

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PADA JEJAMURAN MENGGUNAKAN TEKNIK SLOW  
MOTION, TIME LAPSE, DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



**disusun oleh**

**Syahroni**

**15.12.8776**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2018**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PADA JEJAMURAN MENGGUNAKAN TEKNIK SLOW  
MOTION, TIME LAPSE, DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Sistem Informasi



**disusun oleh**

**Syahroni**

**15.12.8776**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2018**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PADA JEJAMURAN MENGGUNAKAN TEKNIK SLOW  
MOTION, TIME LAPSE, DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Syahroni  
15.12.8776

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 5 April 2018

Dosen Pembimbing,

  
Ali Mustopa, M.Kom  
NIK. 190302192

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PADA JEJAMURAN MENGGUNAKAN TEKNIK SLOW  
MOTION, TIME LAPSE, DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Syahroni**

**15.12.8776**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 September 2018

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

Ali Mustopa, M.Kom  
NIK. 190302192

Mei P. Karniawan, M.Kom  
NIK. 190302187

Windha Mega Pradnya D., M.Kom  
NIK. 190302185

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
pada tanggal 27 September 2018

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

  
Krisnawati, S.Si, MT,  
NIK. 190302038

## 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 27 September 2018



Syahroni  
(15.12.8776)

## MOTTO

If you believe in yourself enough and know what you want you're gonna make it happen.

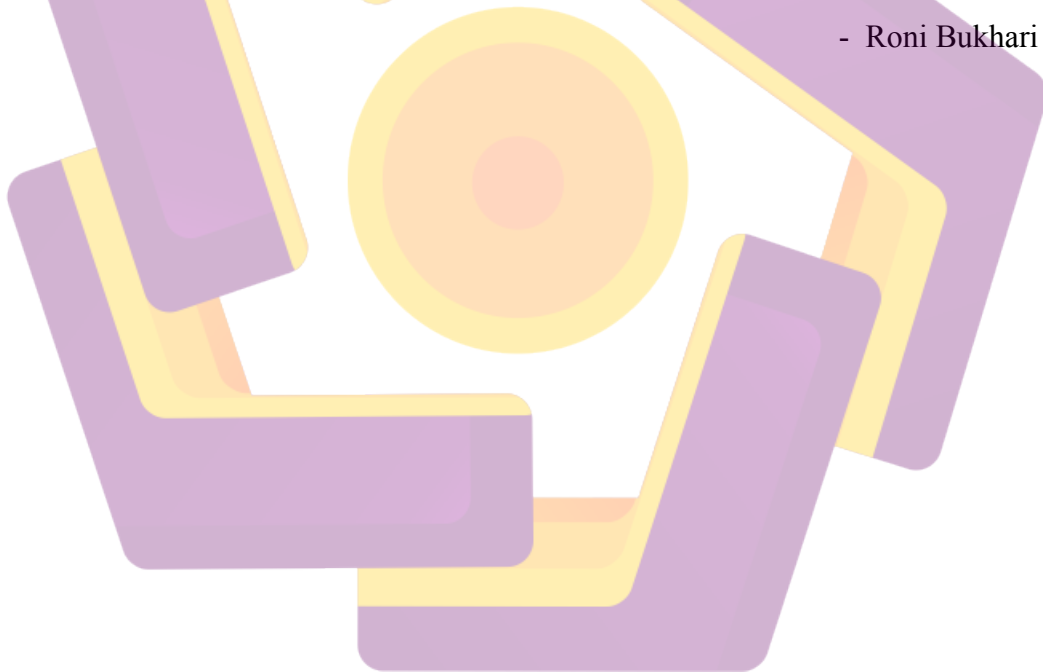
- Mariah Carey -

Barangsiapa menjadikan dunia sebagai tujuan utamanya, maka Allah akan cerai beraikan urusannya, lalu Allah akan jadikan kefakiran selalu menghantuinya, dan rezeki duniawi tak akan datang kepadanya kecuali hanya sesuai yang telah ditakdirkan saja. Sedangkan, barangsiapa yang menjadikan akhirat sebagai puncak cita-citanya, maka Allah akan ringankan urusannya, lalu Allah isi hatinya dengan kecukupan, dan rezeki duniawi mendatanginya padahal ia tak minta.

- (HR Baihaqi dan Ibnu Hibban) -

Bahagiakan orang tuamu maka kebahagiaan dunia akan datang padamu.

- Roni Bukhari -



## PERSEMBAHAN

1. Allah SWT karena atas izin dan karunia Nya skripsi ini dapat diselesaikan hingga saya mendapatkan gelar S.Kom.
2. Kedua orangtua saya karena telah memberikan motivasi dan doa agar saya lulus.
3. Seluruh keluarga atas doa nya yang memotivasi saya untuk lulus secepatnya.
4. Dosen pembimbing Bapak Ali Mustopa, M.Kom yang telah sabar dalam membimbing saya.
5. Pihak Jejamuran yang bersedia bekerja sama sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Sahabat Anak Salah Cetak (Morgan, Esther, Ajik, Ardy, Ragil, Ramadhan, Awal, Ari, Setiyo, Agung, Prili) yang selalu mensupport saya.
7. Sahabat kecilku, teman, fotografer kampung yang wajahnya terpampang di BAB II (Mawar, Eva, Chacha).
8. Orang yang memberi saya inspirasi untuk cepat menyelesaikan skripsi ini (Lintang dan Kaka Besar).
9. Teman-teman SI-07 yang tidak saya sebutkan yang memberikan semangat.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Pada Jejamuran Menggunakan Teknik Slow Motion, Time Lapse, dan Motion Graphic” di waktu yang tepat.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan dorongan moril maupun spiritual dan juga bimbingan ilmu pengetahuan, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta
3. Bapak dan ibu dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.
4. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 27 September 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

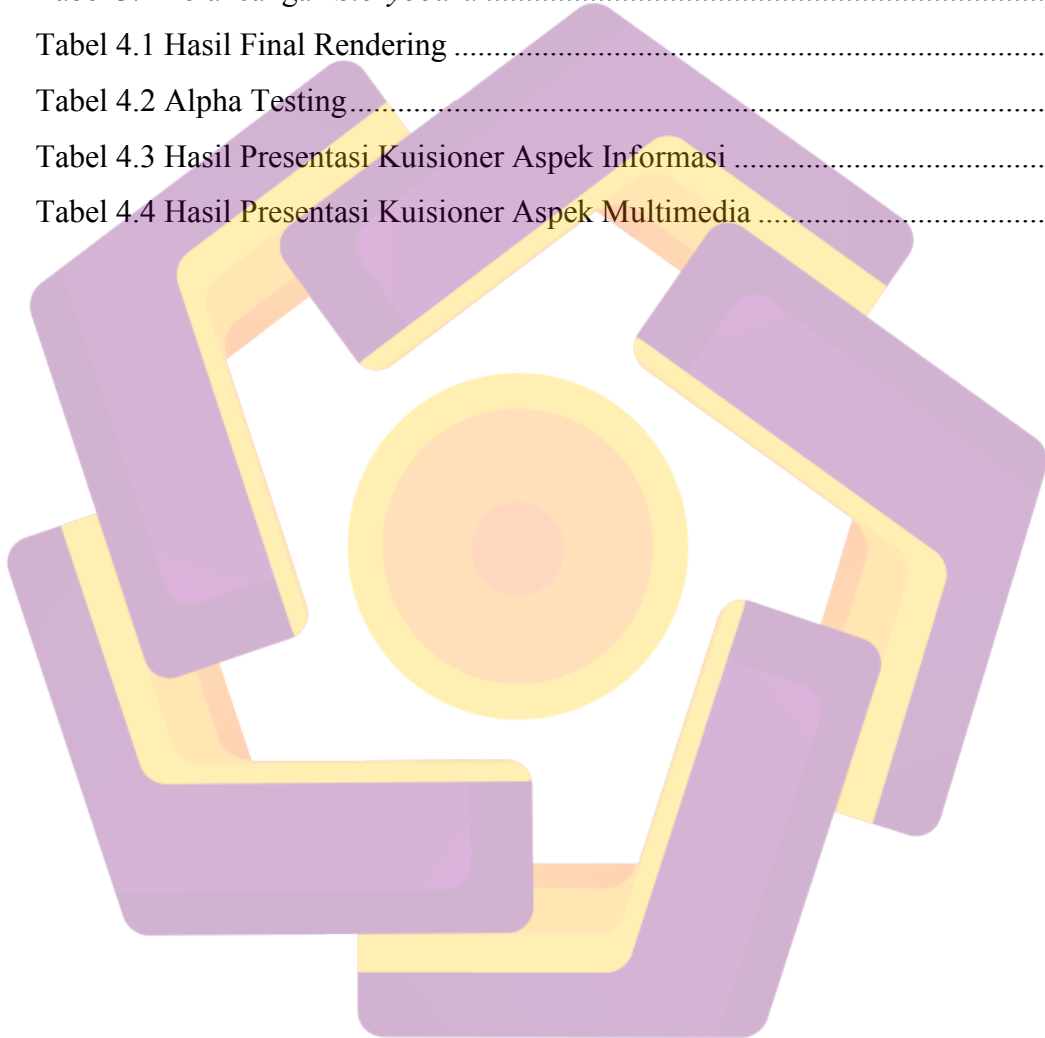
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.5.1 Bagi Jejamuran.....	3
1.5.2 Bagi Peneliti.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Perancangan.....	4
1.6.3 Metode Pengembangan.....	5
1.6.4 Metode Evaluasi.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Video.....	8

2.2.1	Macam-Macam Format Video .....	8
2.3	Pengambilan Gambar .....	11
2.3.1	Type of Shot.....	11
2.3.2	Sudut Pengambilan Gambar.....	16
2.4	Promosi.....	17
2.5	Iklan.....	18
2.5.1	Definisi Iklan.....	18
2.5.2	Tujuan dan Manfaat Iklan .....	19
2.6	<i>Slow Motion</i> .....	19
2.6.1	Sejarah <i>Slow Motion</i> .....	19
2.6.2	Konsep Dasar Menggunakan <i>Slow Motion</i> .....	20
2.7	<i>Time Lapse</i> .....	21
2.7.1	Sejarah <i>Time Lapse</i> .....	21
2.7.2	Konsep Dasar Menggunakan <i>Time Lapse</i> .....	21
2.8	<i>Motion Graphic</i> .....	22
2.8.1	Sejarah Motion Graphic .....	22
2.8.2	Konsep Dasar Menggunakan Motion Graphic.....	25
2.9	Proses Produksi .....	28
2.9.1	Tahap Pra Produksi .....	28
2.9.2	Tahap Produksi .....	28
2.9.3	Tahap Pasca Produksi .....	28
2.10	Analisis.....	29
2.10.1	Analisis Kebutuhan Sistem .....	29
2.11	Pengolahan Data Kuisisioner .....	30
2.11.1	Skala Likert.....	30
BAB III	.....	33
3.1	Tinjauan Umum.....	33
3.1.1	Deskripsi Objek.....	33
3.1.2	Visi dan Misi.....	34
3.2	Pengumpulan Data .....	34
3.2.1	Wawancara.....	34

3.2.2	Observasi.....	35
3.3	Analisis.....	37
3.3.1	Identifikasi Masalah.....	37
3.3.2	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	38
3.3.3	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	38
3.4	Rancangan Pra-Produksi.....	40
3.4.1	Rancangan Konsep Iklan.....	40
3.4.2	Rancangan Naskah Iklan.....	41
3.4.3	Rancangan <i>Storyboard</i> .....	43
BAB IV	.....	46
4.1	Produksi.....	46
4.1.1	<i>Shooting</i> .....	46
4.1.2	Pembuatan <i>Slow Motion</i> di Adobe Premiere.....	48
4.1.3	Pembuatan <i>Time Lapse</i> di Adobe After Effects.....	52
4.1.4	Pembuatan Motion Graphic di Adobe After Effects.....	55
4.1.5	Editing Suara di Adobe Audition.....	59
4.1.6	Penggabungan di Adobe Premiere.....	60
4.2	Tahap Pasca Produksi.....	62
4.2.1	<i>Rendering</i> .....	62
4.2.2	Hasil Pembuatan Video.....	65
4.3	Pengujian.....	67
4.3.1	Alpha Testing.....	67
4.3.2	Pengujian Menggunakan Skala Likert.....	70
4.3.3	Perhitungan Skala Likert.....	73
4.4	Media Penyampaian.....	75
BAB V	.....	78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	.....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	7
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian.....	8
Tabel 2.3 Presentase Nilai.....	31
Tabel 3.1 Perancangan <i>Storyboard</i> .....	43
Tabel 4.1 Hasil Final Rendering .....	65
Tabel 4.2 Alpha Testing .....	67
Tabel 4.3 Hasil Presentasi Kuisisioner Aspek Informasi .....	71
Tabel 4.4 Hasil Presentasi Kuisisioner Aspek Multimedia .....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Extreme Long Shot.....	12
Gambar 2.2 Long Shot .....	12
Gambar 2.3 Medium Long Shot.....	13
Gambar 2.4 Medium Shot.....	14
Gambar 2.5 Close Up.....	14
Gambar 2.6 Big Close Up.....	15
Gambar 2.7 Extreme Close Up .....	16
Gambar 3.1 Gambar Logo Jejamuran .....	33
Gambar 3.2 Jejamuran di Facebook.....	35
Gambar 3.3 Instagram Jejamuran .....	36
Gambar 3.4 Postingan Instagram Jejamuran.....	36
Gambar 4.1 Pengambilan Gambar .....	47
Gambar 4.2 Hasil Shooting.....	47
Gambar 4.3 Import Video kedalam Adobe Premiere .....	49
Gambar 4.4 Penggunaan Time Interpolation di Adobe Premiere.....	49
Gambar 4.5 Pembuatan Slow Motion .....	50
Gambar 4.6 Penerapan Slow Motion Pada Resepsionis .....	50
Gambar 4.7 Peneran Slow Motion Pada Pelayan .....	51
Gambar 4.8 Peneran Slow Motion Saat Makan.....	51
Gambar 4.9 Peneran Slow Motion Saat Terapi Ikan.....	52
Gambar 4.10 Pembuatan Time Lapse .....	53
Gambar 4.11 Pengaturan Durasi Time Lapse .....	54
Gambar 4.12 Penerapan Time Lapse pada Tugu Jogja.....	54
Gambar 4.13 Penerapan Time Lapse pada Pengunjung .....	55
Gambar 4.14 Pembuatan Dokumen Baru.....	56
Gambar 4.15 Membuat Objek, Pemberian Warna dan Tulisan .....	56
Gambar 4.16 Hasil Desain .....	56
Gambar 4.17 Import Video dan Aset .....	57
Gambar 4.18 Membuat Keyframe.....	57

Gambar 4.19 Rendering di After Effects	57
Gambar 4.20 Penerapan Motion Graphic pada model	58
Gambar 4.21 Penerapan Motion Graphic pada penutup	58
Gambar 4.22 Penerapan Motion Tracking pada model	58
Gambar 4.23 Penerapan Motion Graphic pada makanan	59
Gambar 4.24 Menghilangkan Noise Pada Suara Rekaman	59
Gambar 4.25 Mengatur EQ	60
Gambar 4.26 Import Video dan Audio	61
Gambar 4.27 Pemberian Transisi	61
Gambar 4.28 Coloring Akhir	61
Gambar 4.29 Menentukan Format Video	62
Gambar 4.30 Proses Rendering	63
Gambar 4.31 Pengaturan 24fps Timecode	63
Gambar 4.32 Detail Format Video Akhir	64
Gambar 4.33 Detail Video Akhir	64
Gambar 4.34 Hasil Unggahan di Instagram Jejamuran	76
Gambar 4.35 Detail Format Hasil Unggahan Instagram	76
Gambar 4.36 Detail Hasil Unggahan Instagram	77

## DAFTAR LAMPIRAN

SURAT PENERIMAAN VIDEO IKLAN.....	1
HASIL KUISIONER .....	2



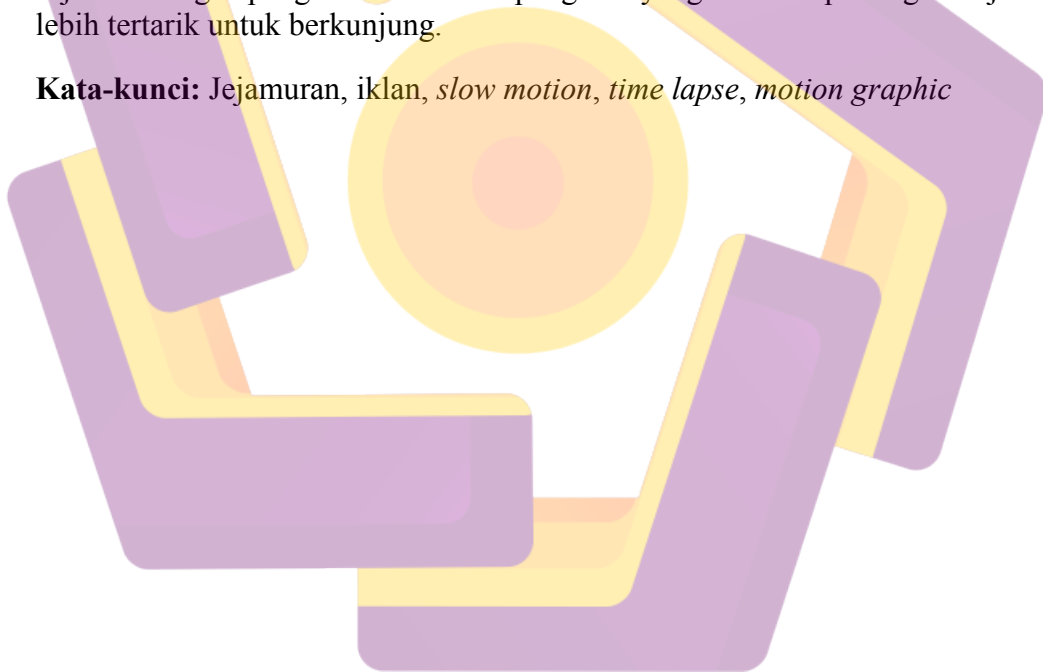
## INTISARI

Jejamuran saat ini menggunakan media sosial Instagram dan Facebook sebagai sarana informasi dan promosi. Unggahan yang ada di Instagram Jejamuran hanya gambar serta tulisan *caption* yang belum mampu menampilkan fasilitas Jejamuran serta suasana yang dimiliki Jejamuran. Karena orang akurangkan lebih memahami dan tertarik dengan sebuah iklan jika informasi yang diberikan hanyalah dengan cara membaca tanpa mendengar.

Pada skripsi ini, peneliti mencoba untuk menganalisis pokok-pokok permasalahan yang ada, dan mencoba memberikan solusi kepada pihak Jejamuran dengan dibuatkannya video iklan. Video iklan menggunakan teknik *slow motion*, *time lapse*, dan *motion graphic* yang membuat iklan akan lebih menarik. Ditambah suara *dubber* yang akan memperjelas informasi dan pesan yang disampaikan.

Video yang dihasilkan berformat .mp4 dengan resolusi 1080p, yang ditujukan untuk memaksimalkan hasil unggahan di Instagram. Disamping itu, peneliti juga menyarankan untuk mengunggah beberapa video di akun Instagram Jejamuran agar pengikut dan calon pengikut yang melihat postingan Jejamuran lebih tertarik untuk berkunjung.

**Kata-kunci:** Jejamuran, iklan, *slow motion*, *time lapse*, *motion graphic*





## **ABSTRACT**

*Jejamuran currently uses Instagram and Facebook social media as a means of information and promotion. The uploads on Instagram, Jejamuran are only pictures and writing captions that have not been able to display the facilities of Jejamuran and the atmosphere that is owned by Jejamuran. Because people lose understanding more and are interested in an advertisement if the information provided is only by reading without hearing.*

*In this thesis, the researcher tries to analyze the existing problems, and tries to provide a solution to the Jejamuran with the creation of a video advertisement. Ad videos use slow motion techniques, time lapse, and motion graphics that make ads more attractive. Plus the sound of a dubber will clarify the information and messages delivered.*

*The resulting video format is .mp4 with 1080p resolution, which is intended to maximize the upload results on Instagram. In addition, researchers also suggested uploading several videos on the Jejamuran Instagram account so that followers and prospective followers who saw the Jejamuran posting were more interested in visiting.*

**Keywords:** *trace, advertisement, slow motion, time lapse, motion graphic*