

**ANIMASI 2D BRAND ‘SATE MANANGKABAU’ DI KOTA PADANG**

**KARYA AKHIR**

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang untuk  
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



**OLEH:**

**RIFQY MALVIAN HAMZAH  
NIM. 17027089 / 2017**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
DEPARTEMEN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2023**



**HALAMAN PERSETUJUAN KARYA AKHIR**

**ANIMASI 2D *BRAND* "SATE MANANGKABAU"**

**Nama** : Rifqy Malvian Hamzah  
**NIM//BP** : 17027089 / 2017  
**Program Studi** : Desain Komunikasi Visual  
**Departemen** : Seni Rupa  
**Fakultas** : Bahasa dan Seni

**Padang, 7 Agustus 2023**

**Disetujui dan Disahkan oleh:**

**Dosen Pembimbing**

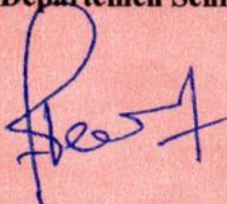


**Dini Faisal, S.Ds., M.Ds.**

**NIP: 19840909.201404.2.003**

**Mengetahui:**

**Kepala Departemen Seni Rupa**



**Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.**

**NIP: 19830201.200912.2.001**




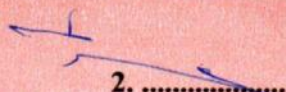
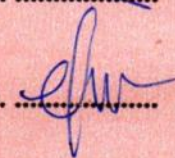
**HALAMAN PENGESAHAN**

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Karya Akhir  
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang**

**Judul : Animasi 2D Brand "Sate Manangkabau"**  
**Nama : Rifqy Malvian Hamzah**  
**NIM/BP : 17027089/ 2017**  
**Program Studi : Desain Komunikasi Visual**  
**Departemen : Seni Rupa**  
**Fakultas : Bahasa dan Seni**

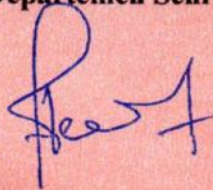
**Padang, 15 Agustus 2023**

**Tim Penguji:**

	<b>Nama/NIP</b>	<b>Tanda Tangan</b>
<b>1. Pembimbing</b>	<b>: <u>Dini Faisal, S.Ds., M.Ds.</u></b> NIP: 19840909.201404.2.003	 1. ....
<b>2. Penguji 1</b>	<b>: <u>San Ahdi, S.Sn, M.Ds.</u></b> NIP: 19791216.200812.1.004	 2. ....
<b>3. Penguji 2</b>	<b>: <u>Eko Purnomo, S.Ds., M.Sn.</u></b> NIP: 0006108902	 3. ....

**Mengetahui:**

**Kepala Departemen Seni Rupa**



**Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.**

**NIP: 19830201.200912.2.001**



## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, \*Skripsi/Karya Akhir dengan judul

Animasi 2D Brand "Sate Marangkabau"

adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 10 Agustus, 2023

Saya yang menyatakan,



Rifqy Malvian Hamzah

NIM. 17027089

## ANIMASI 2D *BRAND* ‘SATE MANANGKABAU’ DI KOTA PADANG

Rifqy Malvian Hamzah<sup>1</sup> Dini Faisal<sup>2</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

Email: [rifkimalvian08@gmail.com](mailto:rifkimalvian08@gmail.com)

### ABSTRAK

Perancangan Animasi 2D *Brand* Sate Manangkabau bertujuan agar memertahankan eksistensi *brand* Sate Manangkabau di kota Padang dan merefresh kembali ingatan konsumen terhadap *brand* Sate Manangkabau. Serta meningkatkan nilai jual *brand* Sate Manangkabau nantinya. Metode perancangan menggunakan model 4-D (Four-D Model) yang terdiri dari empat tahapan, yaitu: *define* (pendefinisian), *design* (perancangan), *develop* (pengembangan), dan *disseminate* (penyebaran). Metode analisis data menggunakan 5W+1H untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sesuai kebutuhan perancangan. Animasi 2D menjadi media utama dan didukung oleh media pendukung diantaranya poster, x-banner, instagram ads, gantungan kunci, stiker, *motion menu* dan *sate frozen*.

Dari Hasil uji kelayakan Animasi 2D “*Brand* Sate Manangkabau” kepada 10 orang yang terdiri dari 2 animator, 3 mahasiswa desain, dan 5 konsumen berumur 24- 40 tahun banyak mendapat respon positif, apresiasi, keteretarikan audience, maka dapat disimpulkan bahwa kelayakan dari Animasi 2D “*Brand* Sate Manangkabau” ini adalah bagus dan layak untuk dipublikasikan.

Kata kunci: Animasi 2D, Sate Manangkabau.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Subhanahuwata'ala atas segala nikmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini. Shalawat bermutiarkan salam buat junjungan Nabi Muhammad Salallahu'alaihiwassalam yang merupakan suri tauladan yang baik dalam menjalani kehidupan di muka bumi ini yang membawa umatnya dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Karya akhir ini diberi judul “Animasi 2D *Brand Sate Manangkabau*”. Karya Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang. Penulisan karya akhir ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis pada kesempatan ini mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dini Faisal S.Ds, M.Ds selaku dosen Pembimbing karya akhir ini, yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk memberikan segala pengarahan, saran dan motivasi yang diberikan setiap waktu untuk kelayakan proposal karya akhir ini.
2. Bapak San Ahdi, M.Sn selaku dosen penguji I yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan pengarahan dalam penulisan karya akhir ini.

3. Bapak Eko Purnomo, S.Ds, M.Sn selaku dosen penguji II yang telah bersedia meluangkan waktunya, memberikan motivasi dan saran untuk memperkuat penulisan karya akhir ini.
4. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua yang telah memberi restu dan doa yang tiada henti hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal karya akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar Seni Rupa dan Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan sehingga sangat membantu membuka wawasan penulis.

Penulis menyadari masih ada ketidaksempurnaan dalam penulisan karya akhir ini, maka dari itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dalam upaya menyempurnakan Karya Akhir ini. Penulis berharap semoga Karya Akhir ini dapat memberi manfaat kepada pembaca pada umumnya dan penulis khususnya. Aamiin

Padang, 15 Agustus 2023

Penulis

Rifqy Malvian Hamzah

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Orisinalitas.....	5
F. Tujuan Berkarya .....	6
G. Manfaat Berkarya .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Praktis .....	7
B. Kajian Teoritis .....	12
C. Karya Relevan .....	19
D. Kerangka Konseptual .....	21
<b>BAB III METODE PERANCANGAN</b>	
A. Metode Perancangan.....	22
B. Metode Analisis Perancangan .....	24
C. Pendekatan Kreatif .....	27
D. Program Kreatif.....	28
E. Tujuan Kreatif.....	29
F. Strategi Kreatif .....	29
G. Media .....	30
H. Jadwal Kerja .....	32



**BAB IV PERANCANGAN VISUAL**

A. Teori Media .....	33
B. Program Kreatif.....	35
C. Layout.....	58
D. Uji Kelayakan.....	66

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	66

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Jadwal Kerja Media Utama.....	32
Tabel 2. Jadwal Kerja Media Pendukung .....	32
Tabel 3. Story Board .....	39
Tabel 4. Uji Kelayakan 1.....	67
Tabel 5. Uji Kelayakan 2 .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Menu Sate Manangkabau .....	8
Gambar 2. Menu Sate Manangkabau .....	9
Gambar 3. Menu Sate Manangkabau .....	9
Gambar 4. Menu Sate Manangkabau .....	10
Gambar 5. Menu Sate Manangkabau .....	10
Gambar 6. Menu Sate Manangkabau .....	11
Gambar 7. Menu Sate Manangkabau .....	11
Gambar 8. Menu Sate Manangkabau .....	12
Gambar 9. Cuplikan Animasi 2d Kue Putu .....	19
Gambar 10. Cuplikan Animasi 2d Kue Putu .....	19
Gambar 11. Cuplikan Animasi 2d Sate Kambing .....	19
Gambar 12. Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 13. Naskah .....	37
Gambar 14. Proses Pembuatan Karakter.....	38
Gambar 15. Proses Pembuatan Karakter .....	38
Gambar 16. Proses Sketsa Sate Frozen .....	41
Gambar 17. Proses Sketsa Paket Hantam Mini .....	41
Gambar 18. Proses Sketsa Daging .....	42
Gambar 19. Proses Sketsa Kuah Warna Kuning .....	42



Gambar 20. Proses Sketsa Kuah Warna Coklat .....	42
Gambar 21. Proses Sketsa Kuah Warna Merah .....	43
Gambar 22. Proses Sketsa Pisang Kapik Luo .....	43
Gambar 23. Proses Pewarnaan Sate Frozen .....	43
Gambar 24. Proses Pewarnaan Kuah Warna Merah .....	44
Gambar 25. Proses Pewarnaan Kuah Warna Kuning .....	44
Gambar 26. Proses Pewarnaan Kuah Warna Coklat.....	44
Gambar 27. Proses Pewarnaan Pisang Kapik Luo .....	45
Gambar 28. Proses Pewarnaan Paket Hantam Mini.....	45
Gambar 29. Proses Animating Karakter .....	46
Gambar 30. Proses Rendering .....	47
Gambar 31. Proses Compositing and Editing .....	48
Gambar 32. Content Animasi 2D Brand Sate Manangkabau .....	50
Gambar 33. Content Animasi 2D Brand Sate Manangkabau .....	51
Gambar 34. Content Animasi 2D Brand Sate Manangkabau .....	51
Gambar 35. Content Animasi 2D Brand Sate Manangkabau .....	52
Gambar 36. Content Animasi 2D Brand Sate Manangkabau .....	52
Gambar 37. Content Animasi 2D Brand Sate Manangkabau .....	53
Gambar 38. Content Animasi 2D Brand Sate Manangkabau .....	53
Gambar 39. Content Animasi 2D Brand Sate Manangkabau .....	54
Gambar 40. Alternatif Poster .....	58

Gambar 41. Alternatif X-banner .....	58
Gambar 42. Alternatif Stiker .....	59
Gambar 43. Alternatif Instagram ads .....	59
Gambar 44. Alternatif Gantungan Kunci .....	59
Gambar 45. Final Desain Poster .....	60
Gambar 46. Final Desain X-banner .....	61
Gambar 47. Final Desain Stiker .....	62
Gambar 48. Final Desain Stiker .....	62
Gambar 49. Final Desain Instagram ads .....	63
Gambar 50. Final Desain Gantungan kunci .....	64
Gambar 51. Final Desain Motion menu .....	65
Gambar 52. Final Desain Sate Frozen .....	65

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Sate Manangkabau merupakan salah satu *brand* yang bergerak dibidang kuliner di Kota Padang, Sumatera Barat. *Brand* ini tercipta pada bulan Agustus 2018. *Brand* Manangkabau terinspirasi dari suatu legenda yang dikenal di dalam Tambo, yang mana kata Minangkabau yaitu kata dasar dari kata manang. *Brand* ini memiliki tagline *The Next Level* Sate Padang. Dengan tagline tersebut, Sate Manangkabau menampilkan sate yang penyajiannya *plating* pada setiap menu yang berkualitas dan membawanya ke tahap restoran.

Sate Manangkabau sendiri memang sudah dikenal dengan satanya dengan 3 jenis kuah dari daerah Sumatera Barat yaitu dari daerah Padang Pariaman, Daerah Kota Padang dan Daerah Padang Panjang. Selain itu, ada menu tradisional yang dijual oleh Sate Manangkabau yang sudah sangat jarang ditemui seperti Katan Susu Manang, Binggor (Bingkuang Goreng) Ayam, Pisang Baka Santan, dan Kacimuih dan banyak lainnya.

Di Kota Padang sendiri sudah banyak *brand* sate yang menjadi pesaing Sate Manangkabau, seperti Sate Danguang Danguang, Sate Itjap, Sate Kms, Sate Inyiak Datuak, dan lain- lain. Adanya berbagai kompetitor dalam bisnis kuliner di Kota Padang, mengharuskan Sate Manangkabau mampu bersaing dengan menciptakan konten atau media yang menarik untuk segala kalangan guna meningkatkan eksistensi yang berkelanjutan. Menurut Rangkuti (2009:2) bahwa,



saat ini paradigma pemasaran sudah berubah, persaingan bukan lagi perang antar produk, melainkan sudah beralih perang antar merek, produk yang bermerek kuat akan lebih mudah memenangkan persaingan. Berbagai upaya dalam promosi pun dibuat untuk memperkenalkan *brand* mereka ke kalangan anak muda sebagai target pasar utama.

Di era persaingan global saat ini, peningkatan pasar yang tumbuh pesat, meningkatnya teknologi, dan juga tantangan persaingan setiap *brand* mengharuskan setiap *brand* untuk berinovasi dan kreatif dalam menyusun strategi promosi yang tepat, guna menghasilkan identitas merek yang lebih baik.

Promosi melalui digital marketing pada saat ini, jika tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen maka hal tersebut akan dapat mengurangi ketertarikan konsumen sehingga perlu pengembangan yang dapat menarik perhatian konsumen. Promosi yang sudah dilakukan oleh Sate Manangkabau merujuk pada target pasar yang berumur 24 – 40 tahun. Selain itu jenis promosi yang sudah dilakukan guna untuk menarik perhatian lebih pada konsumen seperti *webseries*, *instagram ads*, radio dan lain lain. Demi menjaga persepsi konsumen terhadap *brand*, Sate Manangkabau pun harus tetap melakukan promosi secara berkala. Artinya, jika konsumen tidak terus disegarkan oleh ingatan tentang eksistensi *brand* tersebut, maka ada celah bagi kompetitor untuk menyerobot pasar yang telah dibangun. Hal ini menjadi sesuatu yang penting untuk Sate Manangkabau pikirkan. Banyak media promosi yang unik dan inovatif yang dapat menarik perhatian konsumen. Salah satu media promosi yang unik untuk menarik perhatian konsumen adalah Animasi.

Sate Manangkabau sudah melakukan berbagai macam kegiatan promosi dari segi media sosial. Namun kinerja dari promosi yang sudah ada bisa dikatakan belum maksimal. Padahal promosi yang sudah dilakukan sudah stabil namun belum ada *insight* yang menonjol. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan owner, Sate Manangkabau masih bergantung dari impresi konsumen yang datang. Dengan kata lain promosi yang sudah dilakukan bisa dikatakan belumlah maksimal.

Menurut Hakim (2013:3), animasi merupakan media yang dinamis karena dapat dinikmati oleh semua kalangan, umur dan gender. Animasi terdiri dari gabungan teks, audio, dan gambar bergerak yang dapat memvisualisasikan ide-ide kreatif dari sang kreator. Animasi memfasilitasi peluang *branding* yang tidak didapatkan dari pengemasan video yang menggunakan talent secara rill. Konten dari animasi dapat menghibur dan mudah diingat dapat di aplikasikan pada media sosial sembari memberi informasi *brand* produk kepada konsumen.

Konsep keluarga yang dibawakan oleh *brand* Sate Manangkabau yang sudah dikenal oleh konsumennya, tentunya promosi yang ditujukan untuk orang yang sudah berkeluarga atau sudah mempunyai pendapatan sendiri. Dengan konsep yang sudah dimiliki *brand* Sate Manangkabau, mampu menarik perhatian penulis untuk membuat Animasi 2d dari *Brand* Sate Manangkabau agar mempertahankan eksistensi *brand* yang sudah terbentuk, dan belum ada restoran lain yang menggunakan animasi sebagai media promosinya, hal ini menjadi peluang bagi *brand* Sate Manangkabau untuk dapat menarik perhatian lebih konsumen baru. Animasi 2d akan cocok untuk dijadikan promosi *brand* serta

produknya. Dengan durasi yang cukup dan *storytelling* yang menarik dapat menekankan konsep Sate Manangkabau. Terlebih lagi, saat ini media sosial yang paling sering digunakan adalah instagram, tiktok, *youtube* dan sebagainya.

Sosial media pada saat sekarang digunakan masyarakat untuk berbagai macam aktifitas, baik dari bisnis, *entertainment*, belajar, *update* berita terbaru, mencari pekerjaan, dan promosi produk yang dijual. Pemasaran melalui media sosial akan mempengaruhi faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi konsumen akan sebuah produk, yang kemudian akan mempengaruhi minat beli konsumen (Maoyan et al, 2014).

Maka dari itu penulis mengangkat masalah ini karena ingin menjaga eksistensi dan meningkatkan nilai *brand* serta memaksimalkan promosi *brand* Sate Manangkabau dalam bentuk Animasi 2D. Animasi 2D ini akan di upload pada media sosial instagram dan tiktok dalam durasi kurang dari 1 menit. Animasi 2D terkesan sederhana dalam penyampaian pesan dan menekankan pada *storytelling* sehingga target *audience* dapat menerima dan mencerna makna carita dalam Animasi 2D ini.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas dapat di jumpai beberapa masalah yang akan di identifikasi adalah sebagai berikut:

1. Belum maksimalnya Promosi Sate Manangkabau.



2. Belum adanya media promosi berbentuk animasi untuk *brand* Sate Manangkabau.

### **C. Batasan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah adalah merancang media promosi berbentuk Animasi 2D untuk *brand* Sate Manangkabau yang akan di aplikasikan dalam bentuk video agar dapat mudah dipahami oleh target *audience*.

### **D. Rumusan masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah Bagaimana perancangan media promosi dalam bentuk Animasi 2D untuk *brand* Sate Manangkabau agar menjaga eksistensi *brandnya* di mata masyarakat khususnya yang berada di kota Padang.

### **E. Orisinalitas**

Berdasarkan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perancangan Animasi sebagai media promosi agar dapat mempertahankan menambah nilai dan mempertahankan persepsi konsumen, serta meningkatkan nilai jual dari brand Sate Manangkabau nantinya. Penulis akan berusaha menyampaikan semua informasi terkait dengan brand Sate Manangkabau, yaitu bagaimana menyampaikan bahwa tema yang di angkat. Pernyataan yang penulis berikan merupakan bukti bahwa perancangan Animasi 2D brand Sate Manangkabau merupakan karya yang orisinal dari penulis.

## **F. Tujuan Berkarya**

Adapun tujuan dalam karya akhir ini adalah menghasilkan media promosi berupa Animasi 2D sebagai salah satu upaya untuk menjaga eksistensi *brand* Sate Manangkabau untuk calon konsumen atau target pasar. Menampilkan alternatif baru bagi Sate Manangkabau dalam mempromosikan *brandnya* di Kota Padang yang belum ada yang menggunakan media promosi seperti animasi. Serta memaksimalkan target pasar Sate Manangkabau.

## **G. Manfaat Berkarya**

Hasil dari tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis berguna menambah wawasan serta mengembangkan skill dalam merancang produk media komunikasi visual.
2. Untuk memperkenalkan *brand* Sate Manangkabau dengan promosi yang unik dan menarik.