

**IMPLEMENTASI MOTION GRAFIK DALAM VIDEO KAMPANYE
“HOW TO BECOME CREATIVE INDUSTRY ARTIST”**

SKRIPSI



disusun oleh

**Irham Aryasatya
16.12.9684**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**IMPLEMENTASI MOTION GRAFIK DALAM VIDEO KAMPANYE
“HOW TO BECOME CREATIVE INDUSTRY ARTIST”**

SKRIPSI

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



disusun oleh
Irham Aryasatya
16.12.9684

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI


**IMPLEMENTASI MOTION GRAFIK DALAM VIDEO KAMPANYE
“HOW TO BECOME CREATIVE INDUSTRY ARTIST”**

yang disusun dan diajukan oleh

Irham Aryasatya
16.12.9684

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 29/03/2023

Dosen Pembimbing,


Eli Pujastuti, M.Kom
NIK. 190302227

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI MOTION GRAFIK DALAM VIDEO KAMPANYE
“HOW TO BECOME CREATIVE INDUSTRY ARTIST”**

yang disusun dan diajukan oleh

Irham Aryasatya
16.12.9684

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 28/03/2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302229

Eli Pujastuti, M.Kom
NIK. 190302227

Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom
NIK. 190302390

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 28/03/2023

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Irham Aryasatya
NIM : 16.12.9684

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

IMPLEMENTASI MOTION GRAFIK DALAM VIDEO KAMPANYE “HOW TO BECOME CREATIVE INDUSTRY ARTIST”

Dosen Pembimbing : Eli Pujastuti,M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 29/03/2023

Yang Menyatakan,



Irham Aryasatya

MOTTO

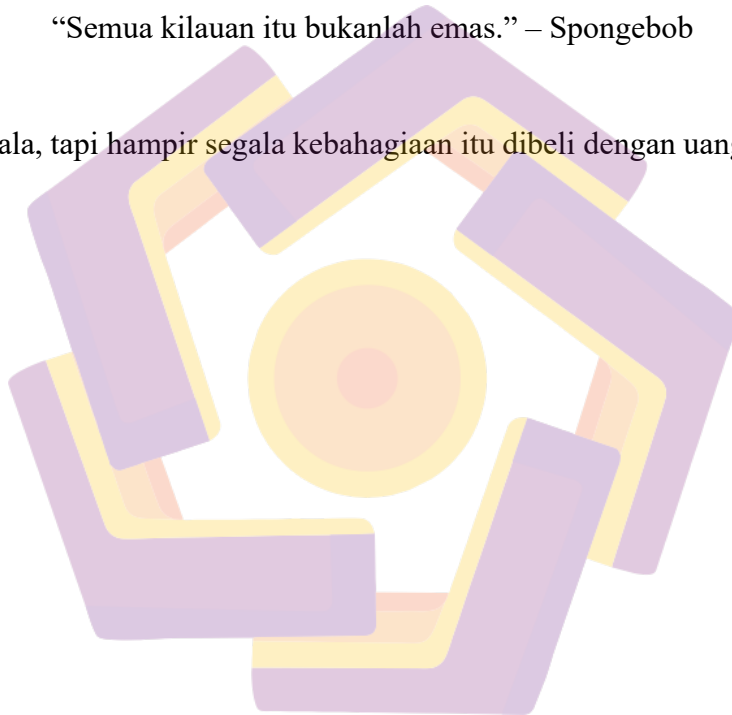
“If you wanna be rich steal from the rich.” – Fajri Caesario Ananda

”Dengarkan, tersenyumlah, dan setuju saja. Lalu lakukan apapun yang memang ingin kamu lakukan dari awal” – Robert Downey Jr.

“Harapanlah yang membuat kita kuat. Itu sebabnya kita ada disini. Itu adalah apa yang kita perjuangkan ketika semuanya terasa hilang.”Kratos, – God of War

“Semua kilauan itu bukanlah emas.” – Spongebob

“Uang bukan segala, tapi hampir segala kebahagiaan itu dibeli dengan uang” – M.A. Zahfran



PERSEMBAHAN

Puji syukur terhadap Allah SWT yang telah memberi pengetahuan dan memberi keyakinan untuk terus maju melangkah dan mengabdikan segala doa sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian berjudul “Implementasi Motion Grafik Dalam Video Kampanye “HOW TO BECOME CREATIVE INDUSTRY ARTIST”” sesuai dengan yang diharapkan. Puji Tuhan, dengan rasa bangga dan bahagia peneliti mempersembahkan penelitian ini kepada :

1. Tuhan Allah SWT karena atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya
2. Universitas AMIKOM Yogyakarta sebagai institusi Pendidikan berbasis Entrepreneurial oleh UNESCO
3. Ibu Eli Pujastuti, M.Kom selaku dosen pembimbing, terima kasih sudah membimbing dan membantu dalam pengerjaan skripsi. Terima kasih atas masukan penelitian yang diberikan selama ini.
4. Peneliti terdahulu yang sudah lebih dahulu melakukan penelitian terkait dan sebagai acuan atau dasar bagi penelitian ini.
5. Responden Kuesioner yang telah membantu proses evaluasi.
6. Keluarga saya yang telah memberi dukungan dalam bentuk emosional maupun finansial.
7. Teman-teman saya dimasa perkuliahan yang tidak bisa saya sebutkan semuanya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dan sekaligus penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Implementasi Motion Graphic Dalam Video Kampanye “How To Become Creative Industry Artist” ” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Komputer Jurusan Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. sebagai kaprodi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Eli Pujastuti, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulis skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komputer yang telah membantu dan mengajar serta membimbing dengan wawasan yang luas.
5. Kedua orang tua, saudara, dan teman-teman yang telah mendukung, mendoakan serta mendukung penelitian skripsi ini.

Demikianlah ucapan banyak terima kasih saya selaku peneliti dan penulis. Terima kasih

atas semua bantuannya dan semangat yang telah diberikan. Mohon maaf apabila skripsi yang sederhana ini masih jauh dari kata sempurna

Yogyakarta, 5 Maret 2023

Irham Aryasatya

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	15
1.1 Latar Belakang Penelitian	15
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Batasan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Metodologi Penelitian.....	17
1.6.1 Pengumpulan Data.....	17
1.7 Sistematika Penulisan	18
BAB II.....	20
2.1 Tinjauan Pustaka.....	20
2.1 Dasar Teori.....	21
2.1.1 Video	21
2.1.2 Definisi Iklan	22
2.1.3 Definisi Animasi.....	22
2.1.4 Perkembangan Dunia Animasi	22
2.1.4.1 Animasi Traditional.....	22
2.1.4.2 Animasi 2D.....	23
2.1.4.3 Animasi 3D.....	23
2.1.5 Prinsip Dasar Animasi	23
2.1.6 Definisi Motion Graphic.....	23
2.1.7 Karakteristik Motion Graphic.....	23
2.1.8 Konsep Dasar Teknik Motion Graphic.....	24
2.1.8.1 Spatial	24
2.1.8.2 Temporal.....	24
2.1.8.3 Live Action.....	24
2.1.8.4 Typographic.....	25

2.1.9	Perkembangan Dunia Motion Graphic	25
2.2	Tahap Tahap Perancangan Animasi.....	26
2.2.1	Ide	26
2.2.2	Tema	26
2.2.3	Logline.....	26
2.2.4	Sinopsis.....	27
2.2.5	Diagram Scene.....	27
2.2.6	Character Development	27
2.2.7	Research	27
2.2.8	Script/Screenplay	27
2.2.9	Storyboard	28
2.2.10	Standart Character Model Sheet.....	28
2.2.11	Layout.....	28
2.2.12	Sound Recorded	28
2.2.13	Dope Sheet.....	28
2.2.14	Drawing.....	28
2.2.14.2	In Between.....	29
2.2.15	Line Test.....	29
2.2.16	Scanning.....	29
2.2.17	Tracing.....	29
2.2.18	Background	29
2.2.19	Coloring.....	29
2.2.20	Lip-Synch	29
2.2.21	Sound.....	30
2.2.22	Editing	30
2.2.23	Evaluasi	30
2.3	Kuisisioner	30
BAB III		32
3.1	Tinjauan Umum	32
3.2	Analisis Tujuan dan Batasan.....	32
3.3	Analisis dan Observasi.....	32
3.4	Analisis Kebutuhan.....	33
3.4.1	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras	33
3.4.2	Analisis Kebutuhan Peraangkat Lunak.....	33
3.7	Metode Perancangan Video Kampanye.....	34
3.8	Tahap Pra Produksi.....	34
3.8.1	Ide Cerita	34
3.8.2	Tema.....	34

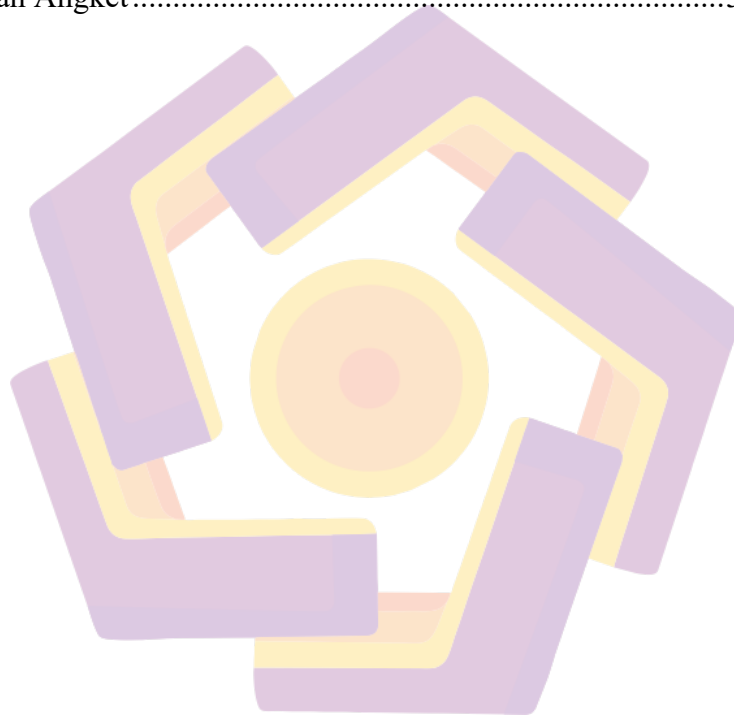
3.8.3	Konsep Warna	34
3.8.4	Logline.....	35
3.8.5	Screenplay/Skenario.	35
3.8.6	Concept Art.....	37
3.8.7	Aset Motion Graphic	38
3.8.8	Storyboard	40
BAB IV		43
4.1	Produksi	43
4.1.1	Pembuatan Aset Motion Graphic	43
4.1.2	Pembuatan Aset 2D Frame by Frame.....	45
4.1.2.1	Key Animation	46
4.1.2.2	Pembuatan Background.....	47
4.1.2.3	Pembuatan Animasi.....	48
4.1.2.4	Sound.....	49
4.1.2.5	Motion Graphic.....	50
4.2	Pasca Produksi	50
4.2.1	Compositing.....	50
4.2.2	Rendering.....	52
4.3	Pengujian.....	53
4.4	Analisis Prinsip Motion Graphic	57
4.5	Analisis 12 Prinsip Animasi.....	58
BAB V		60
PENUTUP.....		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	60
Daftar Pustaka.....		62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Karakter Fedi Nuril.....	37
Gambar 3. 2 Subsektor Industri Kreatif di Indonesia	38
Gambar 3. 3 How to Become.....	38
Gambar 3. 4 Creative.....	39
Gambar 3. 5 Industry.....	39
Gambar 3. 6 Artist.....	39
Gambar 3. 7 Scene 1.....	40
Gambar 3. 8 Scene 2.....	40
Gambar 3. 9 Scene 3.....	40
Gambar 3. 10 Scene 4.....	41
Gambar 3. 11 Scene 5.....	41
Gambar 3. 12 Scene 6.....	41
Gambar 3. 13 Scene 7.....	42
Gambar 4.1 Text “HOW TO BECOME”	43
Gambar 4.2 Text “Creative”	44
Gambar 4.3 Text “INDUSTRY”	44
Gambar 4.4 Text “ARTIST”.....	45
Gambar 4.5 Subsektor Industri Kreatif.....	45
Gambar 4.6 Lembar kerja baru.....	46
Gambar 4.7 Key Animation.....	47
Gambar 4.8 Proses penggambaran background.....	48
Gambar 4.9 Penggambaran Animasi	48
Gambar 4.10 Format Render Adobe Animate	49
Gambar 4.11 Proses pengolahan audio hasil rekaman	49
Gambar 4.12 Motion Graphic.....	50
Gambar 4.13 Membuat komposisi.....	51
Gambar 4.14 Penambahan Motion Graphic	51
Gambar 4.15 Sinkronisasi suara	51
Gambar 4.16 Memasukkan File After Effects Kedalam Media Encoder	52
Gambar 4.17 Format render Adobe Media Encoder	53
Gambar 4.18 Proses render Adobe Media Encoder.....	53
Gambar 4. 19 Penerapan prinsip Spatial.....	57
Gambar 4. 20 Penerapan prinsip Typographic	58
Gambar 4. 21 Penerapan prinsip Anticipation.....	58
Gambar 4. 22 Penerapan prinsip Straight Ahead Action and Pose to Pose.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	20
Tabel 3.1 Analisis Kebutuhan Perangkat Keras	33
Tabel 3.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak	34
Tabel 3.3 Aset Motion Graphics.....	38
Tabel 3.4 Storyboard	40
Tabel 4.1 Bobot Pilihan Jawaban	54
Tabel 4.2 Angket	54
Tabel 4.3 Interval.....	56
Tabel 4.4 Perhitungan Angket.....	56



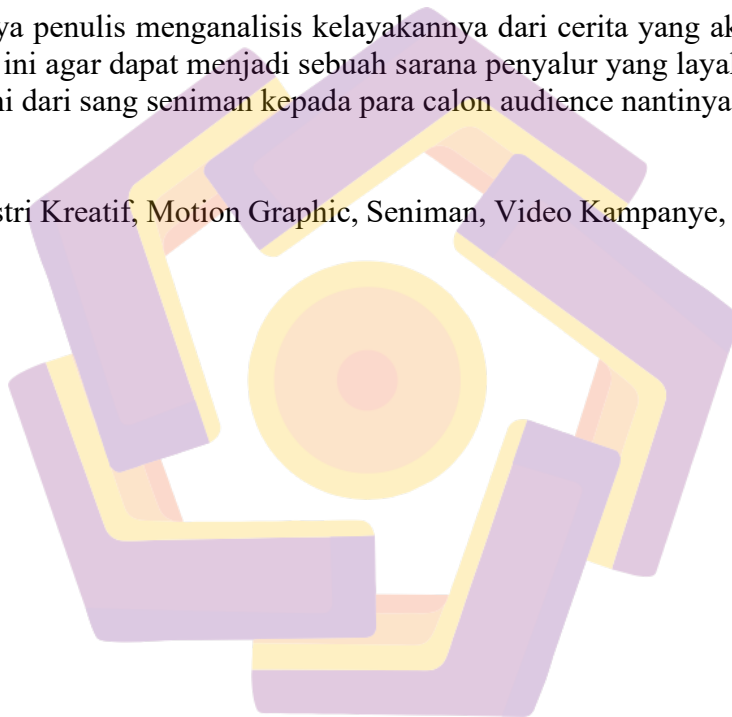
INTISARI

Pada Era Ini “Industri Kreatif” sudah bukan lagi menjadi kata yang asing, dengan peningkatan media sosial dan internet. Industri Kreatif menjadi semakin besar dan kini sedang diproyeksikan oleh pemerintah karena potensinya yang cukup besar, dan memiliki banyak ruang untuk berkembang, Untuk sekarang ini jumlah subsektor Industri kreatif yang ada di daftar milik Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif kini berjumlah 18 dan mungkin akan bertambah.

Pada penelitian ini, penulis mencoba mengimplementasikan teknik Motion Graphic kedalam sebuah video kampanye berjudul “How to Become Creative Industry Artist” bersama seorang seniman industri kreatif senior sebagai narasumber yang akan membagikan opininya kepada para seniman muda maupun calon seniman yang akan memulai, dalam penyampaian penulis melakukan perancangan yang melalui beberapa tahap yaitu : analisis, pra-produksi, produksi, dan evaluasi.

Sebelumnya penulis menganalisis kelayakannya dari cerita yang akan dikemas dalam Video Kampanye ini agar dapat menjadi sebuah sarana penyalur yang layak dan akurat dalam penyampaian opini dari sang seniman kepada para calon audience nantinya.

Kata kunci : Industri Kreatif, Motion Graphic, Seniman, Video Kampanye, Promosi



ABSTRACT

In this era, "creative industry" is no longer a foreign word, with the increase in social media and the internet. The creative industry is getting bigger, is currently being projected by the government because of its considerable potential, and has a lot of room to develop. For now, the number of creative industry sub-sectors on the list belonging to the Ministry of Tourism and Creative Industries is now 18 and will probably increase.

In this study, the author tries to implement the Motion Graphic technique into a video campaign entitled "How to Become a Creative Industry Artist" with a senior creative industry artist as a resource person who will share his opinion with young and aspiring artists who are about to start. In his delivery, the author does design through several stages, namely: analysis, pre-production, production, and evaluation.

Previously, the writer analyzed the feasibility of the story that would be packaged in this Campaign Video so that it could become a proper and accurate channel for conveying the artist's opinion to potential audiences.

Keywords: Creative Industry, Motion Graphics, Artists, Video Campaigns, and Promotion

