

**PEMANFAATAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC 3D & 2D*  
*TYPOGRAPHY* DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA DAPUR OMAHAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Informatika



disusun oleh

**M. JOHAN LAELANGGE**

**16.11.0026**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**PEMANFAATAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC 3D & 2D*  
*TYPOGRAPHY* DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA DAPUR OMAHAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Informatika



disusun oleh

**M.JOHAN LAELANGGE**

**16.11.0026**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMANFAATAN TEKNIK MOTION GRAPHIC 3D & 2D TYPOGRAPHY DALAM  
PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA DAPUR OMAHAN  
SKRIPSI**

yang disusun dan diajukan oleh

**M.johan Laelange**

**16.11.0026**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 23 November 2022

Dosen Pembimbing,

*a.n*  


**Rakhma Shafrida Kurnia, S.Kom., M.kom**  
NIK. 190302355

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMANFAATAN TEKNIK MOTION GRAPHIC 3D & 2D TYPOGRAPHY DALAM  
PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA DAPUR OMAHAN  
SKRIPSI

yang disusun dan diajukan oleh

**M.johan Laelangge**

16.11.0026

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 November 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Muhammad Tofa Nurcholis, M.Kom  
NIK. 190302281



Ike Verawati, M.Kom  
NIK. 190302237



Rakhma Shafrida Kurnia, S.Kom., M.Kom  
NIK. 190302355

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 23 November 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : M.johan laelangge  
NIM : 16.11.0026

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**Pemanfaatan Teknik *Motion Graphic 3d & 2d Typography* Dalam Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Pada Dapur Omahan Skripsi**

Dosen Pembimbing : Rakhma Shafrida Kurnia, S.Kom., 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, 23 November 2022

Yang Menyatakan,



M.johan Laelangge

## KATA PENGANTAR

Dengan Memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahma, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Teknik Motion Graphic 3d & 2d Typography Dalam Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Pada Dapur Omahan”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana S1 Jurusan Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis Menyampaikan terima kasih setulusnya kepada :

1. Bapak Hanif Al Fatta,S.Kom., M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Uneversitas Amikom Yogyakarta
2. Ibu Rakhma Shafrida Kurnia, S.Kom., M.Kom selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh staf pengajar Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai Selama penulis menempuh Pendidikan di fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kedua orang tua penulis Mukhtar Lutfi dan Juriani yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan nasehat, serta kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis.

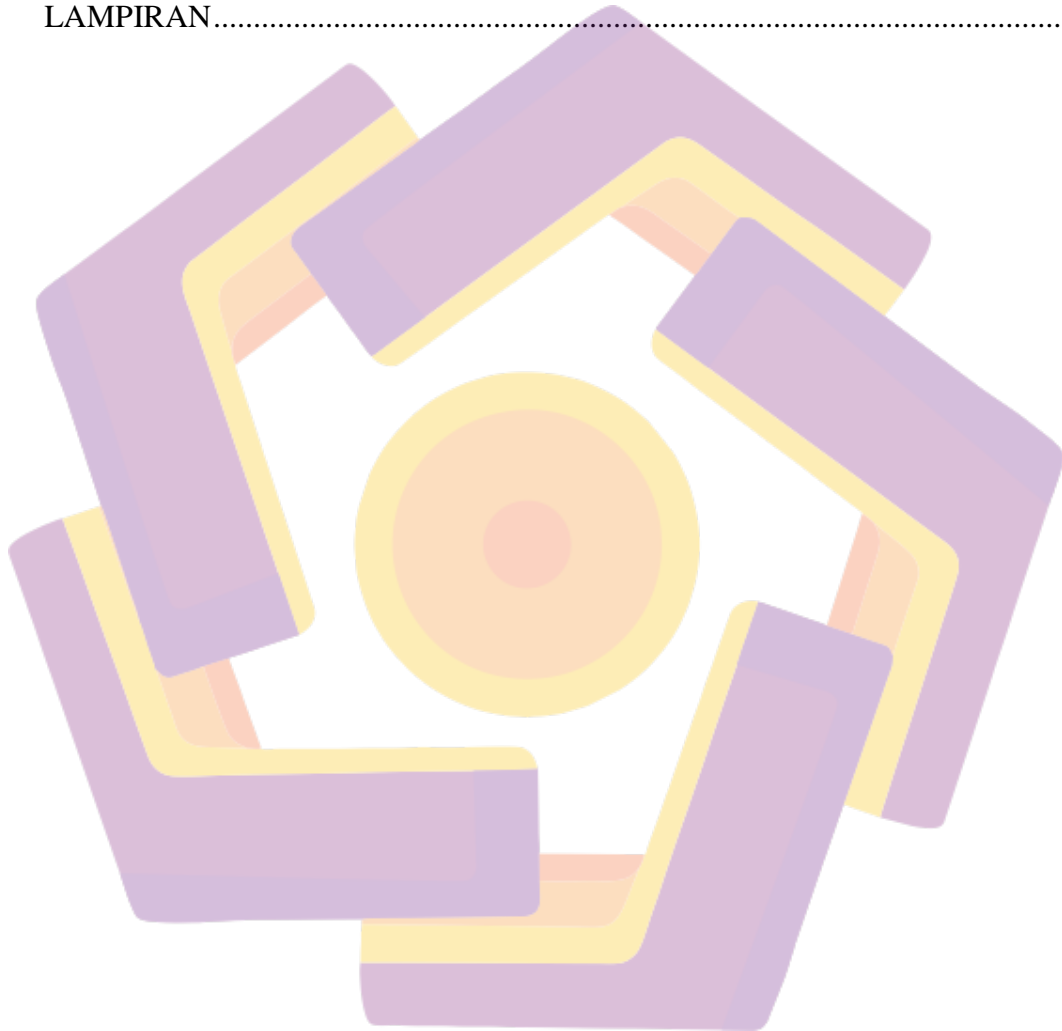
Yogyakarta,

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN .....	xii
DAFTAR ISTILAH .....	xiii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan penelitian.....	2
1.4 Batasan Masalah.....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	4
2.1 Tinjauan Pustaka.....	4
2.2 Dasar Teori .....	6
2.3 Metode Analisis.....	15
2.4 Metode Testing.....	16
2.5 Populasi dan Sample .....	16
BAB III METODE PENELITIAN .....	18
3.1 Tinjauan Umum.....	18
3.2 Pengumpulan Data .....	18
3.3 Analisis.....	19

3.4 Analisis Kebutuhan .....	20
3.5 Perancangan Iklan .....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
<b>4.1 Hasil Akhir</b> .....	30
REFERENSI .....	57
LAMPIRAN .....	59





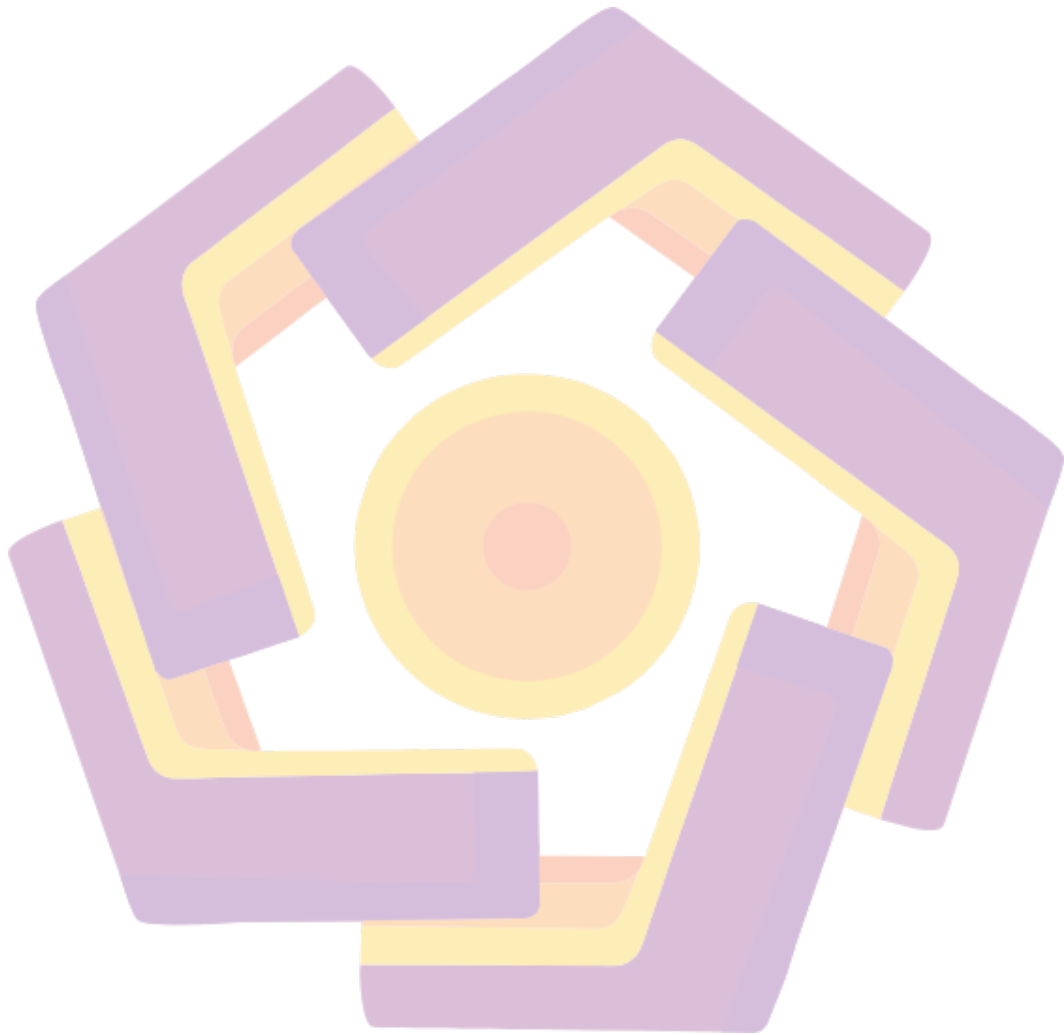
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keaslian Penelitian.....	5
Tabel 3.1 Perangkat Lunak.....	21
Tabel 3.2 Perangkat Keras.....	22
Tabel 3.3 Narasi.....	23
Tabel 3.4 Storyboard.....	24
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Aspek Informasi Pada Masyarakat Umum Dan Karyawan .....	47
Tabel 4.2 Kategori Skor Jawaban Kuesioner.....	48
Tabel 4.3 Persentase Skor Jawaban Kuesioner.....	48
Tabel 4.4 Data diri Karyawan dan masyarakat umum yang bersedia Mengisi kuesioner.....	48
Tabel 4.5 Hasil Penilaian validasi dari kuesioner aspek informasi pada masyarakat umum.....	51
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Aspek Tampilan Pada Pekerja di Bidang media.....	52
Tabel 4.7 Data diri Pekerja di Bidang ultimedia.....	53
Tabel 4.8 Hasil Penilaian validasi dari kuesioner aspek tampilan pada Perhitungan Skala Likert.....	54

## DAFTAR GAMBAR

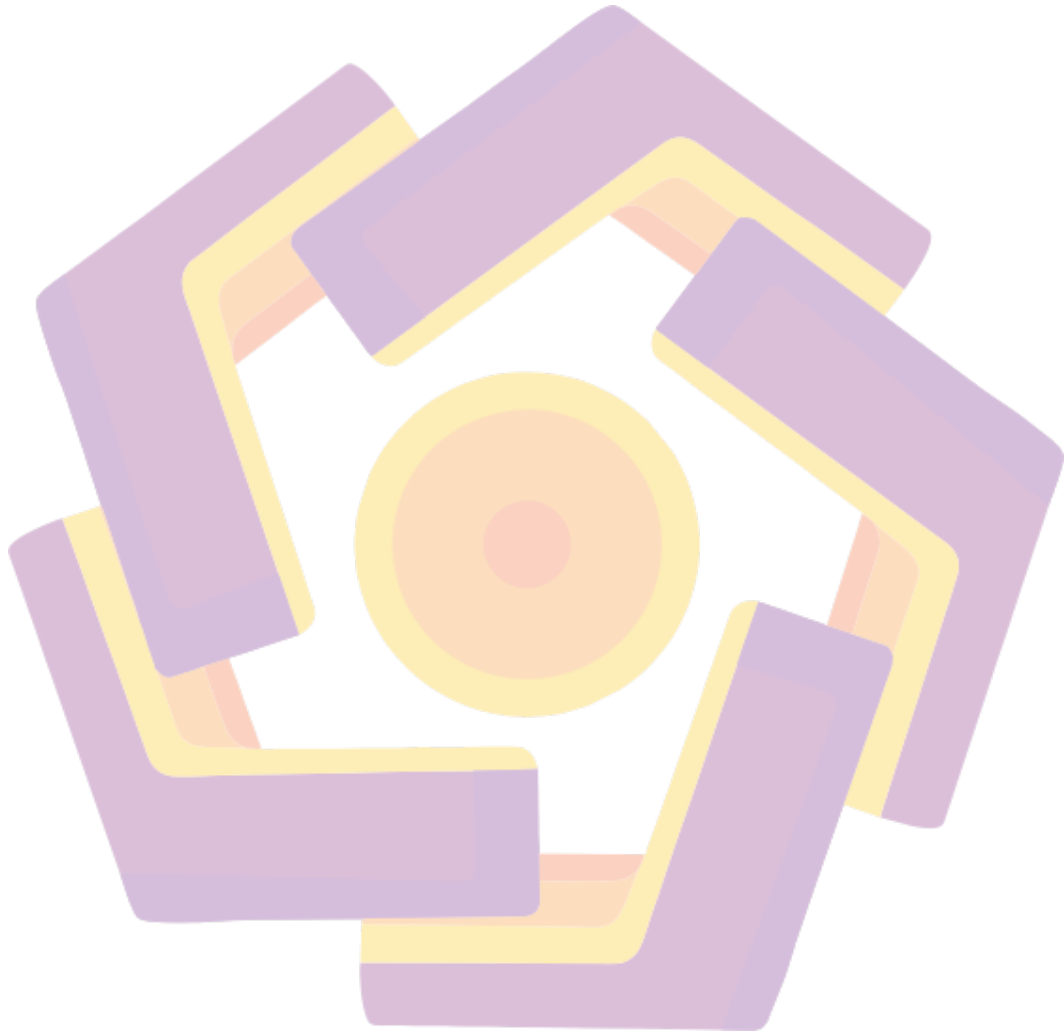
Gambar 2.1 Contoh Media Visual.....	9
Gambar 2.2 Contoh Media Audio.....	10
Gambar 2.3 Contoh Media Visual.....	10
Gambar 2.4 Contoh Iklan Komersial.....	11
Gambar 2.5 Contoh Iklan Tidak Komersial.....	12
Gambar 3.1 Instagram.....	18
Gambar 4.1 Tampilan Scane Pertama.....	30
Gambar 4.2 Menampilkan animasi 3 donat.....	31
Gambar 4.3 Menampilkan proses donat.....	31
Gambar 4.4 Tampilan Gambar donat Coklat.....	32
Gambar 4.5 Tampilan Gambar donat kacang.....	32
Gambar 4.6 Tampilan Gambar donat gula.....	33
Gambar 4.7 Tampilan Gambar kota packing.....	33
Gambar 4.8 Menampilkan packing beserta isi.....	34
Gambar 4.9 Menampilkan Kue ulang tahun.....	34
Gambar 4.10 Menampilkan Gambar cincin.....	35
Gambar 4.11 Tampilan gambar bangunan dari samping.....	35
Gambar 4.12 Tampilan gambar gedung dari depan.....	36
Gambar 4.13 Tampilan promosi text.....	36
Gambar 4.14 Tampilan Promosi Text.....	37
Gambar 4.15 Menampilkan logo tentang dapur omahan.....	37
Gambar 4.16 Rancangan Produksi.....	38
Gambar 4.17 Modeling.....	39
Gambar 4.18 Proses lighting.....	40
Gambar 4.19 Texturing.....	41
Gambar 4.20 Ringging.....	41
Gambar 4.21 Animasi Blender.....	42
Gambar 4.22 Animasi motion graphic text.....	43

Gambar 4.23 Proses Menghilangkan Noise.....44  
Gambar 4.24 Alur Pasca Produksi..... 44  
Gambar 4.25 Proses editing..... 45  
Gambar 4.26 Proses rendering..... 46



## DAFTAR LAMPIRAN

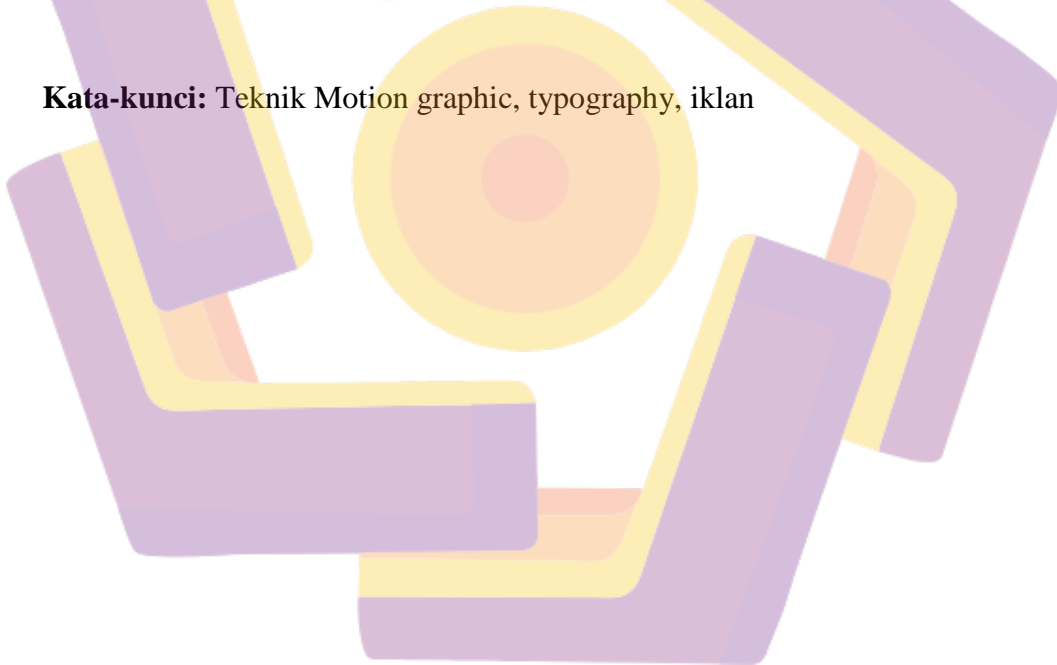
Lampiran 1. Surat Balasan Dari Dapur Omahan .....	59
---	----



## INTISARI

Pembuatan video iklan memiliki dua komponen penting dalam periklanan, yakni audio dan visual yang mana mampu menjadi media promosi informasi yang sangat baik. Inilah yang kemudian menginspirasi saya untuk membuat video iklan untuk “Dapur Omahan” menyebarkan informasi tentang produknya menggunakan video. Untuk proses pengerjaan akan dilakukan observasi dan wawancara terkait objek untuk pengambilan data. Data yang di peroleh akan di masukan pada analisis SWOT untuk kebutuhan perancangan video serta hasil videonya akan di uji dengan pengujian *skala likert* untuk mengetahui efektivitas dari pembuatan video iklan promosi. Pembuatan video akan menggunakan teknik motion graphic dan typography karena dapat secara maksimal menampilkan informasi dari “Dapur Omahan” tentang harga, alamat, contact person, serta kalimat promosi pada video. Maka dengan hasil video iklan promosi yang saya buat, harapan saya nantinya dapat menyempurnakan kegiatan penyebaran informasi dan promosi atas produk dari “Dapur Omahan” terkait kebutuhan video sebagai media promosi.

**Kata-kunci:** Teknik Motion graphic, typography, iklan



## ABSTRACT

*Create video ads has two important components in advertising, namely audio and visual which can be a very good information promotion medium. This is what then inspired me to make a video ads for “Omahan Kitchen” to spread information about its products. The working process, observations and interviews related to objects will be carried out for data collection. The data obtained will be input into a SWOT analysis for video design needs and the video results will be tested with likert scale testing to determine the effectiveness of making promotional advertising videos. Create the video will use motion graphic and typography techniques because it can maximally display information from "Omahan Kitchen" about prices, addresses, contact persons, and promotional sentences on videos. So with the results of the promotional video ads that I made, I hope that in the future I can improve the information dissemination and promotion of products from "Dapur Omahan" related to the need for video as a promotional media.*

**Keywords:** *3D Motion graphic technique, typography, advertisement*

