

**IMPLEMENTASI TEKNIK POP UP DENGAN SOFTWARE ADOBE
AFTER EFFECT PADA IKLAN “LOEMPJA BOOM”
YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Diploma D3
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

Dwi Septa Rizqullah 12.01.3120

Alfian Nugroho 12.01.3140

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**IMPLEMENTASI TEKNIK POP UP DENGAN SOFTWARE ADOBE
AFTER EFFECT PADA IKLAN “LOEMPIA BOOM”
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dwi Septa Rizqullah 12.01.3120

Alfian Nugroho 12.01.3140

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 30 Oktober 2014

Dosen Pembimbing,



Tony Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**IMPLEMENTASI TEKNIK POP UP DENGAN SOFTWARE ADOBE
AFTER EFFECT PADA IKLAN “LOEMPIA BOOM”
YOGYAKARTA**

yang disusun oleh

Dwi Septa Rizqullah

12.01.3120

yang telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 04 Maret 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom
NIK.190302047

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK.190302215

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 13 Maret 2015

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



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

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**IMPLEMENTASI TEKNIK POP UP DENGAN SOFTWARE ADOBE
AFTER EFFECT PADA IKLAN "LOEMPJA BOOM"**

YOGYAKARTA

yang disusun oleh

Alfian Nugroho

12.01.3140

yang telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 04 Maret 2015

Susunan Dewan Penguji

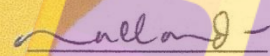
Nama Penguji

Tanda Tangan

Sudarmawan, MT
NIK.190302035



Ahmad Dahlan, M.Kom
NIK. 190302174



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 13 Maret 2015

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Syanto, M.M.
NIK. 190302001



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, tugas akhir ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam tugas akhir 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, 8 Maret 2015

Nama

NIM

Tanda Tangan

Dwi Septa Rizqullah

12.01.3120

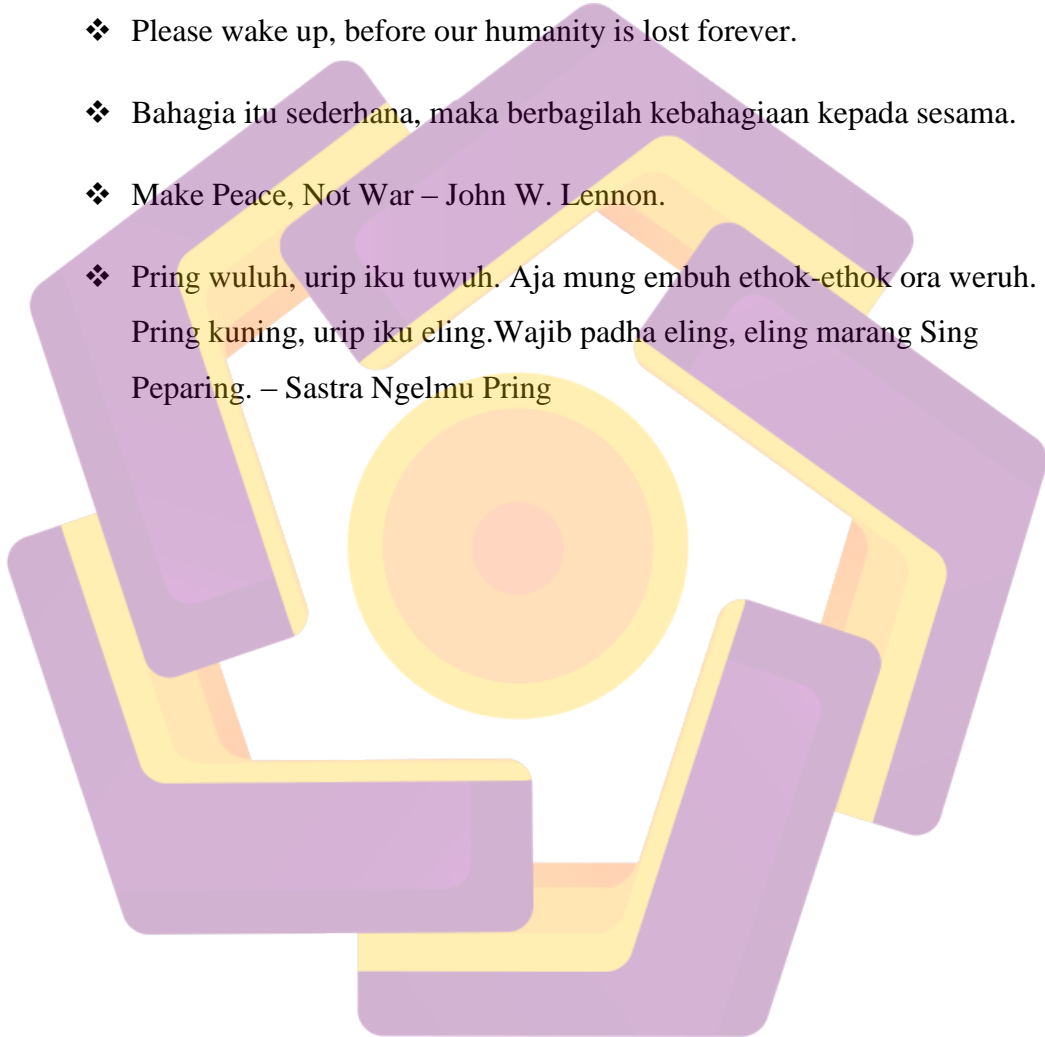
Alfian Nugroho

12.01.3140



HALAMAN MOTTO

- ❖ Sebaik – baiknya manusia adalah manusia yang bermanfaat bagi makhluk hidup lain.
- ❖ Jadilah manusia yang memegang teguh tanggung jawab.
- ❖ Please wake up, before our humanity is lost forever.
- ❖ Bahagia itu sederhana, maka berbagilah kebahagiaan kepada sesama.
- ❖ Make Peace, Not War – John W. Lennon.
- ❖ Pring wuluh, urip iku tuwuh. Aja mung embuh ethok-ethok ora weruh. Pring kuning, urip iku eling. Wajib padha eling, eling marang Sing Peparang. – Sastra Ngelmu Pring



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah sholawat dan salam atas Rasulullah, keluarga, para sahabat, dan segenap pengikutnya hingga akhir zaman. Segala puji milik Allah Subhanahu wata'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah dan taufik-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

- Kedua orang tua yang saya cintai dan sayangi, terima kasih telah bersabar mendidik, merawat, mendoakan dan menasehati saya yang bandel ini. Terima kasih atas segalanya, saya cinta mencintai dan menyanyangi kalian berdua.
- Saudara saya, kakak - kakakku dan adikku. Kalian telah menjadi penyemangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Pesan untuk kalian kakak – kakakku cepatlah sukses dan membanggakan orang tuamu dan untuk adikku jadilah anak yang terbaik jangan tiru kakak – kakakmu ini.
- Untuk teman lembur kerja Tugas Akhir ini Dwi Septa Rizqullah, terima kasih sudah mau bekerja sama dengan saya dan sudah mau bersabar menanggapi saya yang ceriwis ini.
- Juga untuk anak kontrakan saya Mas Tatto Widadi, Mas Atenk, Mas Ucok, Suroso dan Mas Bagas. Terima kasih sudah mau berbagi berbagai ilmu, nasehat, canda gurau, dan moment kocak. hahaha Kalian semua itu PUNK!!

- Untuk keluarga kontrakan Septa Papoy. Terimakasih untuk setiap dukungan, canda dan tawa selama mengerjakan tugas akhir.
- Untuk teman, sahabat sewaktu kuliah khususnya para pejuang D3TI – 03 karena sudah diberi semangat untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih juga buat keluarga FBR yang selalu kocak setiap saat.
- Terimakasih juga untuk Mas Indra karena telah banyak memberikan ilmunya serta referensi dan telah menolong juga dalam kelancaran pengetikkan naskahnya. Haha terimakasih bosku
- Untuk teman dan sahabat – sahabat saya semasa dulu sampai sekarang Lani, Mbonges, Ufik, Akronimus, Ari, Mbucu, Kak Mbote, Si Ndut terimakasih semuanya kalian memang the best. hahaha
- Untuk seseorang yang terkasih pula yang ada disana. :)
- Serta STMIK AMIKOM YOGYAKARTA tempat saya bernaung, belajar menimba ilmu ini, para Dosen dan juga Mahasiswa- mahasiswanya karna memberikan saya banyak pandangan untuk belajar dan mau belajar dari apa yang ada didalamnya.

Untuk semua pihak yang telah mendoakan, berkontribusi dan mendukung saya sampai saat ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu karna ini hanyalah sebuah kertas HVS putih yang tidak muat untuk dituliskan semua terima kasih banyak yang sebesar – besarnya aku padamu pokoknya.

KATA PENGANTAR

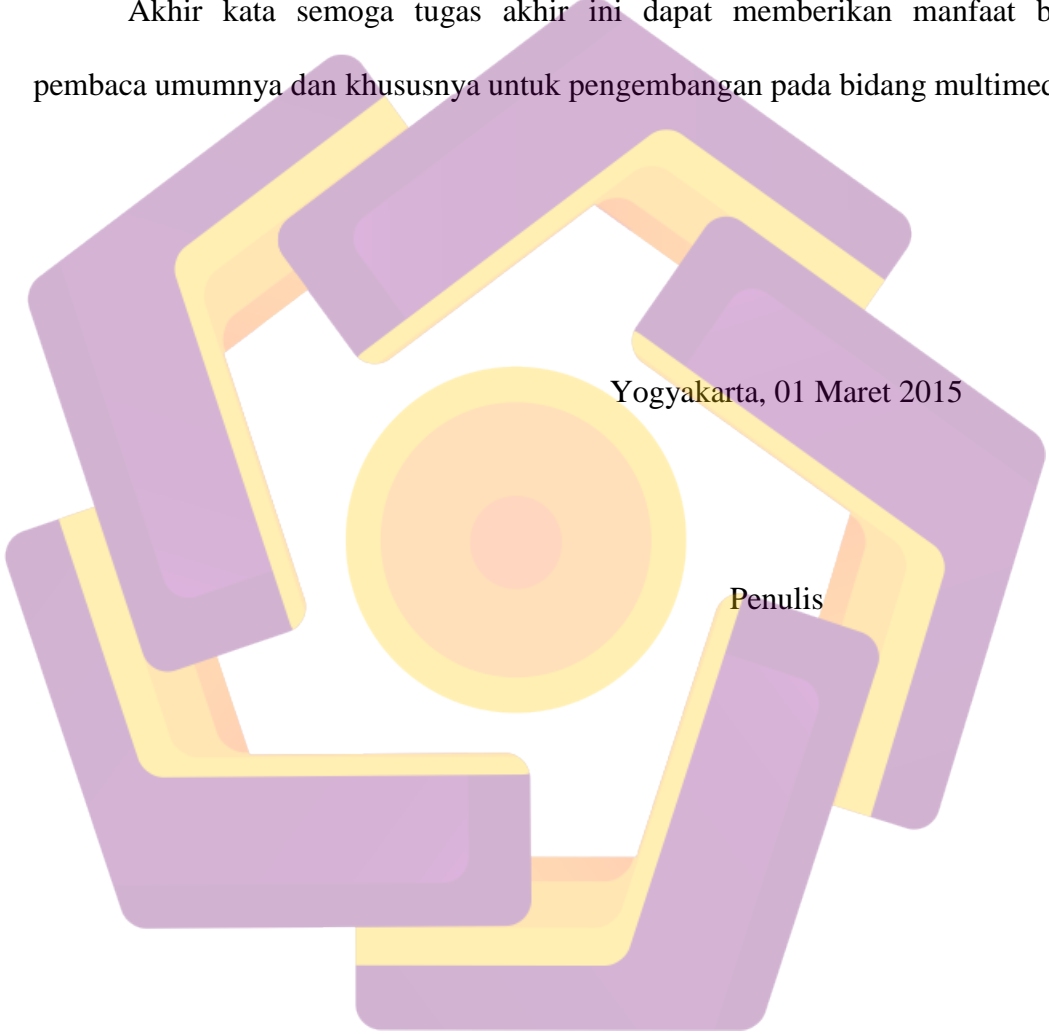
Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Diploma 3 dan untuk memperoleh gelar Ahli Madya.

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

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom. selaku ketua jurusan D3 Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan masukan bagi penulis dalam pembuatan tugas akhir.
4. Bapak dan Ibu Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
5. Semua keluarga besar penulis terutama untuk orang tua yang tidak pernah lelah memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.
6. Teman-teman senasib dan seperjuangan selama ini yang luar biasa semangatnya.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu baik dukungan moril maupun materiil, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir ini penyusun menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penyusun, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian ini.

Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pengembangan pada bidang multimedia.



Yogyakarta, 01 Maret 2015

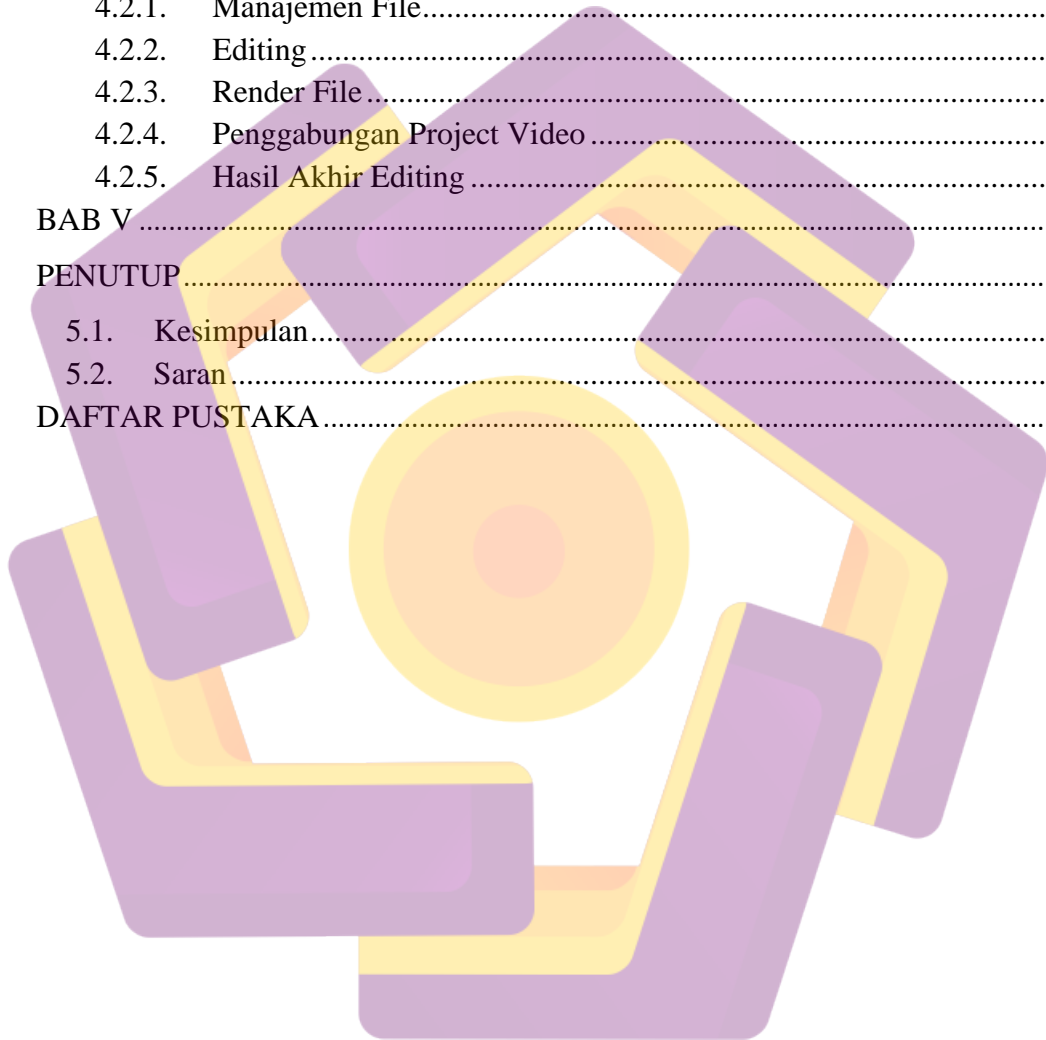
Penulis

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	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.....	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1. Konsep Dasar Iklan	7
2.1.1. Pengertian Iklan	7
2.1.2. Jenis Iklan	7
2.1.3. Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	8
2.2. Multimedia	9
2.2.1. Pengertian Multimedia	9
2.2.2. Kategori Multimedia	9
2.2.2.1. <i>Multimedia Content Production</i>	9
2.2.2.2. <i>Multimedia Communication</i>	10

2.2.3.	Elemen Multimedia.....	11
2.2.3.1.	<i>Teks</i>	11
2.2.3.2.	<i>Image</i>	11
2.2.3.3.	<i>Audio</i>	11
2.2.3.4.	<i>Video</i>	12
2.2.3.5.	<i>Animasi</i>	12
2.3	Tahap Produksi.....	13
2.3.1.	Pra Produksi	13
2.3.1.1.	Naskah	13
2.3.1.2.	Sketsa.....	13
2.3.1.2.1.	Jenis-jenis sketsa.....	14
2.3.1.3.	Storyboard.....	15
2.3.1.3.1.	Jenis Storyboard.....	16
2.3.1.3.2.	Elemen Storyboard	19
2.3.2.	Produksi	23
2.3.3.	Pasca Produksi	23
2.4.	Konsep Pop Up.....	23
2.4.1.	Sejarah Pop Up.....	23
2.4.2.	Pengertian Pop Up	25
BAB III	27
TINJAUAN UMUM	27
3.1.	Sejarah Loempia Boom	27
3.2.	Logo.....	29
3.3.	Menu dan Daftar Harga	29
3.3.1.	Makanan.....	29
3.3.2.	Minuman	30
3.4.	Iklan Menggunakan Teknik Pop Up	31
3.5.	Analisis Kebutuhan	32
3.5.1.	Analisis Kebutuhan Informasi	32
3.5.2.	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	32
3.5.3.	Kebutuhan Perangkat Keras	32
3.5.4.	Kebutuhan Brainware.....	33
3.5.5.	Rincian Biaya	33
3.5.5.1.	Biaya Pembuatan Iklan	33
3.6.	Perancangan Iklan	34
3.6.1.	Brainstorming Iklan	34
3.6.2.	Konsep Iklan	35
3.6.3.	Perancangan Naskah	35
3.6.4.	Perancangan Storyboard.....	38

BAB IV.....	42
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Produksi.....	42
4.1.1. Pembuatan Desain.....	42
4.1.2. Pembuatan desain 2D dan Pengambilan Gambar	43
4.2. Pasca Produksi.....	45
4.2.1. Manajemen File.....	45
4.2.2. Editing.....	46
4.2.3. Render File	55
4.2.4. Penggabungan Project Video	56
4.2.5. Hasil Akhir Editing	59
BAB V	60
PENUTUP.....	60
5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62

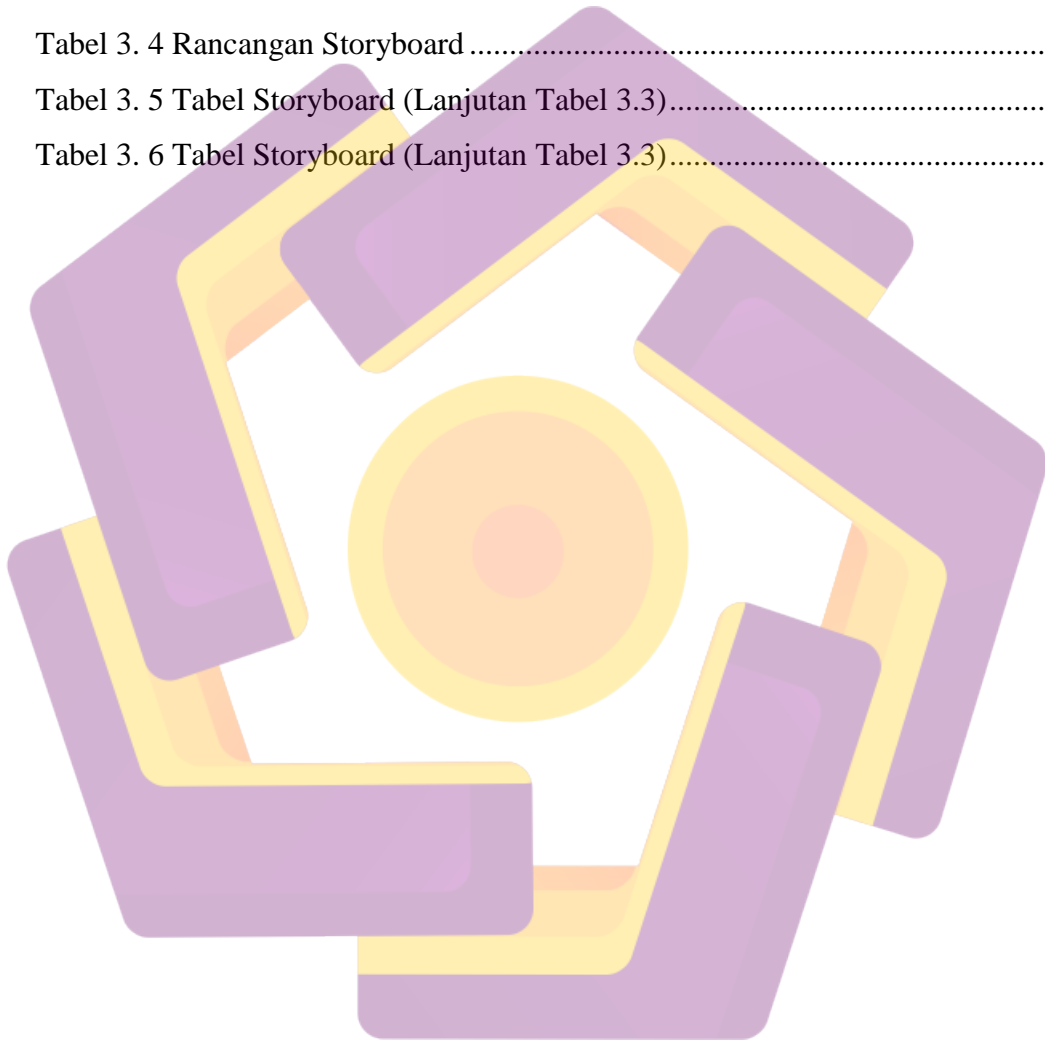


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Thumbnail Storyboard.....	16
Gambar 2. 2 Rough Storyboard	17
Gambar 2. 3 Clean Up Storyboard.....	18
Gambar 2. 4 Contoh Pop Up Books dalam digital “The Headspin story”	26
Gambar 3. 1 Logo Loempia Boom	29
Gambar 3. 2 Contoh Iklan teknik Pop Up “Richeese Nabati”	31
Gambar 3. 3 Contoh Iklan teknik Pop Up “Pop Mie”	31
Gambar 4. 1 Hasil Desain Gambar dan Foto	44
Gambar 4. 2 Manajemen File.....	46
Gambar 4. 3 Composition Setting.....	48
Gambar 4. 4 Jendela Project	48
Gambar 4. 5 Jendela Timeline	49
Gambar 4. 6 Setingan Transform	50
Gambar 4. 7 Setingan Position Light	51
Gambar 4. 8 Composition Final	52
Gambar 4. 9 Penggabungan keseluruhan composition	53
Gambar 4. 10 Setelah Object Solid diganti dengan desain	54
Gambar 4. 11	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Harga Makanan Loempia Boom	29
Tabel 3. 2 Harga Minuman Loempia Boom	30
Tabel 3. 3 Rincian Pembuatan Iklan	34
Tabel 3. 4 Rancangan Storyboard	38
Tabel 3. 5 Tabel Storyboard (Lanjutan Tabel 3.3).....	39
Tabel 3. 6 Tabel Storyboard (Lanjutan Tabel 3.3).....	40



INTISARI

Video merupakan bagian dari multimedia yang mempunyai perkembangan sangat cepat. Dari sekian banyak perkembangan diantaranya proses editing video dengan banyak teknik yang diterapkan didalam video tersebut. Salah satu dari banyak teknik tersebut yaitu teknik pop up.

Dimana penulis merancang sebuah video iklan yang akan menerapkan teknik pop up ini. Untuk itu pula penulis memilih sebuah objek rumah kuliner loempia boom untuk iklan ini. Dimana kuliner loempia boom untuk iklan merupakan salah satu usaha kuliner makanan yang ada di Yogyakarta.

Dalam pembuatan video dengan teknik pop up ini didukung dengan fitur program diantaranya after effect, corel draw, adobe premiere. Diharapkan dengan penerapan teknik pop up ini nantinya akan menambah warna baru pada sebuah video yang masih jarang menggunakan teknik ini.

Kata Kunci : Pop up, Iklan, Video, Loempia Boom, Yogyakarta



ABSTRACT

Multimedia video is part of having a very rapid development .of the many developments including video editing process with a lot of techniques that are applied in the video . one of the many techniques that pop up techniques.

where the authors designed a video ad that will apply this technique to pop up . For that also the author chose a home object loempia culinary boom for this ad . Where loempia boom culinary for advertising is one of the culinary food business in Yogyakarta .

In making the video with the pop -up technique is supported by features such programs after effects , corel draw , adobe premiere . Expected with the application of this technique will pop up will add a new color to a video that is still rarely use this technique .

Keywords:Pop Up, Commercials, Video, Loempia Boom, Yogyakarta

