

**METODE GODFREY DALAM PERANCANGAN
ANIMASI 2D KARAKTER WAYANG ARJUNA
SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PERLINDUNGAN
KEKAYAAN INTELEKTUAL**

TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan guna
mencapai derajat Sarjana Strata-1 (S-1)
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



OLEH:

**ZIIDAN BAKHTIAR
NIM. 18151125**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA**

2023

ABSTRAK

Perancangan kampanye perlindungan kekayaan intelektual menggunakan ini menggunakan animasi 2D dengan teknik *cut out* dengan karakter wayang Arjuna untuk memberikan keunikan dan bertujuan untuk memberikan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya melindungi hak yang dimiliki oleh masyarakat agar tidak disalahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab mengingat praktik pelanggaran HKI semakin marak. Pemberantasan pelanggaran ini memang sulit untuk dilakukan karena terkadang masyarakat Indonesia lebih menyukai barang bajakan karena harganya yang lebih terjangkau dan juga lebih mudah didapatkan. Contoh pelanggaran hak cipta yang sering terjadi adalah pembajakan CD atau DVD, pembajakan perangkat lunak dan lain-lain. Metode penciptaan yang digunakan pada perancangan ini menggunakan metode *Godfrey* yang merupakan turunan dari metode *Waterfall* dan metode promosi yang digunakan menggunakan metode TTL (*Through the Line*) untuk mempublikasikan kampanye melalui Instagram dan Youtube. Analisis SWOT dan *unique selling point* juga untuk mengidentifikasi kelebihan, kekurangan dan keunikan pada animasi yang dibuat. Perancangan ini menggaet mitra dari produsen sepatu bernama Range De Culture untuk memberikan masukan terhadap kampanye yang dibuat. Selain menggunakan media *online*, media pendukung juga dibuat dalam perancangan ini seperti *action figure*, *hoodie*, *casing smartphone*, tas pinggang, topi, permainan tradisional macanan.

Kata Kunci: kampanye, animasi, kekayaan intelektual, wayang arjuna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gagasan Penciptaan.....	5
C. Tujuan Penciptaan	5
D. Manfaat Penciptaan	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Tinjauan Sumber Penciptaan	7
F. Landasan Penciptaan.....	15
1. Aspek Kekayaan Intelektual	15
a. Hak Cipta.....	16
b. Merek.....	16
c. Indikasi Geografis	16
d. Paten	16
e. Desain Industri	17
f. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu.	17
g. Rahasia Dagang	17
2. Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual	18
a. Perlindungan Hukum Preventif	19
b. Perlindungan Hukum Represif	20

3. Tokoh Wayang Arjuna Sebagai Karakter Animasi Kampanye	20
4. Tokoh Wayang Pandawa, Punakawan dan Buto Sebagai Karakter Pendukung	22
5. Kampanye Perlindungan Kekayaan Intelektual	24
6. Jenis dan Prinsip Animasi	25
a. Animasi Kartun 2D	26
b. Animasi <i>Stop-Motion</i>	26
c. Animasi Komputer	27
d. Animasi Robot.....	28
e. <i>Motion Graphic</i>	28
G. Metode Penciptaan	34
H. Bagan Metode Penciptaan	51
I. Sistematika Penulisan	53
BAB II.....	55
IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA.....	55
A. Ruang Lingkup dan Sejarah Hak Kekayaan Intelektual.....	55
1. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual	55
2. Kekayaan Intelektual dalam Lingkup Internasional	56
3. Sejarah HKI di Indonesia	60
B. Pelanggaran Kekayaan Intelektual	63
1. Pelanggaran Hak Cipta.....	64
2. Pelanggaran Merek.....	71
3. Pelanggaran Paten	77
4. Pelanggaran Desain Industri.	81
5. Pelanggaran Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu	82
6. Pelanggaran Rahasia Dagang.....	83
B. Sejarah dan Jenis Wayang di Indonesia.....	85
1. Sejarah Wayang di Indonesia.....	85
2. Jenis-Jenis Wayang di Indonesia	86
D. Perancangan Animasi dan Kampanye Perlindungan Kekayaan Intelektual	93
1. Perancangan Animasi.....	93

2. Perancangan Kampanye	94
E. Media Sosial untuk Publikasi Animasi.....	100
F. Analisis Data SWOT	100
1. <i>Strength</i>	101
2. <i>Weakness</i>	101
3. <i>Opportunity</i>	102
4. <i>Threat</i>	102
G. <i>Unique Selling Point</i> dalam Perancangan Animasi Kekayaan Intelektual	110
H. Mitra Perancangan Kampanye Animasi.....	110
BAB III	114
STRATEGI DAN KONSEP VISUAL PERANCANGAN	114
A. Konsep Kreatif Kampanye Perlindungan Kekayaan Intelektual.....	114
1. Tujuan Kampanye	114
2. Strategi Kampanye.....	115
3. Media Utama.....	119
4. Media Pendukung Kampanye Kekayaan Intelektual	119
B. Perencanaan Media dan Segmentasi Target <i>Audience</i>	120
1. Tujuan Media	121
2. Strategi Media	121
C. Konsep Penyajian Animasi	123
D. Tahap Perancangan Animasi.....	123
1. <i>Problem Definition</i>	124
2. <i>Genre and Character</i>	125
3. <i>Location and Interfere</i>	149
4. <i>Plotting</i>	159
5. <i>Scripting</i>	169
6. <i>Production and Testing</i>	169
7. <i>Use</i>	170
E. Perencanaan Publikasi Animasi Melalui Media Sosial	170
1. <i>Setting Goals and Strategy</i>	171
2. <i>Defining Target Audience</i>	171

3. <i>Creative Development</i>	171
4. <i>Media Selection</i>	172
5. <i>Campaign Execution</i>	172
6. <i>Tracking and Measurement</i>	174
F. Media Pendukung Kampanye	186
1. <i>Action Figure</i>	187
2. <i>Hoodie</i>	187
3. <i>Topi</i>	188
4. <i>Casing Smartphone</i>	189
5. <i>Tas Pinggang</i>	189
6. <i>Macanan</i>	190
BAB IV	192
HASIL PERANCANGAN KARYA	192
A. Tokoh Animasi Kampanye Kekayaan Intelektual	192
1. <i>Arjuna</i>	192
2. <i>Yudhistira</i>	193
3. <i>Nakula</i>	193
4. <i>Sadewa</i>	194
5. <i>Bima</i>	194
6. <i>Gareng</i>	195
7. <i>Petruk</i>	195
8. <i>Semar</i>	196
9. <i>Bagong</i>	196
10. <i>Buto</i>	197
B. Struktur Cerita Tiga Babak dalam Animasi.....	197
1. <i>Babak I (Pertama) Orientasi</i>	197
2. <i>Babak II (Kedua) Konfrontasi</i>	198
3. <i>Babak III (ketiga) Klimaks dan Resolusi</i>	199
C. Konten Kampanye Instagram	201
1. <i>Konten Kampanye Kekayaan Intelektual</i>	201
2. <i>Konten Pengetahuan Kekayaan Intelektual</i>	202

3.	Konten Prosedur Penaftaran Hak Kekayaan Intelektual.....	202
D.	Media Pendukung Kampanye Animasi	203
1.	<i>Action Figure</i> Wayang Arjuna	204
2.	<i>Hoodie</i> Wayang Arjuna dan Buto	204
3.	Topi Arjuna, Yudhistira dan <i>Bucket Hat</i> Buto dan Nakula	205
4.	<i>Casing Smartphone</i> Arjuna dan Buto	206
5.	Tas Pinggang Arjuna dan Yudhistira	207
6.	Permainan Macanan Pion Wayang	208
E.	Hasil dan Evaluasi Kampanye	209
	BAB V.....	213
	KESIMPULAN DAN SARAN.....	213
A.	Kesimpulan	213
1.	Penerapan Metode <i>Godfrey</i>	213
a.	<i>Problem Definition</i>	213
b.	<i>Genre and Character</i>	214
c.	<i>Location and Interfere</i>	214
d.	<i>Plotting</i>	214
e.	<i>Scripting</i>	215
f.	<i>Production and Testing</i>	215
g.	<i>Use</i>	215
2.	Penerapan Metode <i>Trough the Line</i>	216
a.	<i>Setting Goals and Strategy</i>	216
b.	<i>Defining Target Audience</i>	216
c.	<i>Creative Development</i>	217
d.	<i>Media Selection</i>	217
e.	<i>Campaign Execution</i>	217
f.	<i>Tracking and Measurement</i>	217
3.	Pemilihan dan pembagian media pendukung.....	218
B.	Saran	218
1.	Saran Evaluasi Internal	218
2.	Saran Keberlanjutan Perancangan.....	219

menggunakan media digital lain seperti film ataupun videografi kedepannya.

- d. Metode promoisi *Through the Line* dapat digunakan tidak hanya di media sosial, tetapi dapat diperluas seperti melalui situs *web* ataupun *event* tertentu kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/DOI:10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Akhmad Munawar, T. E. (2013). Upaya Penegakan Hukum Pelanggaran Hak Cpta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Amirulloh, M., Padjadjaran, U., Afriana, A., Padjadjaran, U., Industri, D., Dagang, R., Tata, D., Sirkuit, L., & Tanaman, P. V. (2021). Pelanggaran Paten Di Indonesia Demi Kepastian dan Kemanfaatan Hukum. *Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 5, 123–138. <https://doi.org/2614-3542>
- Anggraeni, B., Putri, S., Pranayama, A., & Sutanto, R. P. (2018). Perancangan Kampanye “ Sizter ’ s Project ” sebagai Upaya Pencegahan Body Shaming. *Journal DKV*, 1, 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/7275/6594>
- Anggrianto, C., Shaari, N., & Abdul Hamid, N. B. (2018). Faktor Terpenting dalam Membangun Unique Selling Proposition untuk Menjangkau Konsumen Kelas Menengah Indonesia. *Nirmana*, 17(1), 30. <https://doi.org/10.9744/nirmana.17.1.30-36>
- Arifin, A. J., Putri, R. E. M., & Patricia, T. (2021). *Perlindungan Hukum Terhadap Korban Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual Legal Protection For Victims Of Intellectual Property Right Violations*. 19(2), 104–120. <https://doi.org/10.37090/keadilan.v19i2.484>
- Arifin, M., & Rahman Hakim, A. (2021). Kajian Karakter Tokoh Pandawa dalam Kisah Mahabharata Diselaraskan dengan Pendidikan Karakter Bangsa Indonesia. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(5), 613–623. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i5.284>
- Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 47. <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2217>
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70. <https://doi.org/10.21831/jim.v17i2.34175>
- Binanto, I. (2021). Perbandingan Metode Pengembangan Perangkat Lunak Multimedia. *Jurnal Bangkit Indonesia*, 10(1), 6–12. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v10i1.153>
- Chaniago, R. H., Tajuddin, S. N. A. A., Hamzah, N., & Baharum, H. (2020). Budaya Komunikasi dan Teknologi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Choiri, E. O. (2020). *12 Cara Promosi di Instagram Untuk Pemula*. <https://Qwords.Com/>. <https://qwords.com/blog/cara-promosi-di-instagram/>
- Devianti, N., & Amzy, N. (2019). Karakter Tokoh Arjuna dalam Buku Ilustrasi Lakon Wayang Arjuna Wiwaha. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 1(03), 242–250. <https://doi.org/10.30998/vh.v1i03.39>
- Djamal. (2022). *Hukum Acara Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia* (M. H. Dr. Djamal, S.H. (ed.); 2nd ed.). Penerbit Reka Cipta. www.penerbit.prc.com
- Djulaeka. (2021). *Hak Kekayaan Intelektual: Teori dan Prinsip-prinsip Umum* (1st ed.). Setara Press. www.intranspublishing.com
- Faizin, M. M. (2018). *Penciptaan Film Animasi 2D Cemilan*.
- Fatta, H. Al, & Purwanto, A. (2015). Pemanfaatan Gambar Sequence Sebagai Referensi Dalam Pembuatan Animasi Karakter Kartun 2d Guna Memenuhi Standar 12 Prinsip Animasi. *Jurnal Ilmiah DASI*, 16(4), 5–9.
- Firdiansyah, M. S. (2015). Manajemen Pengelolaan Wahana Rekreasi Olahraga Di Wisata Water Blaster Semarang Tahun 2013. *E-Jurnal Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 4(2), 1582–1589. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/active.v4i2.4632>
- Fithriya, F. (2010). *Pembuatan Animasi 2 Dimensi Motion Graphic Frame By Frame Dengan Optimalisasi Komposisi Di Adobe After Effects Cs3* (Vol. 36). <https://doi.org/0110-06-5924>
- Gerungan, A. E. (2016). *Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata Dan Pidana Di Indonesia*. 22(5), 69–84.
- Gilang, A. (2017). *Perancangan Animasi Pendek Sebagai Konten Edukasi Griya Schizofren Surakarta Tugas* (Vol. 1).
- Gunasaumyadiva, G., Mpuhaji, A., Oka, A. A. N., & Darmadi, Y. (2021). Pidana Bagi Pelanggaran Hak Cipta Atas Hasil Karya Fotografi Dalam Hak Atas Kekayaan Intelektual. *Jurnal Kertha Wicara*, 10(28). <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/KW.2021.v10.i05.p08>
- Hasan, H. (2022). Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)*, 2(1), 23–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.24275>
- Heriwati, S. H., Prilosadoso, B. H., Pujiono, B., Suwondo, & Panindias, A. N. (2019). 3D puppets animation for encouraging character education and culture preservation in Surakarta. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 9(1), 1551–1555. <https://doi.org/10.35940/ijeat.A1341.109119>
- Heriwati, S. H., Pujiono, B., Panindias, A. N., Suwondo, S., & Prilosadoso, B. H. (2020). Hanoman's 2D animated character in ramayana wayang story. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(3), 168–174.

<https://doi.org/10.29332/ijssh.v4n3.527>

- Indah, G., & Yuningsih, A. (2019). Strategi Branding Perusahaan Yogurt Yoforia. *5 No 2*, 376–384. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.16886>
- Juang, R. P., Erviantono, T., & Azhar, M. A. (2016). Ham dan Politik Kriminal Pasca Orde Baru (Konstruksi Pelanggaran HAM Pada Kasus Pembantaian Dukun Santet di Kabupaten Banyuwangi Tahun 1998). *Politika Udayana*, *1*(1), 1–8. <https://doi.org/IOS2118.article-24043>
- Juwita, L. R., Minawati, R., & Karyadi, Y. (2021). Penciptaan Skenario Film Fiksi Sibilah Lantai Dengan Menerapkan Struktur Tiga Babak Dalam Meningkatkan Suspense. *Offscreen*, *1*(1). <https://doi.org/10.26887/os.v1i1.2184>
- Kaharuddin. (2021). Equilibrium : Jurnal Pendidikan Kualitatif : Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan*, *IX*(1), 1–8. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i1.4489>
- Kurniadi, H., & Hizasalasi, M. (2017). Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Diet Kantong Plastik Oleh Gidkp Di Indonesia. *Medium*, *6*(1), 21–31. [https://doi.org/10.25299/medium.2017.vol6\(1\).1085](https://doi.org/10.25299/medium.2017.vol6(1).1085)
- Kusuma, A. R., & Hidayat, T. (2017). *Perancangan Film Pendek Animasi 2d The Ant*.
- Maheswari, N. K. M. D., Budiatha, I. N. P., & Ujjanti, N. M. P. (2021). Perlindungan Hukum terhadap Pemegang Desain Industri yang Sama dengan Merek yang Berbeda. *Jurnal Preferensi Hukum*, *2*(1), 39–44. <https://doi.org/10.22225/jph.2.1.3049.39-44>
- Maryam, S., Rahman, M. A., & Priliantini, A. (2019). Pengaruh Kampanye Imunisasi Measles Rubella melalui Iklan Layanan Masyarakat oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia terhadap Perilaku Masyarakat. *Iptek*, *21*(1), 43–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.17933/iptekkom.21.1.2019.43-57>
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah*, *1*(1), 97–112. <https://doi.org/https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Nadya, & Sari, Y. P. (2019). Analisis Visual Penerapan 12 Prinsip Animasi Dalam Film Grey & Jingga : the Twilight Animated Series Episode 1. *Jurnal Titik Imaji*, *2*(2), 80–86. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/.v2i2.1955>
- Nasution, A. F. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. In M. Albina (Ed.), *CV. Harfa Creative* (1st ed., Vol. 6, Issue August). Harfa Creative. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v2i2.696>
- Nisa, N. K. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (Ilm) Dalam

- Pemasaran Sosial. *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 158–164. <https://doi.org/10.14710/interaksi,4,2,158-164>
- Nugroho, S. S. (2018). PUNAKAWAN Penuntun Menuju Amar Ma'ruf Nahi Munkar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Nuralan, S., Ummah, M. K., & Haslinda. (2022). Analisis Gaya Belajar Siswa Berprestasi di SD Negeri 5 Tolitoli. *GARBA RUJUKAN DIGITAL*, 1(1), 13–24. <https://doi.org/10.23917/ppd.v9i2.19667>
- Pratomo, S. A. (2017). Manajemen Aset Kekayaan Intelektual. *Kiat Bisnis Volume 6 No.5 Juni 2016*, 6(5). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.53712/jmm.v4i2.654>
- Prilosadoso, B. H., Kurniawan, R. A., Pandanwangi, B., & Yuniarto, I. K. (2021). appeal of cartoon characters in instructional media through animation in early childhood education in Surakarta. *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 35–38. <https://doi.org/10.31295/ijss.v4n1.430>
- Primadona, Y., & Rafiqi, Y. (2019). Analisis Swot Pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Madina Purbaratu Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 47–57. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.802>
- Priyono, L. A., Purwacandra, P. P., Gunanto, S. G., & Widhiyanti, K. (2020). Penerapan Prinsip Animasi dalam Penciptaan Animasi 3D “Kepiting.” *Journal of Animation and Games Studies*, 6(1), 51–66. <https://doi.org/10.24821/jags.v6i1.3854>
- Pujiono, B., Prilosadoso, B. H., & Supeni, S. (2020). Alternative Media for the Preservation of Traditional arts Through Collaboration Pop art Style Wayang Pacitan Beber. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(3), 151–159. <https://doi.org/https://doi.org/10.29332/ijssh.v4n3.490>
- Purwanto, S. (2016). *Makna Simbolisme Dalam Mantra Asmaragama Sang Arjuna*. 180, 50199.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Putra, A. K. (2016). Agreement on Agriculture Dalam World Trade Organizations. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 46(1), 90. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol46.no1.37>
- Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 259–265. <https://cashbac.com>
- Putu, N., Indra, S., Dewi, P., Windu, I. M., Kesiman, A., & Pradnyana, G. A.

- (2020). Penggunaan Prinsip Timing & Spacing Dalam Proses Pembuatan Film Animasi 3D Sejarah Hukum Tawan Karang. *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika*, 9(3), 204–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/karmapati.v9i3.29402>
- Ramli, A. M., Dewi, S., Rafianti, L., Ramli, T. S., Putri, S. A., & Lestari, M. A. (2021). Pelindungan Rahasia Dagang dalam Industri Jasa Telekomunikasi. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 15(2), 215. <https://doi.org/10.30641/kebijakan.2021.v15.215-230>
- Rianto, J., Sunardi, & Masturoh, T. (2010). *Buku Panduan Praktik Pakeliran Golek Padat* (I. M.N (ed.); 1st ed.).
- Rina, R. C., Adriati, I., & Irfansyah, I. (2017). Keanekaragaman Visualisasi Tokoh Arjuna dalam Media. *Seminar Nasional Seni Dan Desain 2017*, 44–49. <https://proceedings.sendesunesa.net/publications/196058/keanekaragaman-visualisasi-tokoh-arjuna-dalam-media#cite>
- Rosmiati, A., Kurniawan, R. A., Panindias, A. N., & Prilosadoso, B. H. (2020). Aspects of Visual Communication Design in Animated Learning Media for Early Childhood and Kindergarten. *International Journal of Social Sciences*, 3(1), 122–126. <https://doi.org/10.31295/ijss.v3n1.260>
- Sari, A., & Adrian, Q. J. (2020). Implementasi Augmented Reality Pada Buku “the Art of Animation: 12 Principles.” *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 109–119. <https://doi.org/10.33365/jatika.v1i1.230>
- Sari, R. P., Elianora, D., & Bakar, A. (2019). Perbandingan Efektivitas Penyuluhan Dengan Video Dan Animasi Tentang Makanan Kariogenik Terhadap Pengetahuan Siswa Kelas Iv Di Sdn 027Sungai Sapih Kec. Kuranji, Padang. *B-Dent, Jurnal Kedokteran Gigi Universitas Baiturrahmah*, 4(2), 117–125. <https://doi.org/10.33854/jbdjbd.103>
- Setianto, Y. A. (2019). Penciptaan Film Animasi 2d “Diruhi. In *Computers in Human Behavior* (Vol. 63, Issue May).
- Setiawan, A. (2017). *Perancangan Website Sebagai Media Promosi Brand Rolarala*.
- Sinta, G., & Sembiring, E. B. (2017). Multimedia Interaktif Untuk Promosi Produk Pada Pegadaian Menggunakan Metode Godfrey. <https://doi.org/https://doi.org/10.30871/deca.v2i02.1511>
- Soedarsono, R. M. (1997). *Wayang Wong Drama Tari Ritual Kenegaraan di Keraton Yogyakarta* (1st ed.). Gajah Mada University Press. <https://doi.org/941.43.09.97>
- Soepomo, P. (2013). Pembuatan Film Animasi Pendek “Dahsyatnya Sedekah” Berbasis Multimedia Menggunakan Teknik 2D Hybrid Animation Dengan Pemanfaatan Graphic. *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*, 1(1), 387–398. <https://doi.org/10.12928/jstie.v1i1.2554>

- Sombah, A. J. (2014). *Perlindungan Hukum Terhadap Hak Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (Kajian Pasal 42 Uu No. 32 Tahun 2000): Vol. II* (Issue 3).
- Sriasih, N. K., Darmawiguna, I. G. M., & Kesiman, I. M. W. A. (2020). Penggunaan Prinsip Staging Dalam Proses Pembuatan Film Animasi 3D Profil I Gusti Ketut Jelantik Sang. *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 9(2), 78–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/karmapati.v9i2.27180>
- Subandi, Prilosadoso, B. H., & Putri, R. O. C. E. (2022). Workshop Kreatif Karakter Wayang Material Limbah Sebagai Media Pengenalan Seni Tradisi Untuk Siswa Sd Negeri VI Mojosoongo Surakarta. *Abdi Seni*, 13(2), 126–134. <https://doi.org/10.33153/abdiseni.v13i2.4226>
- Sudaryat, Sukarsa, D. E., & Ramli, A. M. (2020). Perlindungan Kekayaan Intelektual Karya Kreatif Dan Inovatif Bisnis Startup di Indonesia. *Acta Diurnal Jurnal Hukum Kenotariatan*, 4(1), 68–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.23920/acta.v4i1.270>
- Sudjana. (2020). Penegakan Hukum Karya Cipta Perspektif Teori Fungsionalisme Struktural. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 22(1), 89–110. <https://doi.org/10.24815/kanun.v22i1.12925>
- Sudjana, S. (2019). Pembatasan Perlindungan Kekayaan Intelektual (Hak Cipta) dalam Perspektif Hak Asasi Manusia. *Jurnal HAM*, 10(1), 69. <https://doi.org/10.30641/ham.2019.10.69-83>
- Sugihartono, R. A., Prilosadoso, B. H., & Panindias, A. N. (2010). Animasi Kartun Dari Analog Sampai Digital. In *Indeks*. PT Indeks.
- Suhaimi, Kurniawan, Ramli, R., Tinianus, E., & Yuliansyah, D. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Kekayaan Intelektual (Hki) Di Indonesia. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5(1), 5–24. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2017.V17.195-208>
- Suhayati, M. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Ekonomi Pemilik Hak Terkait Dalam Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Negara Hukum*, 5(2), 207–221. <https://doi.org/10.22212/jnh.v5i2.241>
- Sunardi, D., Nugroho, D. S., & Kuwato. (2016). *Wayang Babad Nusantara Media Pengajaran Nilai Kebangsaan* (Sunardi, Galan, & S. Nugroho (eds.); 1st ed.). ISI Press.
- Sutedjo, A., & Prilosadoso, B. H. (2016). Perancangan Desain Permainan Materi Pendidikan Anak Usia Dini Berbasis Wayang Beber. *Acintya Jurnal Penelitian Seni Budaya*, ISI Surakarta, 8(1), 17–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.33153/acy.v8i1.1909>
- Tanadi, L., & Santoso, F. (2021). Studi Gerak Animasi Cartoony Sebagai Perancangan Animasi Pendek Bertema Cyberbullying. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 3(3), 206–223.

<https://doi.org/10.30998/vh.v3i3.3886>

- Tangkere, Z., Oliy, A., & Lasut4, R. (2021). *Tinjauan Hukum Sanksi Pidana Yang Dilakukan Dengan Kesengajaan Dalam Hal Paten Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016: Vol. X (Issue 13)*.
- Tendean, P. C. A., Husain, M. S., & Cahyadi, D. (2020). *Pengembangan Animasi Keterampilan Berbicara Bahasa Inggris Animation Development Of English Speaking Skills Using*.
- Tisanti, R. P. (2020). *Keefektifan media animasi ditinjau dari minat dan hasil belajar matematika siswa kelas v sd negeri 03 pedurungan kabupaten pemalang*.
- Umaroh, L., Nuswantoro, U. D., & Korespondensi, P. (2020). *Pengembangan Animasi Keterampilan Berbicara Bahasa Inggris Animation Development Of English Speaking Skills Using*. 7(2), 323–328. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202071897>
- Wahyuni, T. T. (2020). *Buku Pintar Wayang* (A. Vita (ed.); 1st ed.). Cemerlah Publishing.
- Wayan, N., & Sujayanthi, M. (2019). Budaya Perlindungan Hak Cipta Pada Ciptaan Seni Di Institut Seni Indonesia Denpasar. *Segara Widya*, 7(1), 31–35. <https://doi.org/https://doi.org/10.31091/sw.v7i1.676>
- Wicaksono, I. (2019). Politik Hukum Pelindungan Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia Pasca Di Ratifikasinya Trips Agreement. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 20(1), 149–162. <https://doi.org/10.24815/kanun.v20i1.9832>
- Widadijo, W. T. (2017). 12 Prinsip Animasi dalam Serial “ Adit & Sopo Jarwo .” *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 70–85. <https://doi.org/10.37505/aksa.v1i1.7>
- Wijanarko, A. (2020). Implementasi Prinsip Animasi Straight Ahead Action pada Karakter Hewan Berbasis Animasi 2D. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 1(1), 73–84. <https://doi.org/10.46510/jami.v1i1.20>

INTERNET

- Abshar, Muhammad Fa'iz Nur. 2021. “Belajar Dari Kasus: Lenovo Langgar Hak Paten Nokia! Ini Cara Melindungi Hak Paten.” *Smartlegal.Id*. Retrieved May 27, 2022 (<https://smartlegal.id/hki/hak-cipta/2021/04/09/belajar-dari-kasus-lenovo-langgar-hak-paten-nokia-ini-cara-melindungi-hak-paten/#fl-main-content>).
- Amrih, Pitoyo. 2023. “Buto Terong.” *Pitoyo.Com*. Retrieved August 21, 2023 (https://www.pitoyo.com/duniawayang/gallery/details.php?image_id=1591&mode=search&sessionid=pahtacuskjo1vsuh7hkas13db3&l=deutsch).

- Ananda. 2019. "Pengertian Dan Contoh Hak Paten Serta Perbedaan Dengan Hak Cipta." *Gramedia.Com*. Retrieved November 9, 2022 (<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-dan-contoh-hak-paten/>).
- Azkiya, Gulman. 2021. "6 Cara Mempromosikan Video Youtube, Efektif Tingkatkan Jumlah Penonton." *Blog.Skillacademy.Com*. Retrieved June 13, 2022 (<https://blog.skillacademy.com/cara-promosi-video-youtube>).
- Baihaqi, Farrel. 2022. "Pengertian Storyboard Dan Cara Pembuatannya." *Kelas.Work*. Retrieved January 2, 2023 (<https://kelas.work/blogs/pengertian-storyboard-dan-cara-pembuatannya>).
- Caturini, Rizki. 2018. "Langgar Hak Paten, Samsung Bayar US\$ 539 Juta Ke Apple." *Https://Internasional.Kontan.Co.Id/*. Retrieved May 27, 2022 (<https://internasional.kontan.co.id/news/langgar-hak-paten-samsung-bayar-us-539-juta-ke-apple>).
- Choiri, Eril Obeit. 2020. "12 Cara Promosi Di Instagram Untuk Pemula." *Https://Qwords.Com/*. Retrieved June 13, 2022 (<https://qwords.com/blog/cara-promosi-di-instagram/>).
- Darmawan, Hari. 2021. "Apple Didenda 308 Juta Dolar AS Karena Pelanggaran Hak Paten." *Tribunnews.Com*. Retrieved May 27, 2022 (<https://www.tribunnews.com/techno/2021/03/25/apple-didenda-308-juta-dolar-as-karena-pelanggaran-hak-paten#:~:text=TRIBUNNEWS.COM%2C JAKARTA - Perusahaan,Media Communications LLC atau PMC.>).
- Datareportal.com. 2021. "Digital 2021: Indonesia." *Datareportal.Com*. Retrieved June 3, 2022 (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>).
- Erlanmart. 2021. "Apple Gugat Mantan Karyawan Yang Bocorkan Rahasia Dagang." *Tek.Id*. Retrieved (<https://www.tek.id/tek/apple-gugat-mantan-karyawan-yang-bocorkan-rahasia-dagang-b2czC9kuj>).
- Harmony. 2021. "Apa Itu Hak Merek Dan Bagaimana Cara Mendaftarkannya?" *Harmony.Co.Id*. Retrieved November 9, 2022 (<https://www.harmony.co.id/blog/apa-itu-hak-merek>).
- Liputan6.com. 2021. "Selain GoTo, Berikut 6 Sengketa Merek Dagang Di Indonesia Yang Mencuat Ke Publik." Retrieved May 27, 2022 (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4706459/selain-goto-berikut-6-sengketa-merek-dagang-di-indonesia-yang-mencuat-ke-publik>).
- Ryandi, Ady Prawira. 2022. "Perjalanan Gugatan Pelanggaran Hak Cipta Lagu Lagi Syantik Siti Badriah, Gen Halilintar Kalah Di Pengadilan Artikel Ini Telah Tayang Di Kompas.Com Dengan Judul "Perjalanan Gugatan Pelanggaran Hak Cipta Lagu Lagi Syantik Siti Badriah, Gen Halilintar Kalah ." *Kompas.Com* 1. Retrieved May 25, 2022 (<https://www.kompas.com/hype/read/2022/05/21/090500566/perjalanan-gugatan-pelanggaran-hak-cipta-lagu-lagi-syantik-siti-badriah-gen?page=2>).

Salsabila, Alyssa. 2021. "Ini Dia! 5 Sengketa Merek Di Indonesia Yang Perlu Anda Ketahui." *Smartlegal.Id*. Retrieved May 27, 2022 (<https://smartlegal.id/hki/merek/2021/09/16/ini-dia-5-sengketa-merek-di-indonesia-yang-perlu-anda-ketahui/>).

Saputra, Andi. 2018. "Bocorkan Rahasia Dagang Racikan Kopi, Hi Pin Dibui." *News.Detik.Com*. Retrieved May 27, 2022 (<https://news.detik.com/berita/d-4289403/bocorkan-rahasia-dagang-racikan-kopi-hi-pin-dibui>).

Situmorang, Hendro D. 2022. "Penjual STB Tayangan Bajakan Sepakbola Divonis Bersalah." *Https://Www.Beritasatu.Com/*. Retrieved June 19, 2022 (<https://www.beritasatu.com/news/887311/penjual-stb-tayangan-bajakan-sepakbola-divonis-bersalah>).



LAMPIRAN

Transkrip Wawancara dan Dokumentasi Observasi

1. Wawancara Mantan Anggota Kemenhumkam

Pewawancara : Ziidan Bakhtiar

Narasumber : Anang Pratama Widiarsa, S.Sn., M.Sn

Waktu dan Tempat : LPPM, ISI Surakarta, Rabu 6 Maret 2023

a. Tanya (T): Apa yang dimaksud dengan Kekayaan Intelektual?

Jawab (J): Hasil olah pikir manusia yang menghasilkan suatu barang, produk, jasa atau karya seni lainnya yang bersifat tak berujung yang diperlukan dalam kegiatan perdagangan artinya kekayaan intelektual itu tidak akan memiliki arti apabila tidak ada suatu perdagangan yang menghasilkan nilai ekonomi terhadap penciptanya, pendesainnya, inventornya dan pemegang hak atas suatu identitas perdagangan barang maupun jasa. Intinya perlindungan kekayaan intelektual sama halnya melindungi aset suatu barang yang berwujud. Di Indonesia perlindungan kekayaan intelektual bersifat deklaratif dan konstitutif, deklaratif artinya suatu hak akan timbul secara otomatis setelah karya tersebut diciptkan dan diumumkan kepada pihak lain, secara konstitutif artinya suatu hak didapatkan melalui sistem pendaftaran sehingga menimbulkan hak, deklaratif. Hak deklaratif untuk apa saja, untuk copyright atau hak cipta, hak cipta itu dilindungi ketika suatu karya itu diciptakan dan dipublikasikan kepada pihak lain namun demikian di Indonesia diatur oleh undang-undang hak cipta no 28 tahun 2014 bahwa negara mengatur dengan adanya sistem pencatatan hak cipta artinya harus mendaftar agar itu dapat tercatat. Fungsinya agar apabila nanti terjadi suatu pelanggaran maka akan mudah bagi negara mengatur, memfasilitasi upaya penegakan hukum berdasarkan surat pencatatan yang dilakukan negara. Kemudian apakah surat tersebut menjadi syarat yang mutlak atas kepemilikan hak? Maka itu oleh negara dalam undang-undang hak cipta disampaikan