

**PENGIMPLEMENTASIAN TEKNIK *STOP MOTION* DALAM
PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN HEMAT BAHAN
BAKAR MINYAK MENGGUNAKAN
ADOBE AFTER EFFECT**

SKRIPSI



disusun Oleh

Imam Fikril Hakim

12.11.6590

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**PENGIMPLEMENTASIAN TEKNIK *STOP MOTION* DALAM
PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN HEMAT BAHAN
BAKAR MINYAK MENGGUNAKAN
ADOBE AFTER EFFECT**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

Imam Fikril Hakim

12.11.6590

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGIMPLEMENTASIAN TEKNIK *STOP MOTION* DALAM
PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN HEMAT BAHAN
BAKAR MINYAK MENGGUNAKAN
ADOBE AFTER EFFECT**

Yang disusun oleh

Imam Fikril Hakim

12.11.6590

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada tanggal 11 Maret 2016

Dosen Pembimbing

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGIMPLEMENTASIAN TEKNIK *STOP MOTION* DALAM
PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN HEMAT BAHAN
BAKAR MINYAK MENGGUNAKAN
ADOBE AFTER EFFECT**

Yang disusun oleh

Imam Fikril Hakim

12.11.6590

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 4 Maret 2016

Susunan Dewan Penguji

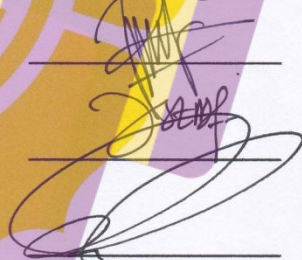
Nama Penguji

Robert Marco, MT
NIK. 190302228

Yuli Astuti, M.Kom
NIK. 190302146

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 9 Maret 2016



Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 12 Maret 2016



Imam Fikril Hakim

12.11.6590

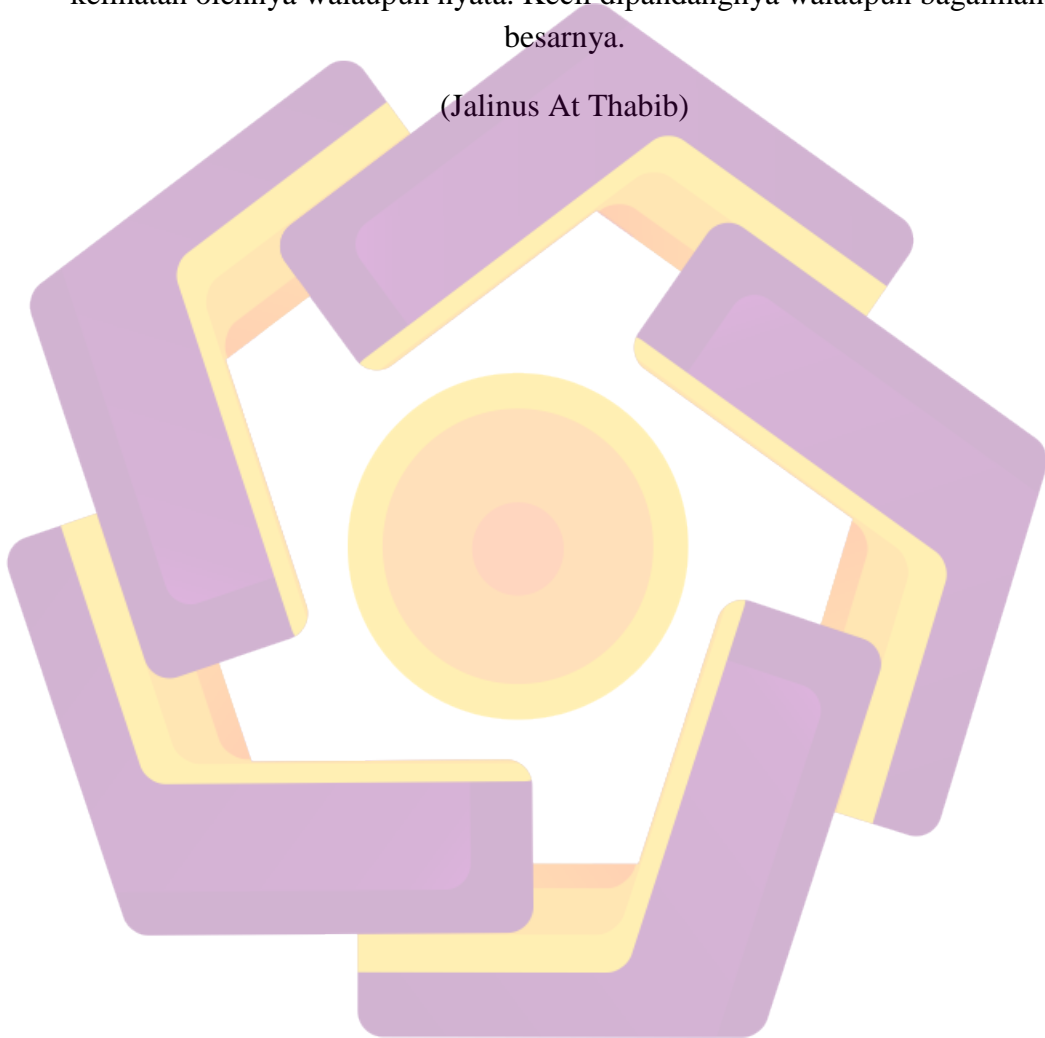
MOTTO

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.

(Aristoteles)

Karena manusia cinta akan dirinya, tersembunyilah baginya aib dirinya; tidak kelihatan olehnya walaupun nyata. Kecil dipandangnya walaupun bagaimana besarnya.

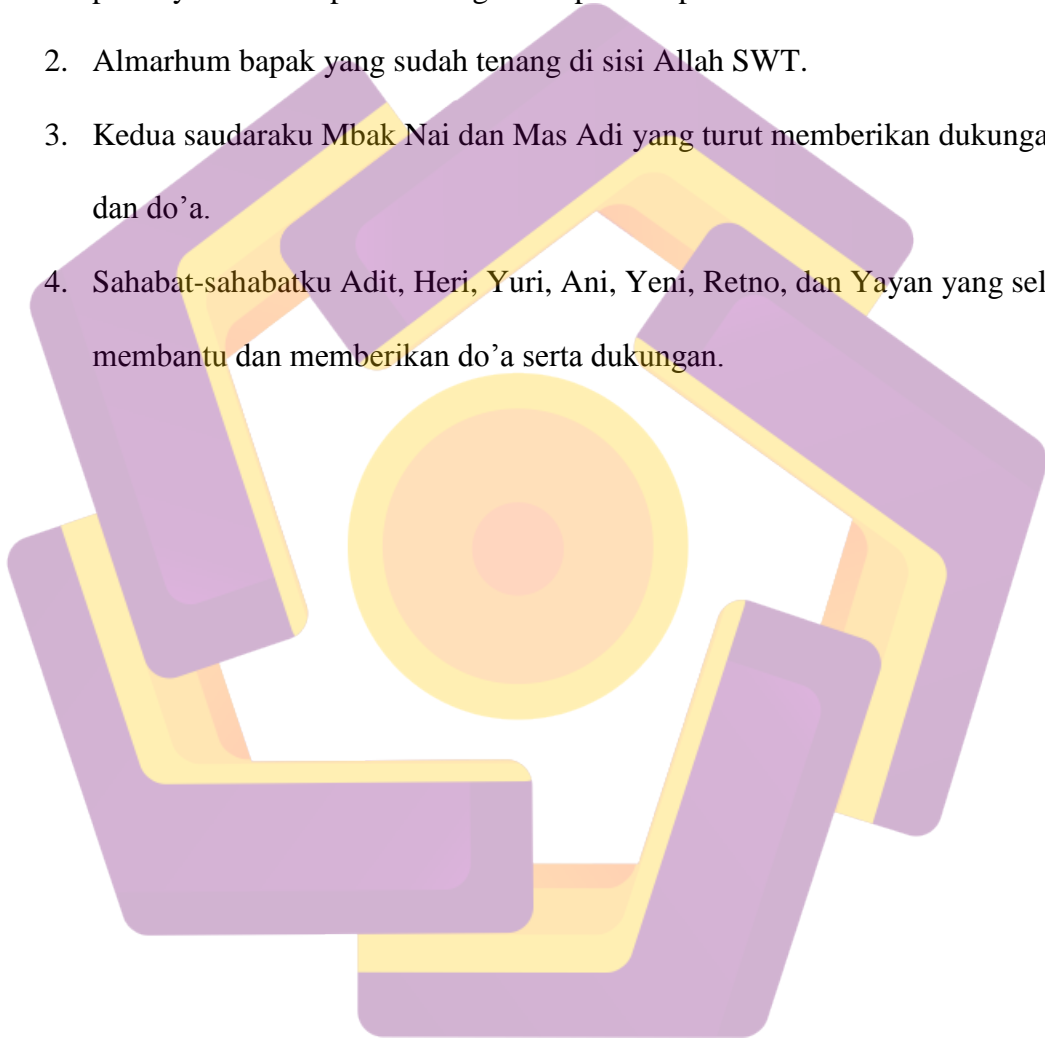
(Jalinus At Thabib)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan pertanyaan-pertanyaan terkait perkembangan skripsi setiap hari.
2. Almarhum bapak yang sudah tenang di sisi Allah SWT.
3. Kedua saudaraku Mbak Nai dan Mas Adi yang turut memberikan dukungan dan do'a.
4. Sahabat-sahabatku Adit, Heri, Yuri, Ani, Yeni, Retno, dan Yayan yang selalu membantu dan memberikan do'a serta dukungan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Berjudul “Pengimplementasian Teknik *Stop Motion* Dalam Pembuatan Video Periklanan Hemat Bahan Bakar Minyak Menggunakan Adobe After Effect”.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan kelulusan jenjang Program Sarjana Strata 1 pada jurusan Teknik Informatika di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, M.T selaku ketua Jurusan Teknik Informatika.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, dan pengetahuannya, serta kemudahan yang telah diberikan.
4. Keluarga dan teman yang telah membantu terselesaikannya Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan laporan serupa di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 12 Maret 2016

Penulis

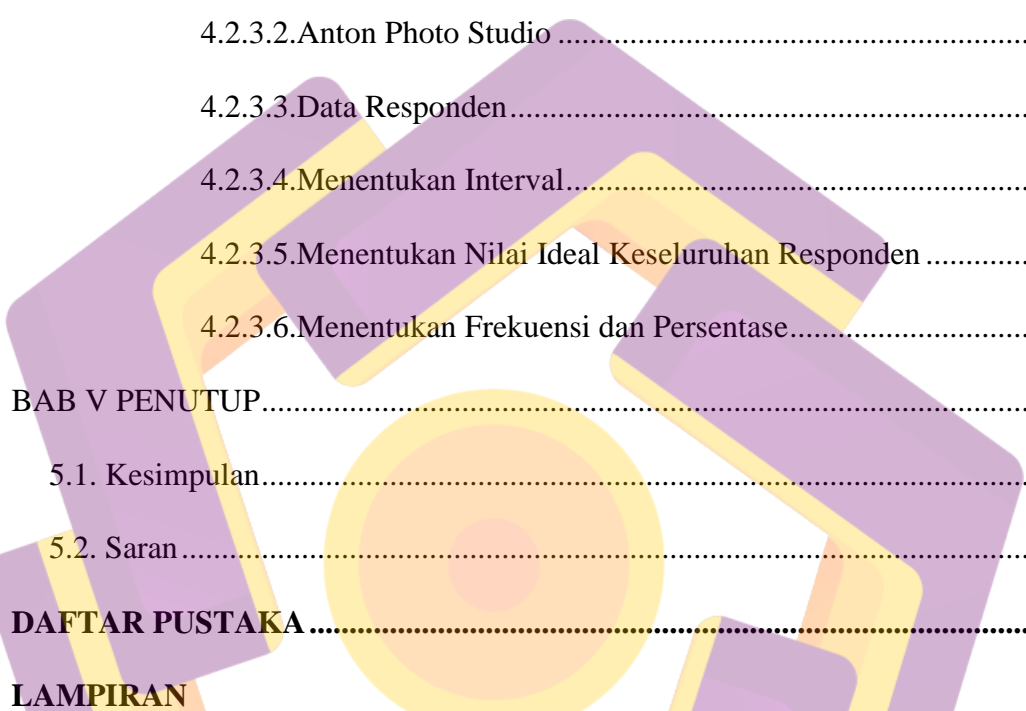
DAFTAR ISI

JUDUL	I
PERSETUJUAN.....	II
PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN.....	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
INTISARI	XVI
ABSTRACT	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	3
1.6. Metode Penelitian.....	3
1.6.1. Metode Pengumpulan Data	3
1.6.2. Metode Perancangan Iklan	4
1.6.2.1.Pra Produksi.....	4

1.6.2.2.Produksi	4
1.6.2.3.Pasca Produksi	5
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Tinjauan Pustaka	9
2.2. Iklan.....	9
2.2.1. Definisi Iklan.....	9
2.2.2. Penetapan Tujuan Periklanan	9
2.2.2.1.Iklan Informatif.....	10
2.2.2.2.Iklan Persuasif	10
2.2.2.3.Iklan Pengingat	10
2.2.2.4.Iklan Penambah Nilai	11
2.2.2.5.Iklan Bantuan Aktivitas Lain.....	11
2.3. Iklan Televisi.....	11
2.3.1. Komponen Iklan Televisi	11
2.3.1.1.Audio	12
2.3.1.2.Video.....	12
2.4. Animasi	13
2.4.1. Pengertian Animasi	13
2.4.2. Jenis Animasi.....	13
2.5. Istilah Pengambilan Gambar	17
2.6. Standar Video	18
2.7. Pengolahan Data Kuesioner	19
2.7.1. Skala <i>Likert</i>	19

2.7.2. Rumus Persentase	20
2.8. Tahap Memproduksi Iklan	21
2.8.1. Pra Produksi.....	21
2.8.1.1.Penentuan Ide Cerita.....	22
2.8.1.2.Pembuatan Naskah Cerita/ <i>Screenplay</i>	22
2.8.1.3.Pembuatan <i>Storyboard</i>	25
2.8.2. Produksi.....	27
2.8.2.1.Tata <i>Setting</i>	28
2.8.2.2.Tata Suara	28
2.8.2.3.Tata Cahaya	28
2.8.3. Pasca Produksi.....	29
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
3.1. Tahapan Analisis	30
3.1.1. Mengidentifikasi Masalah	30
3.1.2. Analisis SWOT.....	31
3.1.2.1.Analisis <i>Strength</i> (Kekuatan).....	31
3.1.2.2.Analisis <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	32
3.1.2.3.Analisis <i>Opportunities</i> (Peluang)	32
3.1.2.4.Analisis <i>Threats</i> (Ancaman).....	32
3.2. Analisis Kebutuhan Iklan	33
3.2.1. Analisis Kebutuhan Fungsional Iklan	33
3.2.2. Analisis Kebutuhan Non Fungsional Iklan.....	33
3.2.2.1.Aspek <i>Hardware</i>	34

3.2.2.2.	Aspek <i>Software</i>	35
3.2.2.3.	Apek Media Yang Digunakan	37
3.3.	Segmentasi Pasar	38
3.3.1.	Segmentasi Demografis	39
3.3.2.	Segmentasi Psikografis	39
3.3.3.	Segmentasi Manfaat	39
3.4.	Tahap Pra Produksi	39
3.4.1.	Ide Cerita	40
3.4.2.	Tema	40
3.4.3.	Pemilihan Karakter Tokoh	40
3.4.4.	Pembuatan Naskah	42
3.4.5.	Pembuatan <i>Storyboard</i>	43
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		45
4.1.	Tahap Produksi	45
4.1.1.	<i>Modelling</i>	45
4.1.1.1.	Pemilihan Karakter	45
4.1.1.2.	<i>Setting</i> Tempat	46
4.1.2.	<i>Shooting</i>	47
4.1.2.1.	<i>Setting Camera</i>	48
4.1.2.2.	Teknik Pengambilan Gambar	48
4.1.2.3.	Tata Letak Objek dan Kamera	49
4.1.3.	Pengeditan Kecerahan	50
4.1.4.	Penyusunan Teknik <i>Stop Motion</i>	52
4.2.	Tahap Pasca Produksi	55



4.2.1. <i>Sound Editing</i>	55
4.2.2. <i>Video Converting</i>	58
4.2.3. Uji Kuesioner	60
4.2.3.1.Asrama Puteri Kambang Tanjung	61
4.2.3.2.Anton Photo Studio	61
4.2.3.3.Data Responden.....	61
4.2.3.4.Menentukan Interval.....	66
4.2.3.5.Menentukan Nilai Ideal Keseluruhan Responden	67
4.2.3.6.Menentukan Frekuensi dan Persentase.....	67
BAB V PENUTUP	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pengkategorian Skor Jawaban	21
Tabel 3.1 Rincian Biaya Peralatan <i>Shooting</i>	35
Tabel 3.2 Rincian Biaya Peralatan <i>Editing</i>	35
Tabel 3.3 Rincian Biaya <i>Software</i>	36
Tabel 3.4 Rincian Biaya Media Yang Digunakan	38
Tabel 4.1 Daftar Pertanyaan Uji Kuesioner	62
Tabel 4.2 Skor Penilaian	63
Tabel 4.3 Data Responden	64
Tabel 4.4 Hasil Penilaian	65
Tabel 4.5 Pengkategorian Skor Jawaban	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Contoh <i>Traditional Animation</i>	14
Gambar 2.2	Contoh <i>Stop Motion Animation</i>	15
Gambar 2.3	Contoh <i>Computer Graphic Animation</i>	16
Gambar 2.4	Format <i>storyboard</i> tiga kolom	26
Gambar 2.5	Format <i>storyboard</i> dengan gambar sederhana	27
Gambar 3.1	Karakter Utama Fikri	41
Gambar 3.2	Karakter Istri Fikri.....	41
Gambar 3.3	Karakter Tukang Bubur.....	41
Gambar 3.4	Karakter Tukang Bakso.....	42
Gambar 3.5	Karakter Pedagang Minuman Keliling.....	42
Gambar 3.6	Karakter Tukang Ojek.....	42
Gambar 3.7	Cuplikan Naskah Iklan Hemat Bahan Bakar.....	43
Gambar 3.8	Cuplikan <i>Storyboard</i> Iklan Hemat Bahan Bakar Minyak	44
Gambar 4.1	Karakter Lego Fikri.....	45
Gambar 4.2	Rumah Lego Fikri	46
Gambar 4.3	Kantor Fikri	46
Gambar 4.4	SPBU	47
Gambar 4.5	Penitipan Mobil.....	47
Gambar 4.6	Gambar <i>Long Shot</i> (LS)	48
Gambar 4.6	Gambar <i>Medium Shot</i> (MS)	49
Gambar 4.7	Tata Letak Objek Dan Kamera.....	49
Gambar 4.8	Gambar Yang Akan Diedit.....	50
Gambar 4.9	<i>Input Levels</i>	51

Gambar 4.10 <i>Contrast +55</i>	51
Gambar 4.11 Membuka Adobe After Effects CS3	52
Gambar 4.12 Gambar <i>Composition Setting</i>	53
Gambar 4.13 Gambar <i>Import File</i>	53
Gambar 4.14 Gambar Didrag Ke <i>Timeline</i>	54
Gambar 4.15 Gambar <i>Sequence Layers</i>	54
Gambar 4.16 Gambar <i>Render</i>	55
Gambar 4.17 Gambar <i>Import Audio</i>	56
Gambar 4.18 Gambar Hasil Cut dan Pindahkan Letak Audio	57
Gambar 4.19 Gambar <i>Export Audio</i>	57
Gambar 4.20 Gambar <i>Timeline Any Video Converter</i>	58
Gambar 4.21 Gambar <i>Add or Drag File</i>	59
Gambar 4.22 Gambar <i>Add Audio</i>	59
Gambar 4.23 Gambar <i>Basic Setting</i>	60
Gambar 4.24 Gambar <i>Button Convert</i>	60

INTISARI

Peran animasi dalam dunia periklanan menjadi salah satu kekuatan dalam merancang desain komunikasi visual untuk menarik perhatian masyarakat. Iklan yang ditampilkan mampu memberikan kesan yang positif terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Sehingga banyak pihak yang berlomba untuk menarik perhatian masyarakat menggunakan animasi untuk periklanan.

Dalam hal ini, penulis mengangkat sebuah tema iklan layanan masyarakat dengan menggunakan teknik *stop motion* tentang hemat bahan bakar minyak. Seperti kita ketahui, penggunaan kendaraan pribadi khususnya mobil telah menjadi gaya hidup di kalangan masyarakat. Hal tersebut berdampak negatif untuk ketersediaan bahan bakar minyak di masa yang akan datang. Untuk itu penulis menyajikan pesan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam penghematan bahan bakar minyak.

Dalam skripsi ini penulis mencoba memberikan gambaran mengenai penghematan bahan bakar minyak yang hasilnya ditujukan untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat. Bentuk animasi *stop motion* diharapkan menarik perhatian memahami tujuan yang ingin disampaikan. Dalam hal ini pesan yang disampaikan kepada masyarakat adalah pentingnya peran serta masyarakat dalam penghematan bahan bakar minyak.

Kata kunci : Iklan Layanan Masyarakat, Hemat Bahan Bakar Minyak, *Stop Motion*, Animasi, Periklanan.

ABSTRACT

The role of animation in advertising became one of the strengths in designing a visual communication design to attract public attention. The ads displayed are able to give a positive impression of the product or service being offered. So many parties competing to attract the attention of the public to use animation for advertising.

In this case, the author raised a theme of public service ads using stop motion techniques on saving fuel. As we know, the use of private vehicles, especially cars has become a way of life in the community. It is a negative impact on the availability of fuel in the future. To the authors present a social message which aims to increase public awareness in saving fuel.

In this paper the author tries to give an idea of the savings in fuel that results are intended to provide information and education to the community. Forms of stop motion animation is expected to draw attention to understand the objectives to be delivered. In this case the message is delivered to the public is the importance of public participation in saving fuel.

Keyword : *Public Service Advertisement, Safe Fuel, Stop Motion, Animation, Advertising.*