

**PEMBUATAN IKLAN PADA TOP GEAR COFFEE SHOP  
MENGUNAKAN ANIMASI DAN HYPERLAPSE**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Yulianto Riza Syamdari**

**11.12.6108**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2015**

**PEMBUATAN IKLAN PADA TOP GEAR COFFEE SHOP  
MENGUNAKAN ANIMASI DAN HYPERLAPSE**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

**Yulianto Riza Syamdari**

**11.12.6108**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2015**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN PADA TOP GEAR COFFEE SHOP  
MENGUNAKAN ANIMASI DAN HYPERLAPSE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yulianto Riza Syamdari**

**11.12.6108**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 24 Oktober 2014

**Dosen Pembimbing,**

**Mei P Kurniawan, M.Kom**

**NIK. 190302187**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN PADA TOP GEAR COFFEE SHOP  
MENGUNAKAN ANIMASI DAN HYPERLAPSE**

yang disusun oleh

**Yulianto Riza Syamdari**

**11.12.6108**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 27 Mei 2015  
**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

Sudarmawan, MT  
NIK. 190302035

Mei P Kurniawan, M.Kom  
NIK. 190302187


Nila Feby Puspitasari, S.Kom, M.Cs  
NIK. 190302161

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 3 Juni 2015

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**

  
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, 1 Juni 2015



Meterai

Yulianto Riza Syamdari

NIM. 11.12.6108

## MOTTO

**Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (Q.S Al-Insyirah 6-7)**



**Kesalahan Yang Paling Besar Bukanlah Kegagalan, Tetapi Adalah Berhenti Dan Menyerah Sebelum Merasakan Keberhasilan**



## PERSEMBAHAN

Puji syukur selalu terpanjatkan ke hadirat Allah Shubhanallah wa taala beserta sholawat dan salam semoga selalu tumpah limpah kepada Rasulullah Shallallahu 'alaihi wasallam, ku persembahkan skripsi ini untuk:

- Orang tua yang selalu berdo'a untuk anaknya, memberi motivasi, dukungan dalam segala hal.
- Seluruh keluarga besar saya .
- Saudara-saudara yang selalu menanyakan "kamu wisuda kapan?" kata-kata yang membuat saya termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi.
- Kepada dosen pembimbing Bapak Mei P Kurniawan
- Semua dosen yang telah mengajarkan ilmu yang sangat berharga.
- Teman-teman seperjuangan  
(sigit,ari,fajar,coco,erik,ega,anggoro,satrio,dani,oddo,bebet,faisal, bili,hendri,muklis,kenyik,karyo,adit,gusti,samsul,bimo,anas,aji,alan,g agas,janu,venita,bella,farisha,sita,olin.)
- Dan Seluruh Keluarga Besar 11-S1SI-11.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Shubhanallah wa taala, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya dan segala kebaikannya bagi penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi yang merupakan salah satu prasyarat untuk meraih gelar Sarjana Komputer.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut.

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku ketua STMIK AMIKOM YOGYAKARTA, yang telah mengesahkan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, M.M. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom, bapak Sudarmawan, MT ibu Nila Feby Puspitasari, S.Kom, M.Cs selaku penguji yang telah menguji penulis sehingga dapat lulus sebagai secepatnya seorang sarjana.
5. Bapak Wira Prima Satya selaku pemilik Coffe Shop yang telah mengizinkan untuk menjadi objek penelitian skripsi saya



6. Semua pihak yang berkontribusi yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam pelaksanaan skripsi ini

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Di akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.



Yogyakarta, 1 Juni 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka .....	6
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	6

2.2.1	Sejarah Multimedia .....	6
2.2.2	Pengertian Multimedia .....	7
2.2.3	Element Multimedia .....	7
2.3	Animasi .....	8
2.3.1	Jenis Animasi .....	9
2.3.2	Prinsip Animasi .....	13
2.4	Periklanan .....	16
2.4.1	Pengertian Periklanan .....	16
2.4.2	Definisi Iklan .....	16
2.4.3	Jenis Iklan .....	17
2.5	Pengertian Iklan Televisi .....	19
2.5.1	Langkah-langkah dalam Strategi Merancang Iklan Televisi .....	19
2.5.2	Strategi Menerapkan Audien Sasaran .....	20
2.6	Tahap Memproduksi Iklan .....	23
2.6.1	Pra produksi .....	23
2.6.2	Produksi .....	24
2.6.3	Pasca Produksi .....	24
2.7	<i>Hyperlapse</i> .....	25
2.7.1	Pengertian <i>Hyperlapse</i> .....	25
2.7.2	Perkembangan <i>Hyperlapse</i> .....	26
BAB III .....		27
ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM .....		27
3.1	Tinjauan Umum .....	27
3.1.1	Latar Belakang Perusahaan .....	27
3.1.2	Visi dan Misi .....	28

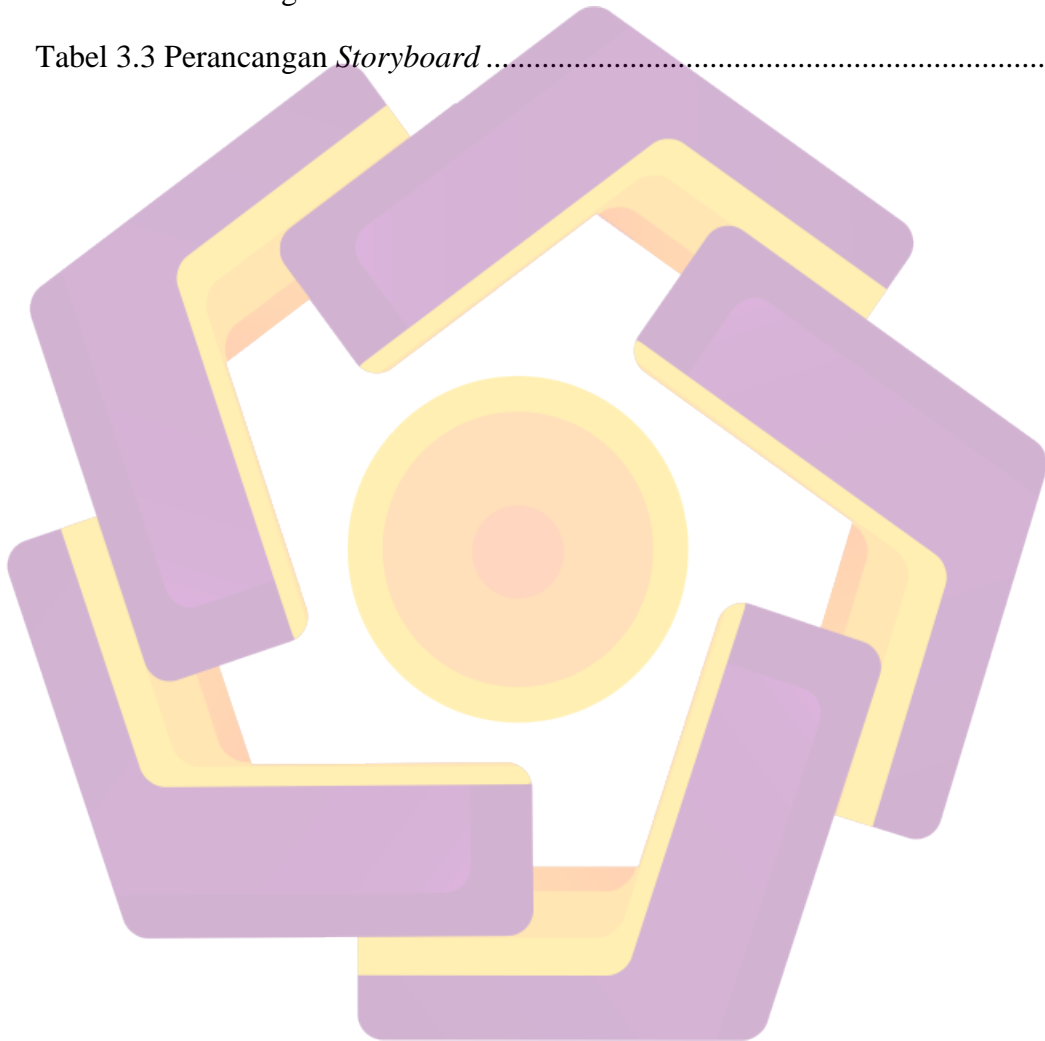
3.1.3	Logo .....	28
3.1.4	Struktur Organisasi .....	29
3.2	Analisis .....	29
3.2.1	Analisi SWOT .....	30
3.2.2	Analisi Kebutuhan Sistem .....	34
3.2.3	Analisis Kelayakan Sistem .....	35
3.2.4	Tahap Praproduksi .....	37
<b>BAB IV</b>	.....	<b>42</b>
<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>42</b>
4.1	Implementasi .....	42
4.1.1	Produksi Iklan .....	43
4.1.2	Tahap Pasca Produksi .....	44
4.2	Perencanaan Media .....	54
4.3	Rekomendasi Jumlah dan Waktu Tayang .....	55
4.4	Asumsi Biaya .....	55
<b>BAB V</b>	.....	<b>57</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>57</b>
5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>59</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Element Multimedia.....	7
Gambar 2.2 Tokoh Yang Memperkenalkan <i>Hyperlapse</i> .....	25
Gambar 3.1 Logo TopGear Coffee Shop .....	28
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	29
Gambar 4.1 Daftar Gambar Implementasi.....	42
Gambar 4.2 Tampilan Manajemen File .....	45
Gambar 4.3 Tampilan Photoshop.....	46
Gambar 4.4 Membuat <i>Timelapse</i> dan Efek Cahaya.....	47
Gambar 4.5 Membuat <i>Hyperlapse</i> .....	47
Gambar 4.6 Proses Menghilangkan Green Screen.....	48
Gambar 4.7 Memberi Animasi Gambar Makanan.....	49
Gambar 4.8 Proses Animasi Logo .....	50
Gambar 4.9 Proses Perekaman Suara.....	51
Gambar 4.10 Setting Render .....	52
Gambar 4.11 Proses Render.....	53
Gambar 4.12 Hasil Akhir.....	54
Gambar 4.13 Bukti Kwitansi.....	55
Gambar 4.14 Bukti Tayang .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT .....	33
Tabel 3.2 Perancangan Naskah .....	38
Tabel 3.3 Perancangan <i>Storyboard</i> .....	39





## INTISARI

Televisi adalah salah satu media promosi yang paling diminati oleh masyarakat. Selain diminati, melalui televisi kita dapat mengetahui tentang berbagai hal. Salah satunya iklan, iklan melalui media televisi adalah salah satu media promosi yang sangat diminati dan mudah menarik minat masyarakat. Sehingga produk produk dipasaran dapat dikenal oleh masyarakat dengan baik. Oleh karena itu, banyak pemilik produk dipasaran yang menggunakan media promosi ini.

Dengan melihat peluang tersebut memberikan inspirasi kepada saya, untuk membuat sebuah media promosi pada TOPGEAR Coffee Shop menggunakan animasi dan hyperlapse. Dengan media promosi diharapkan dapat membuat TOPGEAR Coffee Shop menjadi lebih dikenal oleh masyarakat. Penggunaan teknik hyperlapse yaitu penggabungan beberapa foto, yang difokuskan pada objek tertentu dengan menggerakkan kamera sesuai konsistensi jarak pengambilan foto. Selain menggunakan teknik hyperlapse, juga menggunakan teknik animasi pada tulisan. Dalam pembuatan media promosi iklan, menggunakan software Adobe After Effect, Adobe Premiere, dan Photoshop.

**Kata Kunci** :Perancangan Iklan “TopGear Coffee Shop” Menggunakan Teknik Animasi dan Hyperlapse

## ABSTRACT

*Television is one of the media promotion of the most in demand by the public. In addition to demand, through television we can know about various things. One of them advertising, advertising on television is one of the media promotion is very popular and easily attract people's interest. So that the products in the market can be known by the public as well. Therefore, many owners of the products on the market that use this media campaign.*

*By looking at these opportunities to inspire me, to create a media campaign on TopGear Coffee Shop uses animation and hyperlapse. With the media campaign is expected to make TopGear Coffee Shop became better known by the public. The use of techniques hyperlapse the incorporation of some of the photos, which is focused on a specific object by moving the corresponding camera image capture distance consistency. Besides using hyperlapse techniques, also using animation techniques in writing. In making media advertising campaign, using the software Adobe After Effects, Adobe Premiere, and Photoshop.*

**Keywords :** *The Design of Advertising “TopGear Coffee Shop” Using Technique of Animation and Hyperlapse*

