

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PRODUK MANGO
SMOOTHIES SITTICHAJ THAILAND FOOD & MANGOS
CAFE YOGYAKARTA DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC**

Studi kasus : Sittichai Thailand Food & Mangos Cafe Yogyakarta

SKRIPSI



disusun oleh

Hendrikus Feri

15.11.8847

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PRODUK MANGO
SMOOTHIES SITTICHAH THAILAND FOOD & MANGOS
CAFE YOGYAKARTA DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC**
Studi kasus : Sittichai Thailand Food & Mangos Cafe Yogyakarta

SKRIPSI

untuk memenuhi Sebagian persyaratan
mencapai gerlar sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Hendrikus Feri

15.11.8847

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PRODUK MANGO
SMOOTHIES SITTICHAJ THAILAND FOOD & MANGOS
CAFE YOGYAKARTA DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Hendrikus Feri

15.11.8847

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 08 Juli 2021

Dosen Pembimbing,

Mei P Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PRODUK MANGO
SMOOTHIES SITTICHAJ THAILAND FOOD & MANGOS
CAFE YOGYAKARTA DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Hendrikus Feri

15.11.8847

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 31 Juli 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Mei P Kurniawan. M.Kom
NIK. 190302187

Bhanu Sri Nugraha. M.Kom
NIK. 190302167

Jeki Kuswanto. M.kom
NIK. : 190302456

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 08 Juli 2021

Dekan Fakultas Ilmu Komputer

Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302096

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 disuatu 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 tanggung jawab saya pribadi.

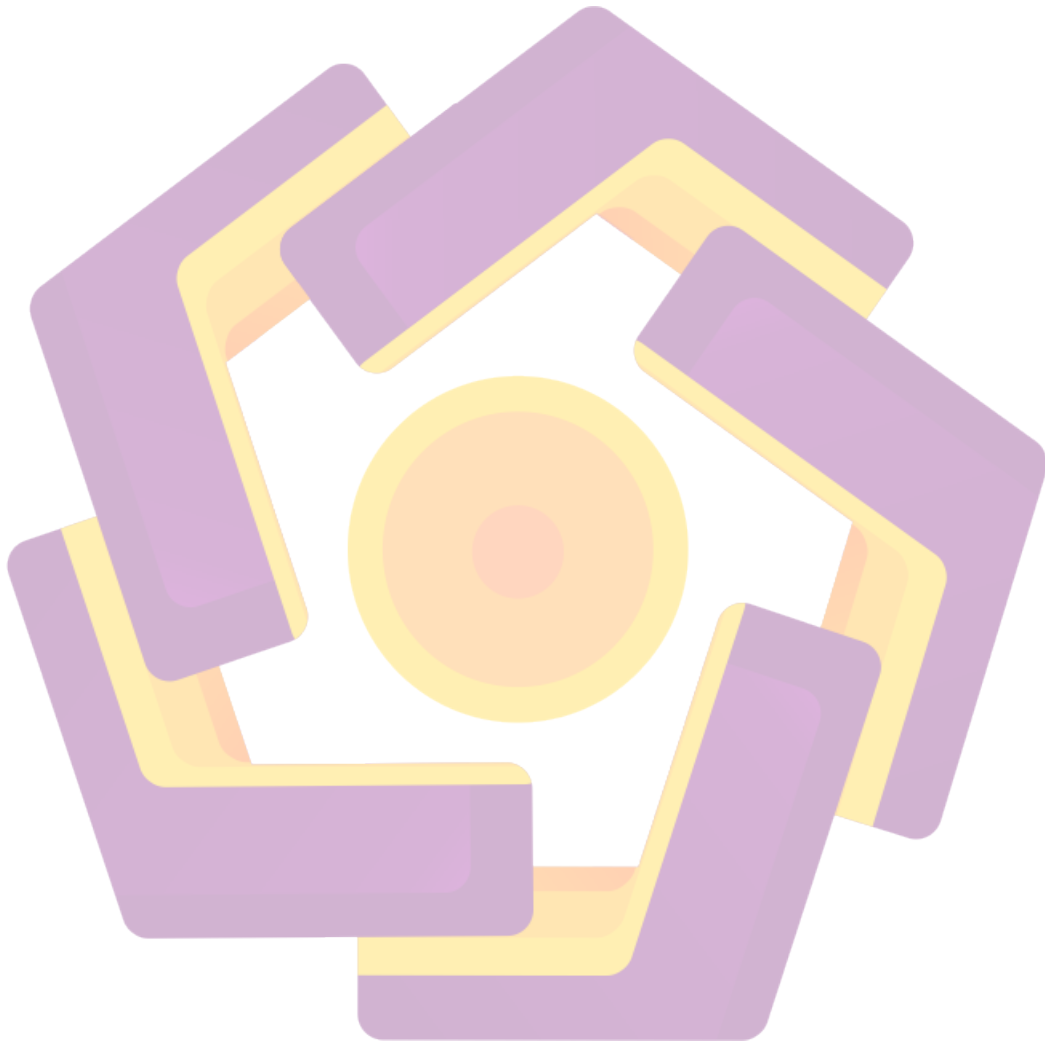
Yogyakarta, 31 Juli 2021



Hendrikus Feri
NIM.15.11.8847

MOTTO

“Berjalanlah sejauh apapun, sesulit apapun. Jarak hanyalah angka. Perjuangan bukan perkara hitung-hitungan”



PERSEMBAHAN

Halaman persembahan

Karya ini kupersembakan untuk:

TRUDO MARYESNO, S.kep

Terimakasih Tuhan Yesus Atas Kelancaran dan Kemudahan Yang Engkau Berikan Dalam Mengerjakan Skripsiku ini.

Orang tuaku Tercinta, Bapak Aben dan Ibu Intan Theresia yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi dan selalu mendengarkan keluh kesahku Ketika aku merasa Lelah dan bosan dalam mengerjakan skripsiku.

Kakakku, Katarina Menuneda yang selalu memberikan semangat, dorongan, dan doa dalam mengerjakan skripsi ini.

Abangku, Trudo Maryesno yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsiku ini. Teruntuk Abangku Trudo Maryesno kamu adalah Abang yang terbaik yang pernah aku miliki, aku bangga kepadamu, aku sayang kepadamu, kamu adalah Abang yang kuat yang mampu melawan penyakit Kanker dari Tahun 2019 sampai dengan Tahun 2021, dan pada akhirnya Tuhan lebih menyayangimu sehingga pada tahap pengobatan Kanker hampir selesai kamu diuji lagi dengan kedatangan COVID-19, tepat pada tanggal 6 Juli 2021 kamu masuk ruangan Isolasi Rumah Sakit Dharmais Jakarta dan pada tanggal 9 Juli 2021 hari Jumat jam 09.05 kamu menghembuskan nafas terakhirmu sehingga kamu harus berpulang kepada pengkuan Bapa di Surga. Rest In Peace.

Kakakku, Akwilina Astryriani yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan dalam mengerjakan skripsiku ini.

Teman-teman satu Bimbingan Skripsi, dan terimakasih untuk Roberta Ranarid, dan juga Muhammad Asrul Sani yang selalu menemani dan dan memberi ide dalam mengerjakan skripsiku ini

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena berkat karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PRODUK MANGO SMOOTHIES SITTICHAI THAILAND FOOD & MANGOS CAFE YOGYAKARTA DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC” dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan Teknik Informatika, Fakultas Komputer di Universitas Amikom Yogyakarta.

Selama menyusun dan penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dengan baik dan dukungan berbagai pihak yang telah memberikan dorongan moral mau pun spiritual dan juga bimbingan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M Suyanto, M, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Hanif Al Fatta, S.Kom, selaku Dekan Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Mei P Kurniawan, M. Kom, selaku pembimbing yang telah memberikan banyak pengarahan dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu saat kuliah.
5. Kedua Orang tuaku tercinta, Bapak Aben dan Ibu Intan Theresia yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi dan selalu

mendengarkan keluh kesah ku ketika aku merasa lelah dan bosan dalam mengerjakan skripsiku.

6. Crew ALLAVE.Creative beserta ownernya Roberta Ranarid yang selalu menemani disaat susah maupun senang.

7. Muhammad Asrul Sani yang selalu menuangkan ide dan selalu menemani dalam mengerjakan skripsi.

8. Semua pihak yang telah membantu baik dukungan moral maupun materi, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi.

Tentu saja tidak ada manusia yang sempurna, demikian juga dengan skripsi saya ini. Dengan sepenuhnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna sekalipun dengan bantuan dari banyak pihak. Maka dari itu, segala bentuk kritik dan saran yang membantu sangat diharapkan dan saya terima dengan senang hati, dengan begitu, akan menjadi suatu pelajaran untuk kemudian hari

Yogyakarta, 29 Juli 2021

Penyusun

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Maksud dan Tujuan.....	3
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.5.1. Manfaat Bagi Penulis	4
1.5.2. Manfaat Bagi Perusahaan.....	4
1.5.3. Manfaat Bagi Konsumen.....	4
1.5.4. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta	5
1.6. Metode Penelitian	5
1.6.1. Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2. Metode Analisis.....	6
1.6.3. Metode Perancangan	6
1.6.4. Metode Pengembangan	6

1.6.5. Testing dan Implementasi.....	6
1.6.6. Evaluasi	7
1.7. Sistematika Penulisan Laporan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.2 Konsep Dasar Video	13
2.2.1. Standar Video	13
2.2.2. Jenis-Jenis Video	14
2.3. Dasar Teori Iklan	15
2.3.1. Pengertian Iklan.....	15
2.3.2. Tujuan Iklan.....	16
2.4. Konsep Promosi	17
2.4.1. Pengertian Promosi.....	17
2.4.2. Fungsi Promosi.....	18
2.4.3. Tujuan Promosi	18
2.5. Konsep Dasar Multimedia	19
2.5.1. Definisi Multimedia.....	20
2.5.2. Elemen Multimedia	20
2.6. Konsep Dasar Animasi	22
2.6.1. Jenis Animasi.....	22
2.6.2. Prinsip Dasar Animasi.....	24
2.6.3. Definisi Live Shoot.....	31
2.6.4. Motion Graphic	31
2.7. Analisis SWOT	32
2.7.1. <i>Strength</i> (Kekuatan).....	32
2.7.2. <i>Weakness</i> (Kelemahaan).....	32
2.7.3. Opportunity (Peluang).....	32
2.7.4. <i>Thearts</i> (Ancaman).....	33
2.7.5. Analisis Kebutuhan Sistem.....	34
2.8. Tahapan Produksi.....	35
2.8.1. Pra Produksi.....	36

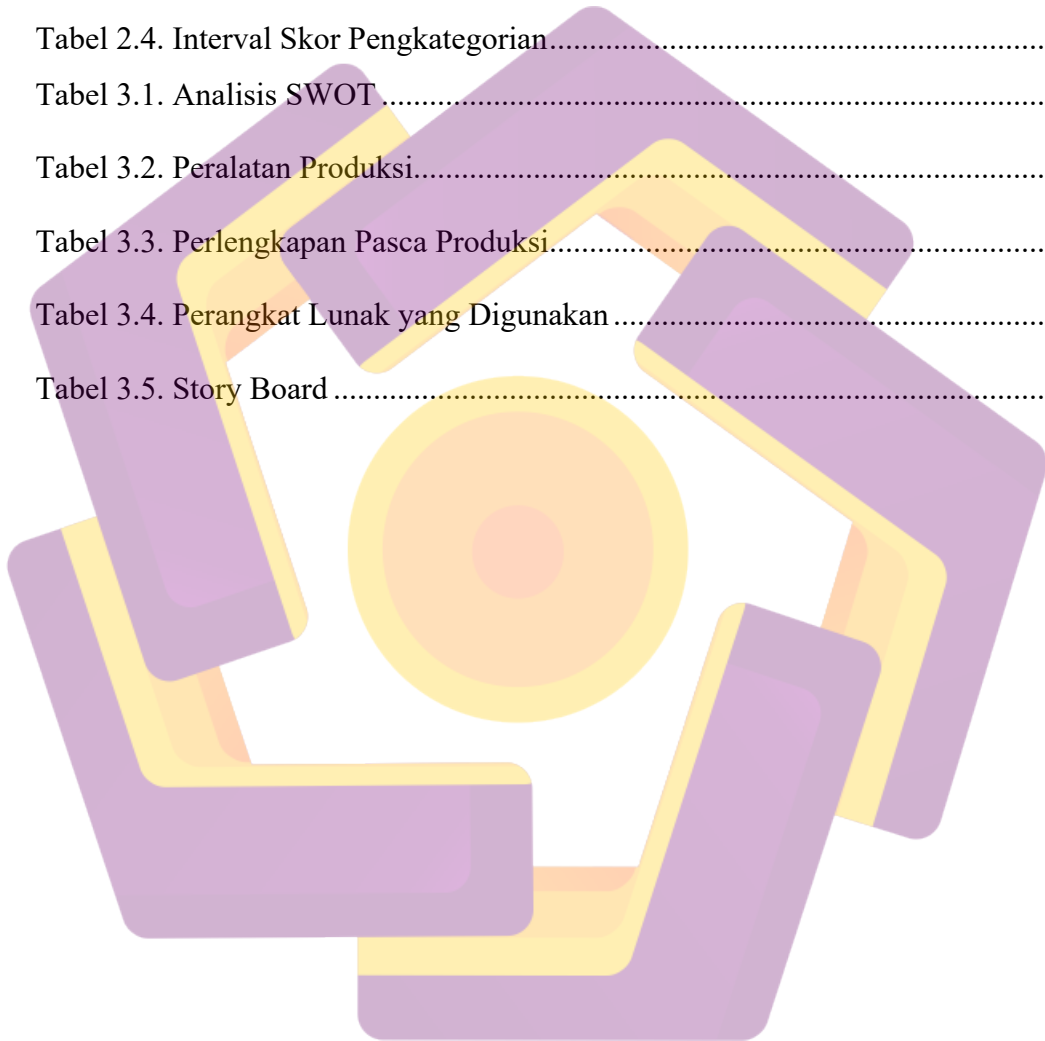
2.8.2. Produksi	37
2.9. Pasca Produksi	52
2.9.1 Editing	52
2.9.2. Compositing	53
2.9.3. Finishing	53
2.10. Evaluasi	54
2.10.1. Kuesioner	55
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	58
3.1. Tinjauan Umum	58
3.1.1. Deskripsi Objek	58
3.2. Pengumpulan Data	59
3.2.1. Wawancara	59
3.2.2. Observasi	60
3.3. Analisis	62
3.3.1. Analisis SWOT	62
3.4. Analisis Kebutuhan Sistem	66
3.4.1. Kebutuhan Fungsional	66
3.4.2. Analisis Kebutuhan Non Fungsional	66
3.5. Perancangan	69
3.5.1. Rancangan Konsep	69
3.5.2. Naskah	70
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	81
5.1 Produksi	81
4.3.1 Produksi Aset	81
4.1.2. Produksi Video	83
4.1.3. Produksi Suara	85
4.2. Pasca Produksi	87
4.2.1. Compositing	87
4.2.2. Proses Membuat Animasi	89
4.2.3. Editing	91
4.2.4. Rendering	93

4.2.5. Pembuatan Laman iklan	95
4.2.6. Hasil dari implementasi Penayangan Iklan	98
4.3. Evaluasi.....	100
4.3.1. Perbandingan Kebutuhan Fungsional / Informasi dengan Hasil Akhir.....	100
4.3.2. Pengujian Beta.....	101
4.4. Implementasi.....	106
4.4.1. Mempublish ke Instagram	106
4.4.2. Penyerahan Video.....	107
BAB V PENUTUP.....	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan.....	11
Tabel 2.2. Tabel Matrik.....	33
Tabel 2.3. Skala Jawaban.....	56
Tabel 2.4. Interval Skor Pengkategorian.....	57
Tabel 3.1. Analisis SWOT.....	64
Tabel 3.2. Peralatan Produksi.....	67
Tabel 3.3. Perlengkapan Pasca Produksi.....	67
Tabel 3.4. Perangkat Lunak yang Digunakan.....	68
Tabel 3.5. Story Board.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Lima Elemen Multimedia.....	21
Gambar 2.2. Anicipation.....	24
Gambar 2.3. Squash dan Stretch.....	25
Gambar 2.4. Staging.....	25
Gambar 2.5. Straight-ahead Action dan Pose-to-Pose.....	26
Gambar 2.6. Follow-through dan Overlapping Action.....	26
Gambar 2.7. Slow In - Slow Out.....	27
Gambar 2.8. Arcs.....	28
Gambar 2.9. Secondary Action.....	28
Gambar 2.10. Timing.....	29
Gambar 2.11. Exaggeration.....	29
Gambar 2.12. Solid Drawing.....	30
Gambar 2.13. Appeal.....	30
Gambar 2.14. Story Board.....	37
Gambar 2.15. Frog Eye.....	38
Gambar 2.16. Low Angle.....	39
Gambar 2.17. Eye Level.....	39
Gambar 2.18. High Angle.....	40
Gambar 2.19. Bird Eye.....	41
Gambar 2.20. Slanted.....	41
Gambar 2.21. Over Shoulder.....	42
Gambar 2.22. Extreme Close Up (ECU).....	43
Gambar 2.23. Big Close Up (BCU).....	43
Gambar 2.24. Close Up (CU).....	44
Gambar 2.25. Medium Close Up (MCU).....	44
Gambar 2.26. Medium Shoot (MS).....	45
Gambar 2.27. Full Shoot (FS).....	45
Gambar 2.28. Long Shoot (LS).....	46

Gambar 2.29. One Shoot (1S).....	46
Gambar 2.30. Two Shoot (2S)	47
Gambar 2.31. Grtoup (GS).....	47
Gambar 3.1. Logo Sittichai Food.....	58
Gambar 3.2. Tampilan Google Bisnis.....	60
Gambar 3.3. Tampilan facebook.....	61
Gambar 3.4. Tampilan Instagram.....	62
Gambar 4.1. Pemotretan Gambar.....	82
Gambar 4.2. Seleksi Gambar	82
Gambar 4.3. Design	83
Gambar 4.4. Pengambilan Gambar Zooming	83
Gambar 4.5. Pengambilan gambar Medium Shoot.....	84
Gambar 4.6. Pengambilan Exteme Close Up (ECU).....	84
Gambar 4.7. Pengambilan gambar High Angle View.....	85
Gambar 4.8. Rekaman Narasi	86
Gambar 4.9. Audio Recording	86
Gambar 4.10. Tampilan Noise Reduction.....	86
Gambar 4.11. Tampilan Mastering	87
Gambar 4.12. Composition Settings	88
Gambar 4.13. Mengimport File ke Panel Project.....	89
Gambar 4.14. Menempatkan Komponen Video pada Timeline	89
Gambar 4. 15. Animasi Objek	90
Gambar 4. 16. Motion Effect	90
Gambar 4. 17. Penganimasian Logo	90
Gambar 4.18. Wave Warp.....	91

Gambar 4.19. Jarle's Deadpool Handheld Camera Presets	91
Gambar 4.20. Project Baru Adobe Premiere.....	92
Gambar 4.21. File Import.....	92
Gambar 4.22. Panel Tools.....	93
Gambar 4.23. Menyusun Video pada Timeline	93
Gambar 4.24. Langkah Rendering	94
Gambar 4.25. Pengaturan sebelum rendering	95
Gambar 4.26. Proses rendering	95
Gambar 4.27. Tahap Kampanye.....	96
Gambar 4.28. Mengatur Target Wilayah Umuran Durasi Penayangan	96
Gambar 4.29. Budget	97
Gambar 4.30. Preview Laman Kampanye	97
Gambar 4.31. Tampilan Iklan	98
Gambar 4.32. Jangkauan Penayangan Iklan (Gender).....	98
Gambar 4.33. Jangkauan Penayangan Iklan (Umur).....	99
Gambar 4.34. Jangkauan Penayangan Iklan (Lokasi).....	99
Gambar 4.35. Jumlah Jangkauan Iklan.....	100
Gambar 4.36. Publish di Instagram.....	106
Gambar 4.37. Akun Instagram Sittichai Thaoland Food & Mangos Café.....	107

INTISARI

Semakin pesatnya teknologi ikut juga berimbas kepada berkembangnya bisnis media promosi dan iklan, baik media masa yang berbentuk digital seperti marak belakangan ini dalam sosial media. Namun dengan adanya teknologi kegiatan pengenalan sebuah produk dapat dilakukan lebih menarik dan lebih efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan barang atau produk di dalam sebuah gerai atau toko. Produk-produk makanan dan minuman juga seiring berjalannya waktu mulai bisa beradaptasi dengan teknologi yang sudah ada dengan membuat cara-cara promosi dengan keunikan sehingga menarik minat calon pembeli. Namun kadangkala karena keterbatasan ilmu dan resource pemilik atau marketing. Hal ini membuat Idam Nursolekhah selaku pemilik dari gerai Sittichai Thailand Food Yogyakarta ini kesulitan dalam mempromosikan produk jual hasil produksi atau inovasi dari gerai atau toko kepada calon customer.

Agar produk olahan makanan dan minuman ini bisa dikenal oleh masyarakat luas serta informasi mengenai produk ini bisa menarik calon pembeli serta merambah market baru maka dibutuhkan pendekatan yang menarik agar calon customer tertarik dengan produk yang dijual. Salah satu caranya dengan membuat video menggunakan metode motion graphic yang mencakup produk-produk pilihan terbaik yang dimiliki oleh gerai.

Harapannya dengan adanya Teknik dan metode digunakan akan lebih menarik minat calon pembeli untuk mencoba, membeli produk dari gerai yang nantinya akan juga berimbas kepada laba penjualan. Selain dari pada itu aktifitas promosi ini bisa juga digunakan untuk menemukan target market baru.

Kata Kunci : Motion Graphic, Iklan, Promosi, Audio Visual, Perancangan, Konsumen

ABSTRACT

The rapid development of technology also has an impact on the development of the promotional and advertising media business, both mass media in digital form, as has recently emerged in social media. However, with technology, the introduction of a product can be made more attractive and more effective to introduce and promote goods or products in an outlet or store. Food and beverage products also over time begin to adapt and adapt to existing technology by creating unique promotional methods to attract potential buyers. But sometimes because of limited knowledge and resources of the owner or marketing. This makes it difficult for Idam Nursolekhah as the owner of the Sittichai Thailand Food Yogyakarta outlet to promote products selling products or innovations from outlets or stores to potential customers.

So that these processed food and beverage products can be recognized by the wider community and information about these products can attract potential buyers and penetrate new markets, an interesting approach is needed so that prospective customers are interested in the products being sold. One way is to make videos using the motion graphic method that includes the best selected products owned by outlets.

The hope is that the techniques and methods used will attract more potential buyers to try and buy products from outlets which will also have an impact on sales profits. Apart from that, this promotional activity can also be used to find new target markets.

Keywords : Motion Graphic, Advertising, Promotion, Audio Visual, Design, Customer