

PERANCANGAN ASET DAN ANIMASI INTERIOR 3D SEBAGAI MEDIA PROMOSI *COFFE SHOP* KOVER.CO DI KOTA MALANG

Yohanes Maria Vianney Brilliant Hariyanto¹, Didit Prasetyo Nugroho², Aditya Nirwana³

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Ma Chung
332110028@student.machung.ac.id

Received: 4 August 2025 – Revised: 4 August 2025 - Accepted: 12 Mar 2026 - Published: 25 March 2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan merancang aset dan animasi interior 3D sebagai media promosi inovatif untuk *coffee shop* Kover.co di Kota Malang. Di tengah persaingan ketat, promosi konvensional kurang efektif menonjolkan keunikan interior Kover.co. Visualisasi 3D dan animasi dipilih karena kemampuannya menyajikan suasana realistis, imersif, dan mudah dibagikan di *platform* digital, membangkitkan minat calon pelanggan. Metodologi yang digunakan adalah *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang sistematis (konsep, perancangan, pengumpulan materi, perakitan, pengujian, distribusi). Pengumpulan data melibatkan survei, observasi, dan wawancara, kemudian dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif berkerangka 5W+1H. Hasil perancangan mencakup aset logo 3D Kover.co yang dianimasikan 360 derajat dan pemodelan interior kafe berdasarkan denah 2D. Ini meliputi detail furnitur, dekorasi, elemen arsitektur, serta penerapan tekstur dan material realistis menggunakan Blender. Animasi interior dirancang untuk narasi visual imersif, didukung animasi *Computer-Generated Imagery* (CGI) cangkir kopi Kover.co yang muncul dari *billboard* untuk penguatan *branding*. *Output* proyek ini diharapkan meningkatkan daya tarik visual dan memperkuat posisi merek Kover.co.

Kata Kunci: Animasi 3D, Promosi Digital, Desain Interior, *Coffee Shop*, Kover.co

Abstract

This research aims to design 3D interior assets and animations as an innovative promotional medium for the Kover.co coffee shop in Malang City. Amidst fierce competition, conventional promotions are less effective in highlighting Kover.co's unique interior. 3D visualization and animation were chosen for their ability to present a realistic and immersive atmosphere, and for being easily shareable on digital platforms, thereby generating interest among potential customers. The methodology used is the systematic Multimedia Development Life Cycle (MDLC), which consists of six stages: concept, design, material collection, assembly, testing, and distribution. Data collection involved surveys, observation, and interviews, followed by a descriptive qualitative analysis using the 5W+1H framework. The design outcomes include a 3D Kover.co logo asset animated in a 360-degree rotation, and 3D modeling of the cafe's interior based on a 2D floor plan. This encompasses detailed furniture, decorations, architectural elements, and the application of realistic textures and materials using Blender. The interior animation is designed for an immersive visual narrative, supported by a Computer-Generated Imagery (CGI) animation of a Kover.co coffee cup emerging from a billboard to strengthen the brand. The project's output is expected to increase Kover.co's visual appeal and strengthen its brand position.

Keywords: 3D Animation, Digital Promotion, Interior Design, *Coffee Shop*, Kover.co

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis kedai kopi di Indonesia, khususnya di Kota Malang, sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Tren ini ditandai dengan kemunculan banyak kafe baru yang menawarkan beragam konsep dan desain interior menarik. Fenomena ini menciptakan gaya hidup baru sekaligus persaingan yang ketat.

Dalam kondisi persaingan yang ketat ini, strategi promosi yang efektif menjadi sangat krusial untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Cara promosi konvensional mungkin tidak lagi memadai. Dengan kemajuan teknologi digital dan media sosial, visualisasi interior 3D dan animasi memiliki potensi besar sebagai alat promosi yang inovatif.

Media promosi ini memungkinkan pemilik kafe untuk menampilkan suasana dan desain interior tempat mereka secara realistis, bahkan sebelum pelanggan datang langsung. Kemampuan untuk menyajikan pengalaman visual yang imersif ini dapat membangkitkan daya tarik dan rasa penasaran calon pelanggan. Sebuah video animasi yang membawa penonton berkeliling kafe, misalnya, dinilai jauh lebih menarik daripada sekadar foto statis, karena dapat memberikan pemahaman mendalam tentang suasana yang ditawarkan. Promosi melalui media 3D dan animasi juga mudah dibagikan di berbagai platform digital, sehingga dapat memperluas jangkauan dan menarik audiens yang lebih luas.

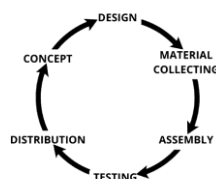
Melihat urgensi dan potensi ini, penelitian ini berfokus pada perancangan aset dan animasi interior 3D sebagai media promosi untuk Kover.co, sebuah *coffee shop* di Kota Malang. Kover.co, dengan konsep uniknya, membutuhkan strategi promosi yang dapat menonjolkan keistimewaan desain interiornya secara optimal. Melalui perancangan ini, diharapkan dapat tercipta visualisasi yang menarik, informatif, dan representatif mengenai konsep serta suasana Kover.co, dengan tujuan menarik lebih banyak pelanggan. Perancangan aset dan animasi ini merupakan upaya untuk mengkomunikasikan narasi visual tentang Kover.co yang akan membantu memperkuat citra merek di tengah dinamika persaingan bisnis kafe di Malang.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa visualisasi 3D memiliki peran penting dalam komunikasi visual. Penelitian oleh Khoirudin dan Murinto (2018) menunjukkan bahwa visualisasi 3D pada perumahan bisa menjadi media informasi pemasaran yang lebih jelas dibandingkan dengan format 2D. Sementara itu, Bustari, Rahman, dan Usman (2021) menggunakan perangkat lunak Blender untuk merancang interior kantin modern dan menghasilkan video promosi yang efektif. Studi lain oleh Purnawati, Octavianto, Saputro, dan Ikma (2023) memanfaatkan teknologi animasi 3D untuk merepresentasikan tipe-tipe perumahan, membantu mengatasi kesulitan konsumen dalam membayangkan detail rumah tanpa harus mengunjungi lokasi. Sultan, Samsudin, Fitri Yunita, dan Ilyas (2022) juga menerapkan metode

Multimedia Development Life Cycle (MDLC) dan perangkat lunak Blender untuk merancang visualisasi interior kamar tidur dalam format animasi 3D yang lebih jelas dan realistis. Secara umum, penelitian-penelitian ini menegaskan bahwa visualisasi 3D dapat meningkatkan kualitas representasi visual dan efektivitas komunikasi dalam bidang desain interior dan pemasaran properti. Lebih lanjut, dalam landasan teori, 3D *modeling* didefinisikan sebagai proses menciptakan objek 3D yang memiliki bentuk, tekstur, dan ukuran yang nyata. Menurut William Vaughan (2012), 3D *modeling* adalah hasil dari proses matematis yang membentuk objek 3D, yang dikenal sebagai 3D model atau 3D *mesh*. Proses ini melibatkan manipulasi elemen geometris dasar seperti titik, garis, dan bidang. Sementara itu, animasi berasal dari kata '*to animate*' yang berarti menggerakkan melalui perubahan yang sedikit demi sedikit dan teratur untuk memberikan kesan hidup. Terakhir, promosi didefinisikan sebagai alat untuk menyampaikan pesan terkait produk, baik barang maupun jasa, dengan tujuan membujuk, menginformasikan, dan mendorong konsumen untuk membeli.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang terdiri dari enam tahap: konsep, perancangan, pengumpulan materi, perakitan, pengujian, dan distribusi.



Gambar 1. MDLC

- **Konsep:** Menetapkan tujuan visualisasi desain interior Kover.co berbasis 3D, termasuk analisis kebutuhan dan target audiens.
- **Perancangan:** Mengembangkan konsep visual dan teknis untuk model 3D.
- **Pengumpulan Materi:** Mengumpulkan referensi seperti sketsa, warna, tekstur, dan elemen desain.
- **Perakitan:** Menyusun elemen yang dikumpulkan menjadi model 3D.
- **Pengujian:** Memastikan kualitas visualisasi optimal dan realistis.
- **Distribusi:** Menyebarkan hasil akhir melalui berbagai *platform* digital.

Pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan multi-metode, yaitu survei, observasi, dan wawancara. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan kerangka 5W+1H.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data, Kover.co menargetkan pemuda, mahasiswa, dan pengusaha berusia 20-30 tahun di Kota Malang yang aktif di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Mereka tertarik pada pengalaman visual yang imersif dan konsep kafe modern.

Perancangan aset dan animasi mencakup dua media utama:

- **Aset Logo 3D:** Logo Kover.co yang berbentuk PNG dikonversi ke SVG, lalu dimodelkan menjadi 3D menggunakan Blender. Logo ini kemudian dianimasikan berputar 360 derajat untuk memberikan visual yang dinamis dan modern. Pemberian warna oranye (#FE5B00) dilakukan untuk menjaga konsistensi *branding*.

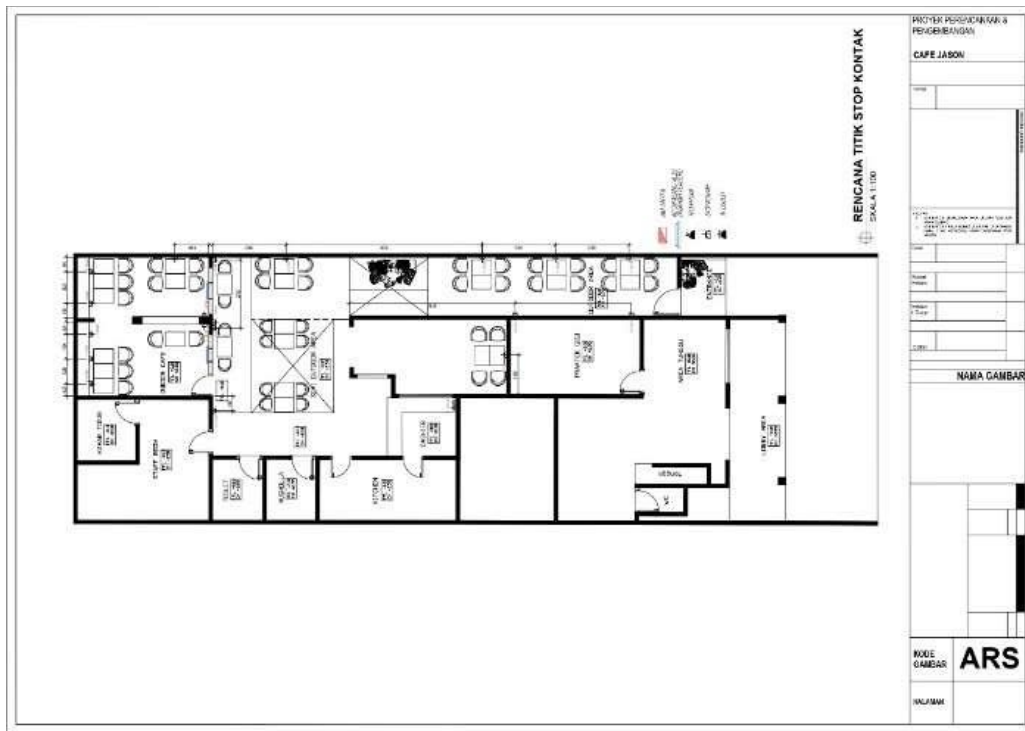
kover.co

Gambar 2. Kover.co



Gambar 3. Animasi logo 3D

- **Video Animasi Interior 3D:** Pemodelan interior dilakukan berdasarkan denah 2D yang disediakan pemilik.



Gambar 4. Denah Kover.co

Pemodelan meliputi lantai, dinding, pintu, meja, kursi, meja bar, wastafel, rak, kloset, dan tempat sampah dengan menggunakan teknik modifikasi objek dasar (*cube*) di Blender. Animasi dirancang dengan pergerakan kamera yang dimulai dari pandangan atas, menjelajahi setiap ruangan secara detail, dan diakhiri dengan pandangan atas kembali.



Gambar 5. Animasi interior 3D

- **Animasi CGI:** Animasi *Computer-Generated Imagery* (CGI) berupa cangkir kopi Kover.co dibuat seolah-olah keluar dari *billboard* di Kota Malang. Cangkir dimodelkan menggunakan Blender dengan teknik *subdivision surface* dan *bevel*.



Gambar 6. Animasi CGI

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan aset dan animasi interior 3D berhasil menjawab tantangan promosi Kover.co dengan menyediakan media visual yang inovatif. Hasil proyek ini berupa file aset 3D, video animasi interior, dan gambar statis yang mampu merepresentasikan suasana kafe secara realistis dan imersif. Pendekatan ini diharapkan dapat menarik minat calon pelanggan, meningkatkan daya tarik visual, dan memperkuat posisi merek Kover.co di pasar kafe yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, 2016; Bustari et al., 2021; Hidayat, n.d.; Iii & Karya, n.d.; Khoirudin et al., 2018; Kurniawan et al., 2012; Nasional et al., 2022; Purnawati et al., 2023; Putra, 2016; Rahmawati & Pratiwinindya, 2020; Sultan et al., 2022; Supriyadi, 2018; Ummah, 2019; Zebua et al., 2020) Adolph, R. (2016). 済無No Title No Title No Title. 1–23.
- Bustari, M., Rahman, S., & Usman, A. (2021). Perancangan Interior Kantin Modern Universitas Harapan Medan Fakultas Teknik Dan Komputer Berbasis 3D. *METHOMIKA Jurnal Manajemen Informatika Dan Komputerisasi Akuntansi*, 5(2), 169–175. <https://doi.org/10.46880/jmika.vol5no2.pp169-175>
- Hidayat, T. (n.d.). 3_195410044_BAB_II - TAUFIK HIDAYAT (pengertian 3D modeling 2).pdf.
- Iii, B. A. B., & Karya, A. V. (n.d.). Hari Dwi Suharman, 2012 Gerak Dinamis Pemain ... Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu.
- Khoirudin, T., Dahlan Jl Ringroad Selatan, A., & Banguntapan, K. (2018). Visualisasi 3 Dimensi Perumahan Sebagai Media Informasi Pemasaran (Studi Kasus Griya Taman Srago Klaten). *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*, 6(1), 54–63. <http://journal.uad.ac.id/index.php/JSTIF>
- Kurniawan, D., Heldi, & Hafiz, A. (2012). Visualisasi Ekspresi Wajah Dalam Karya Lukis Realis. *Serupa: The Journal of Art Education*, 1. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/serupa/article/view/8179>
- Nasional, S., Riset, T., Series, I. P., & Vol, S. (2022). 3) 1 2. 8(1), 436–445.
- Purnawati, E., Octavianto, E., & Saputro, R. E. (2023). *Teknologi Animasi 3D untuk Representasi Tipe Perumahan*

Sapphire Madani. 4(1), 7–12.

Putra, A. R. (2016). *3D MODELING USING STRUCTURE FROM MOTION AND TERRESTRIAL LASER SCANNING (Case Study: Singosari Temple, Malang)*. 1–102.

Rahmawati, A., & Pratiwinindya, R. A. (2020). Teknik, Visualisasi, Dan Esensi Motif Kembang Suweg Pada Batik Tulis Shuniyya. *Jurnal Imajinasi*, XIII(1), 25–32. <https://doi.org/10.15294/imajinasi.v14i1.27686>

Sultan, S., Samsudin, S., Yunita, F., & Ilyas, I. (2022). Perancangan Desain Interior Kamar Menggunakan Software Sketchup Dan 3D Blender. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah*

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir, 8(3), 231–239. <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v8i3.271>

Supriyadi. (2018). Jurnal khatulistiwa informatika, vol. vi, no. 1 juni 2018. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, VI(1), 70–78.

Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Zebua, T., Nadeak, B., & Sinaga, S. B. (2020). Pengenalan Dasar Aplikasi Blender 3D dalam Pembuatan Animasi 3D. *Jurnal ABDIMAS Budi Darma*, 1(1), 18–21.



© 2026 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).