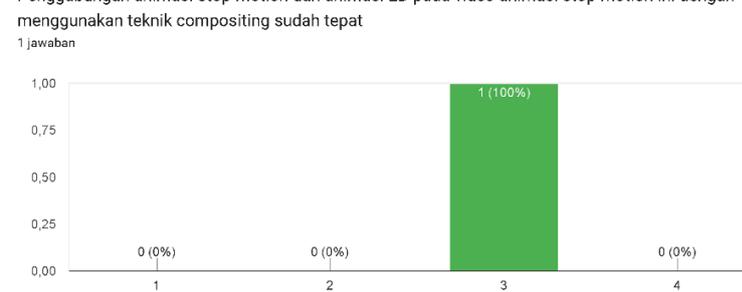
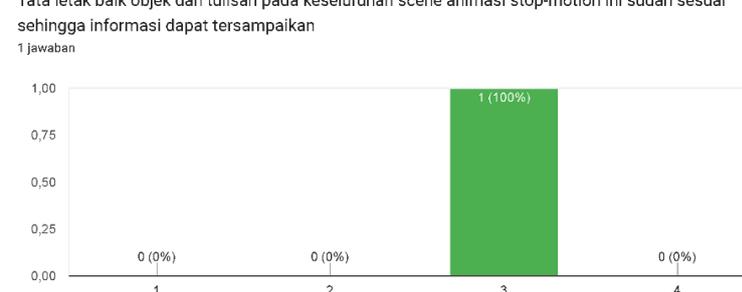
5.	<p>Video Animasi ini menggunakan konsep penggabungan animasi stop-motion dan animasi 2D, cocok sebagai media promosi dan entertainment</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>4</td><td>1</td><td>100%</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	0	0%	4	1	100%	Pertanyaan 5 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	0	0%															
4	1	100%															
6.	<p>Video Animasi Stop-motion ini sudah dapat mempromosikan produk Whiteglow Series Herbiglow</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>4</td><td>1</td><td>100%</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	0	0%	4	1	100%	Pertanyaan 6 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	0	0%															
4	1	100%															
7.	<p>Gerakan animasi stop-motion pada video animasi stop-motion ini sudah menerapkan prinsip-prinsip animasi</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>100%</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0%</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	1	100%	4	0	0%	Pertanyaan 7 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	1	100%															
4	0	0%															
8.	<p>Gerakan animasi stop-motion pada video animasi stop-motion ini terkesan tidak kaku dan natural</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>1</td><td>100%</td></tr><tr><td>3</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0%</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	1	100%	3	0	0%	4	0	0%	Pertanyaan 8 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	1	100%															
3	0	0%															
4	0	0%															

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 5 Kuesioner Beta Testing oleh Ahli (lanjutan)

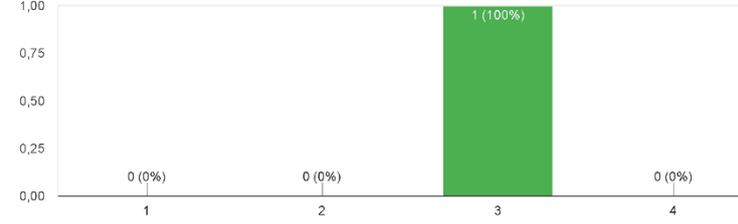
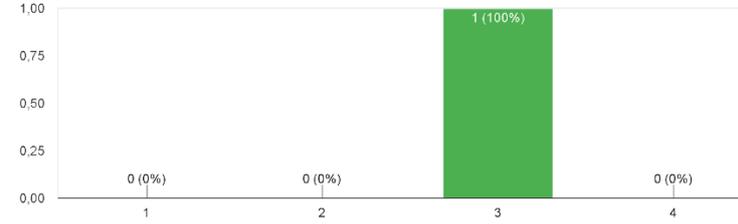
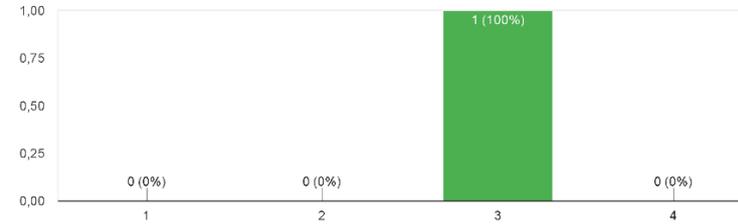
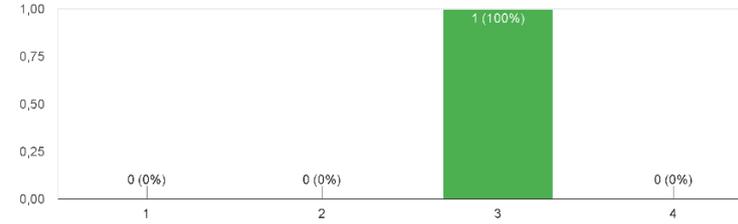
9.	<p>Gerakan dan ekspresi karakter pada video animasi stop-motion ini terlihat hidup</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>100%</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0%</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	1	100%	4	0	0%	Pertanyaan 9 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	1	100%															
4	0	0%															
10.	<p>Penerapan sinematografi (pencahayaan, warna, sudut kamera, pergerakan kamera, dan komposisi) pada video animasi stop-motion ini sudah tepat</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>100%</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0%</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	1	100%	4	0	0%	Pertanyaan 10 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	1	100%															
4	0	0%															
11.	<p>Penggabungan animasi stop-motion dan animasi 2D pada video animasi stop-motion ini dengan menggunakan teknik compositing sudah tepat</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>100%</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0%</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	1	100%	4	0	0%	Pertanyaan 11 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	1	100%															
4	0	0%															
12.	<p>Tata letak baik objek dan tulisan pada keseluruhan scene animasi stop-motion ini sudah sesuai sehingga informasi dapat tersampaikan</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>100%</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0%</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0%	2	0	0%	3	1	100%	4	0	0%	Pertanyaan 12 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0%															
2	0	0%															
3	1	100%															
4	0	0%															

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 5 Kuesioner Beta Testing oleh Ahli (lanjutan)

13.	<p>Visual efek pada video animasi stop-motion ini sudah menarik</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>1 (100%)</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0 (0%)	2	0	0 (0%)	3	1	1 (100%)	4	0	0 (0%)	Pertanyaan 13 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0 (0%)															
2	0	0 (0%)															
3	1	1 (100%)															
4	0	0 (0%)															
14.	<p>Visual efek pada video animasi stop-motion ini sudah tepat</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>1 (100%)</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0 (0%)	2	0	0 (0%)	3	1	1 (100%)	4	0	0 (0%)	Pertanyaan 14 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0 (0%)															
2	0	0 (0%)															
3	1	1 (100%)															
4	0	0 (0%)															
15.	<p>Penggunaan voice over pada keseluruhan scene animasi stop-motion ini sudah sesuai</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>1 (100%)</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0 (0%)	2	0	0 (0%)	3	1	1 (100%)	4	0	0 (0%)	Pertanyaan 15 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0 (0%)															
2	0	0 (0%)															
3	1	1 (100%)															
4	0	0 (0%)															
16.	<p>Penggunaan Backsound (suara latar) dan Sound effect (efek suara) pada keseluruhan scene animasi stop-motion ini sudah sesuai</p> <p>1 jawaban</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>1 (100%)</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0 (0%)</td></tr></tbody></table>	Rating	Count	Percentage	1	0	0 (0%)	2	0	0 (0%)	3	1	1 (100%)	4	0	0 (0%)	Pertanyaan 16 dan Umpan balik
Rating	Count	Percentage															
1	0	0 (0%)															
2	0	0 (0%)															
3	1	1 (100%)															
4	0	0 (0%)															

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Kuesioner Beta Testing oleh Ahli (lanjutan)

17	<p>Kritik dan Saran</p> <p>1 jawaban</p> <p>Masya Allah ini sudah lumayan bagus, terus berlatih dan Insya Allah akan semakin bagus. Masukan/saran ketika pengambilan gambar/foto dilakukan dgn 15 fps bisa memperhalus animasi, dan dilakukan dengan gerakan kecil/sedikit demi sedikit merubah objek. Dan yang terpenting dilakukan dengan sabar.. Barakallahu fiik 🙌</p>	Saran dari ahli
----	--	-----------------



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## Lampiran 6 Dokumentasi Beta Testing Ahli



Tangkapan layar percakapan penulis dengan ahli animator *stop-motion* saat perkenalan dan meminta bantuan untuk mengisi kuesioner ahli beta testing

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Audril Frias**  
Stop Motion Animator  
Freelancer

### About me

Saya Audril Frias. Saya adalah seorang stop motion animator. Saya bekerja freelance. Saya sudah berpengalaman sekitar 3 tahun dan sudah mengerjakan animasi dan video untuk client saya terutama di luar negeri.

### Contact

+62 855 9170 3891  
aeaudril@gmail.com

 AudrilFrias  
 Audril Frias  
 AudrilFrias  
 Audril Frias

---

### LANGUAGE

Indonesian ●●●●●

English ●●●●●

### SKILLS

Stop Motion ██████████

Design (Ps, Ai, 3D) ██████████

Editing (Ps, Pr, Ae) ██████████

Leadership ██████████

Time Management ██████████

---

### EXPERIENCE

**Content Creator in PKBM Ibadurrahman School** (2021- now)

Saya bekerja sebagai spesialis multimedia dan konten kreator di sebuah sekolah swasta Islam sejak bulan Juli. Saya membuat konten video, foto dan grafik setiap hari sekolah. Dan saya bekerja juga mengajarkan ilmu multimedia di sekolah.

**Content Creator in Pertamina Foundation** (2021- 2021)

Saya magang online di Pertamina Foundation Jakarta. Selama magang 4 bulan, saya menangani banyak proyek terkait kebutuhan sosial media pertama, diantaranya konten video singkat/hiburan, promosi, kampanye dan akademi.

**Freelance Stop Motion Animator** (2018- now)

Saya bekerja sebagai stop motion animator lepas. Saya membuat animasi untuk client-client yang menghubungi saya melalui Fiverr. Saya juga membuat konten stop motion serta membuka sebuah komisi di sosial media.

**Chief of Kiva Al-Ruqon Multimedia Departement** (2019- 2020)

Kiva Al-Ruqon merupakan lembaga dakwah atau organisasi Islam di Universitas Brawijaya. Saya berperan sebagai Ketua Departemen Multimedia yang bergerak dan mengendalikan isi konten dan komunikasi visual dakwah Islam

**Founder Freelance Desain,Wa Design Service** (2020- now)

Merupakan sebuah organisasi kecil yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa desain. Yang dikerjakan oleh para mahasiswa tingkat pemula dan menengah, untuk menyediakan kebutuhan para client dan komisi di sosial media.

**TransPerfect DataForce Community Member** (2020- now)

Merupakan sebuah perusahaan atau komunitas yang bekerja menyediakan data-data untuk kebutuhan client terutama di bidang AI (Artificial Intelligence). Saya menjadi daftar member yang memenuhi kebutuhan dari tugas data yang diberikan terutama di bidang foto dan video.

**Client dan Projek Terakhir Saya :**

- Penyanyi Jesse Forte (Projek Music Video 2021)  
Saya mengerjakan Visual Music Video dari penyanyi Jesse Forte yang lagunya berjudul Flawless Forte. Dan di akhir lagu saya menempatkan kredit nama saya.
- Brand Tone (Projek Animasi Gif Brand Tone)  
Saya mengerjakan animasi gif untuk website perusahaan Brand Tone.
- Band Cutthroat (Projek Promo Band)  
Saya mengerjakan animasi untuk promosi album terbaru Band Cutthroat Jay yang lagunya bernama Everything Cutthroat.

### EDUCATION

**FORMAL**

- BRAWIJAYA UNIVERSITY FILM & TELEVISION (2019-2022)
- SMAN 21 SURABAYA (2016-2019)
- SMPN 2 SURABAYA (2013-2016)
- SDN MOROKREMBANGAN 1 (2007-2013)

### AWARDS

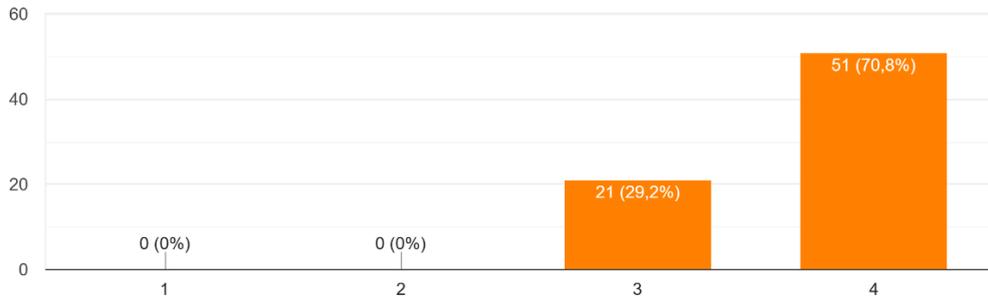
- 1st Place MERCOMFEST Stop Motion Competition (2019)
- 1st Place Esport Vocational Tournament (2019)



Lampiran 8 Dokumentasi beta testing oleh *target audience*

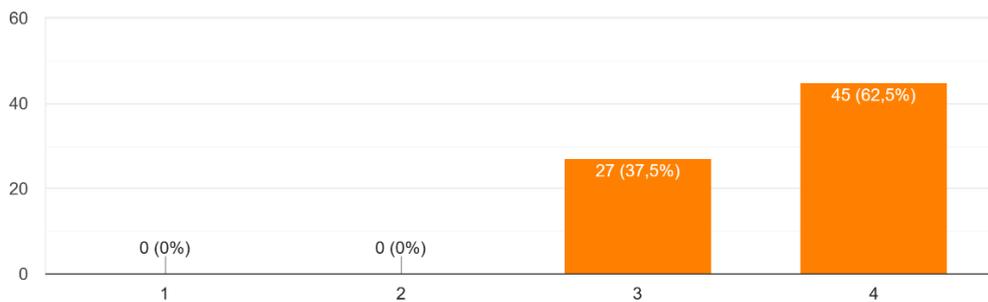
Video animasi ini memiliki tampilan yang menarik.

72 jawaban



Video animasi ini jenis media promosi inovatif dengan pemanfaatan teknik stopmotion untuk promosi produk skincare (perawatan wajah).

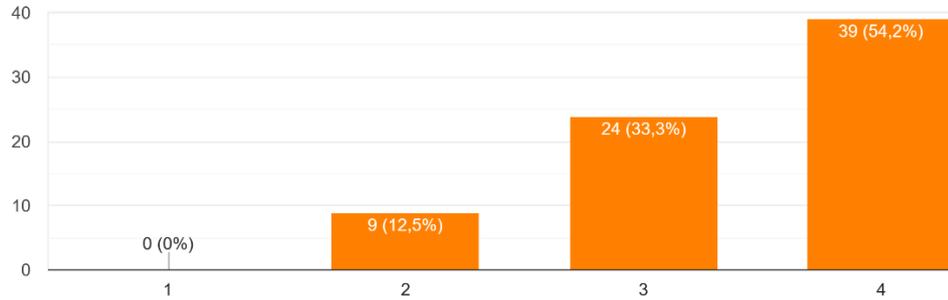
72 jawaban



Lampiran 8 Dokumentasi beta testing oleh *target audience* (lanjutan)

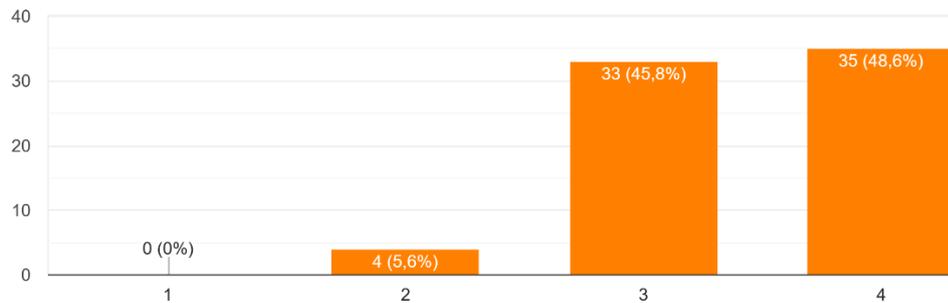
Video animasi ini sudah dapat mengkampanyekan #DiscoverYourTrueGlow.

72 jawaban



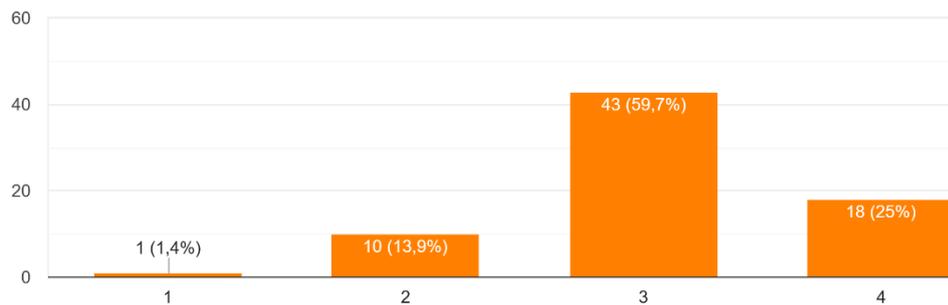
Video animasi ini sudah dapat mempromosikan produk White Glow Series Herbiglow.

72 jawaban



Setelah menonton video animasi ini penonton tertarik dengan produk White Glow Series Herbiglow.

72 jawaban



Hak Cipta :

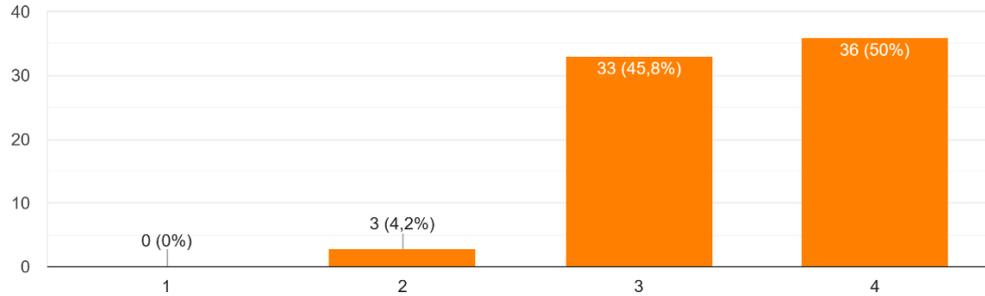
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 8 Dokumentasi beta testing oleh *target audience* (lanjutan)

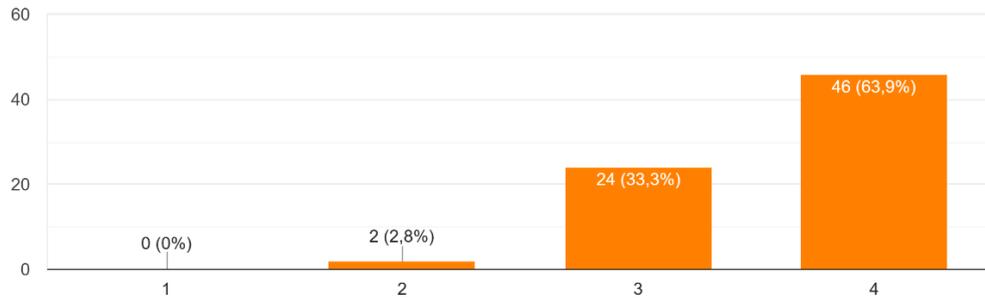
Cara penyampaian cerita (storytelling) dalam video animasi ini mudah dipahami.

72 jawaban



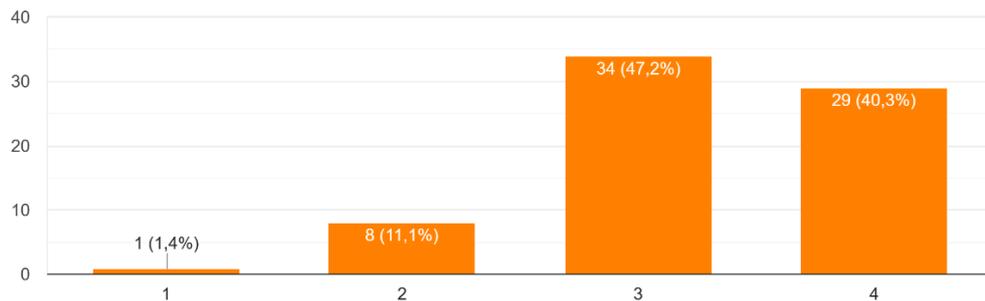
Gerakan karakter pada video animasi sudah terlihat bagus.

72 jawaban



Gerakan karakter pada video animasi tidak kaku.

72 jawaban



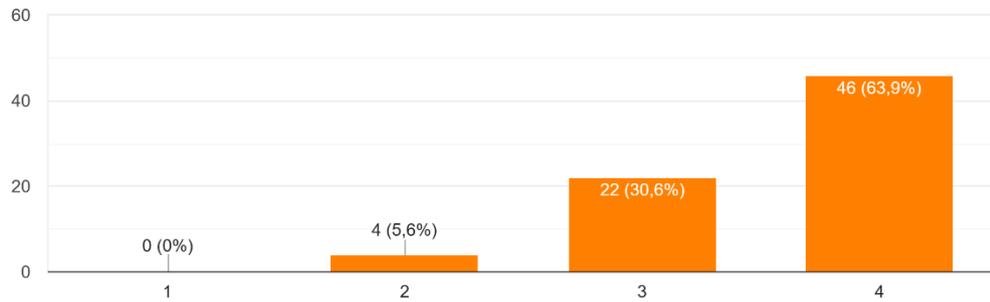
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Dokumentasi beta testing oleh *target audience* (lanjutan)

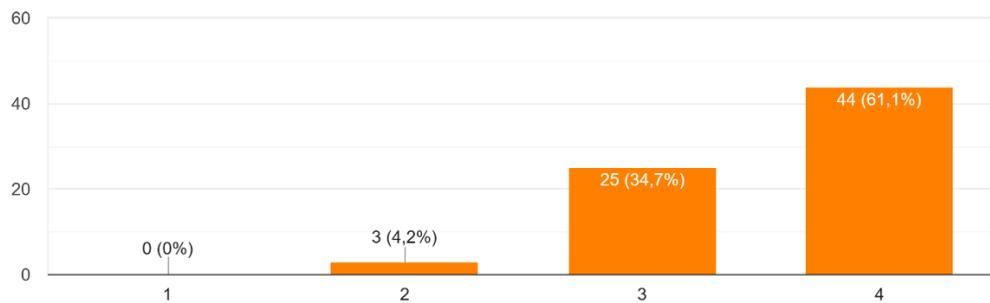
Sinematografi (pencahayaan, warna, sudut kamera, pergerakan kamera, dan komposisi) pada video animasi sudah menarik.

72 jawaban



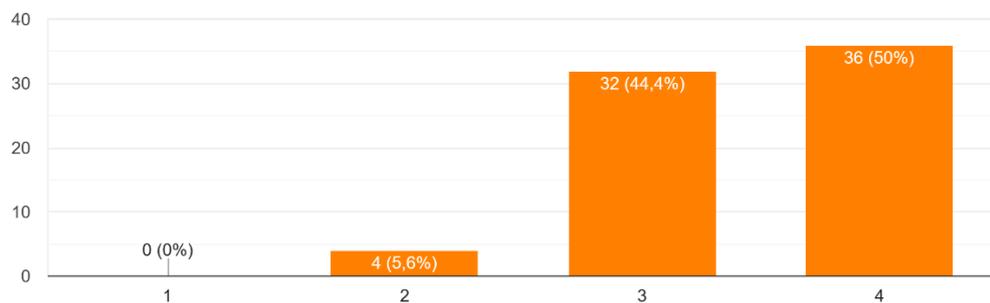
Visual efek pada video animasi sudah menarik.

72 jawaban



Penggunaan backsound (suara latar) dan sound effect (efek suara) pada video animasi sudah dapat mendukung alur cerita.

72 jawaban



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta