

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DENGAN METODE KINETIK
TYPOGRAFI DAN MOTION GRAPHIC PADA VAPE HOUSE
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh

Irvandi Aminanto

16.11.0033

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

2021

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DENGAN METODE KINETIK
TYPOGRAFI DAN MOTION GRAPHIC PADA VAPE HOUSE
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Irvandi Aminanto

16.11.0033

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

PERSETUJUAN
SKRIPSI
PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DENGAN METODE KINETIK
TYPOGRAFI DAN MOTION GRAPHIC PADA VAPE HOUSE
YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Irvandi Aminanto
16.11.0033

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada Tanggal, 29 Agustus 2019

Dosen Pembimbing

BMS

Barka Satya, M.Kom
Nik: 190302126

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DENGAN METODE KINETIK
TYPOGRAFI DAN MOTION GRAPHIC PADA VAPE HOUSE
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Irvandi Aminanto

16.11.0033

Telah di pertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal, 18 Oktober 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Barka Satya, M.Kom
190302126

Donni Prabowo, M.Kom
190302253

Tonny Hidavat, M.Kom
190302182

Tanda Tangan

Barka Satya
Donni Prabowo
Tonny Hidavat



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk Memperoleh gelar Sarjana Komputer
Pada tanggal, 18 Oktober 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si,M.T.
Nik:190302038

HALAMAN 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 orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu institusi pendidikan manapun, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan/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, 11 Januari 2021



Irvandi Aminanto
16.11.0033

MOTTO

“Tuhan tidak menuntut kita untuk sukses. Tuhan hanya menyuruh kita berjuang tanpa henti.”

“Hidup ini seperti secangkir kopi. Dimana pahit dan manis melebur, bertemu dalam kehangatan.”

“kesuksesan itu nggak kayak Indomie yang bias dinikmati dengan proses instan. Karena kesuksesan adalah anak dari ketekunan dan kesabaran.”

PERSEMBAHAN

Allhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya diberi kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Shalawat serta salam tiada henti-hentinya selalu terucurahkan kepada nabi besar, Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam* yang selalu kita nanti-nantikan syafaat di *yaumul qiyamah*. *Aamiin*

Dengan segala kerendahan hati dan segala rasa suka cita, saya persembahkan tugas akhir ini kepada:

1. Allah SWT dan Baginda Rasul Muhammad SAW yang telah memberikan Segalanya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi.
2. Kedua orang tuaku tercinta, yang dengan penuh kasih sayang dan pengorbanan serta kesabaran untuk saya sejauh ini.
3. Terkhusus buat Sahabat/Teman/Keluarga, Roberth Yosep Rumbewas dan Anggita Grissela Kristiani yang sudah sabar dan memberikan banyak support dalam banyak hal.
4. Serta Dosen Pembimbing Bapak Barka Satya, M.kom yang sudah banyak membantu sesuai porsinya.
5. Dan untuk Teman-Teman Kos Sarwoto dan Kos Ringin Raya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas limpahan berkat dan karunianya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik, lancar, dan tepat waktu. Skripsi ini di susun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Komputer, Program Studi Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta. Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

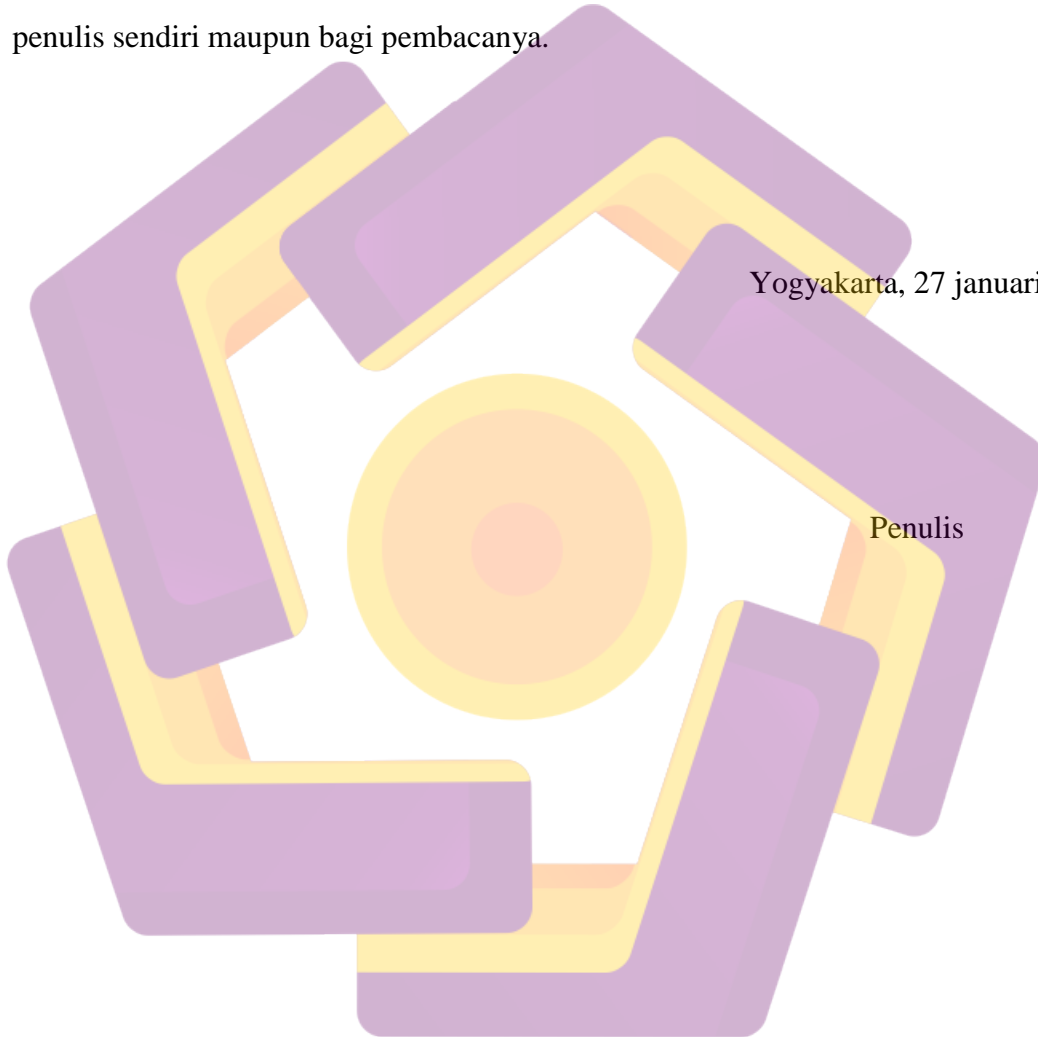
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Sudarmawan, S. T., M.T. selaku Kaprodi S1 Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Barka Satya, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis.
5. Vape House Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian pada Vape House Yogyakarta.
6. Orang tua dan saudara penulis yang telah memberikan dukungan moral dan materi.
7. Para dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mendidik dan membimbing dalam proses perkuliahan.
8. Teman-teman penulis.
9. Dan semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan pada kesempatan penulis yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pembacanya.

Yogyakarta, 27 januari 2021

Penulis

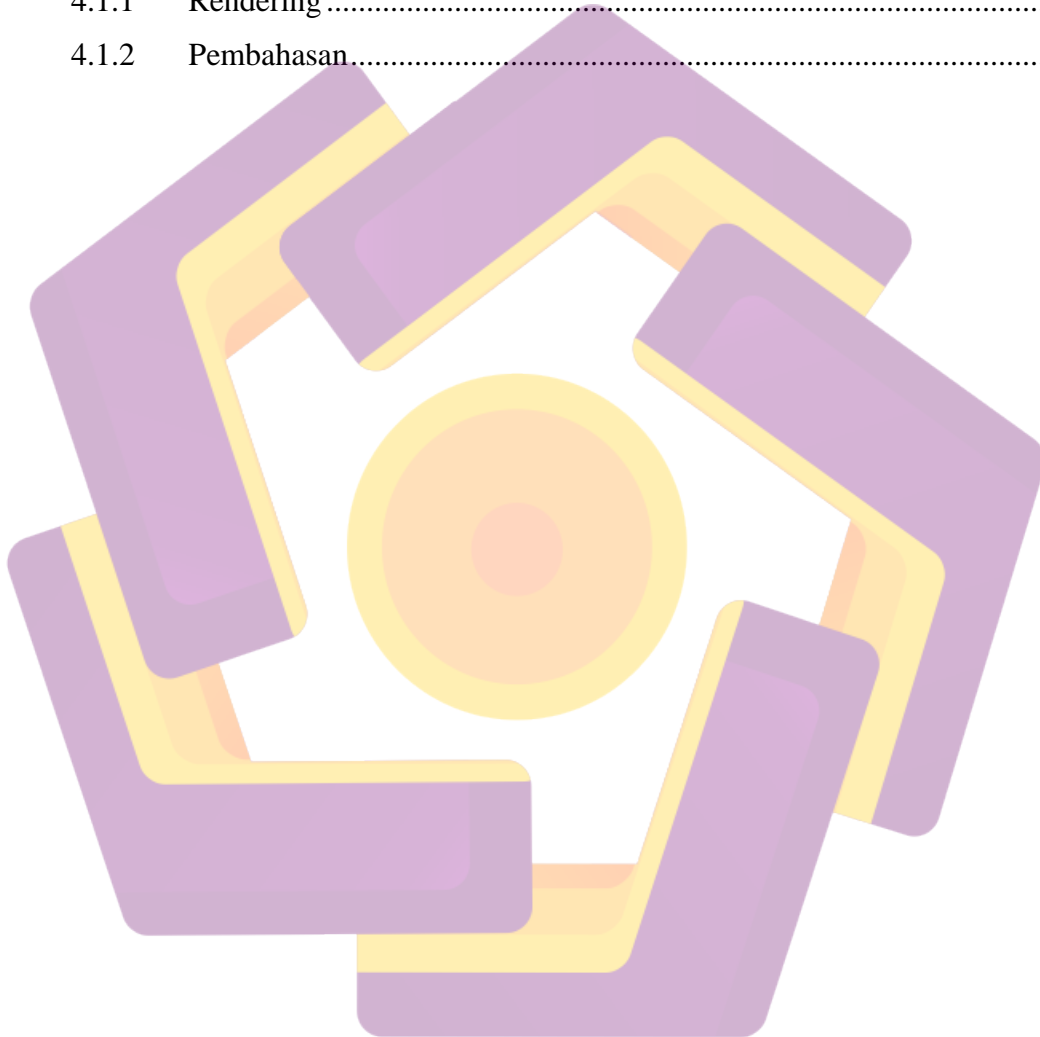


DAFTAR ISI

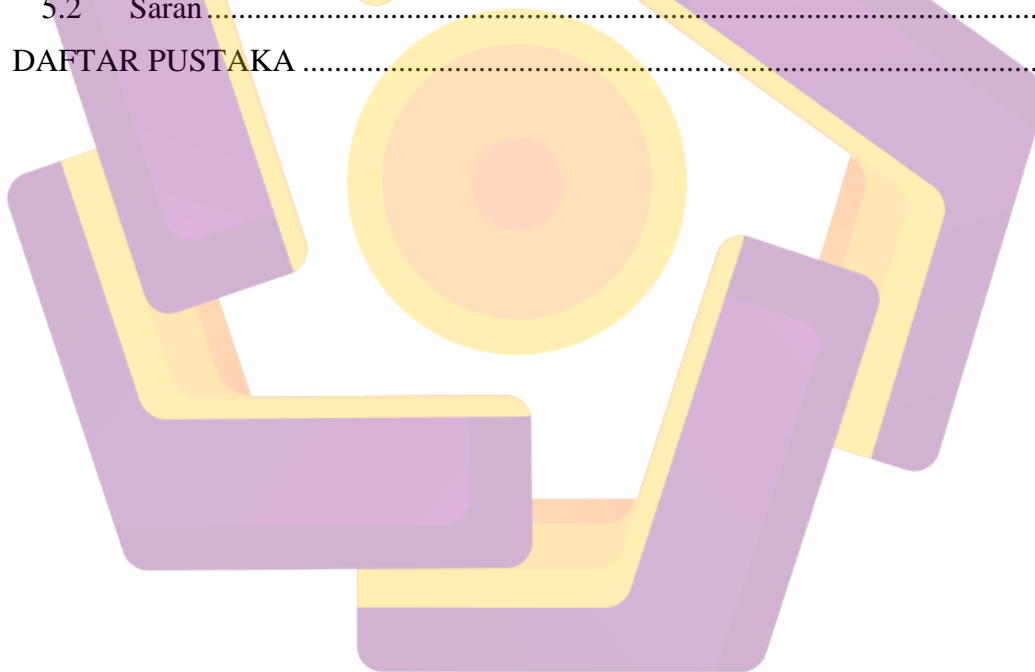
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis Data.....	5
1.6.3 Metode Perancangan.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1 Tabel penelitian terkait.....	8
2.2 Dasar Teori.....	10
2.2.1 Pengertian Multimedia.....	10

2.3	Dasar Teori Iklan.....	13
2.3.1	Pengertian Iklan	13
2.3.2	Fungsi dan Tujuan Iklan.....	13
3.3.5	Jenis Iklan	15
2.3.4	Komponen Iklan Televisi.....	17
2.3.5	Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	18
2.4	Kinetik Typografi.....	19
2.4.1	Typografi.....	20
2.5	Motion Graphic	22
2.5.1	Sejarah.....	22
2.6	Medote Analisis.....	23
2.6.1	Analisis SWOT	23
2.7	Metode Perancangan	25
2.7.1	Metode Observasi.....	25
2.8	Metode Pengembangan	26
2.9	Metode Testing.....	26
BAB III TINJAUAN UMUM.....		27
3.1	Tinjauan Umum.....	27
3.1.1	Vape House Yogyakarta	27
3.1.2	Visi dan Misi.....	27
3.2	Analisis.....	28
3.2.1	Analisis Kondisi Objek	28
3.2.2	Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman).....	29
3.3	Analisis Kebutuhan	30
3.3.1	Analisis Kebutuhan Informasi	30
3.3.2	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak.....	31
3.3.3	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras.....	31
3.4	Strategi Merancang Promosi	32
3.4.1	Strategi Menetapkan Sasaran	32
3.4.2	Strategi Merancang Daya Tarik	33

3.5	Perancangan Iklan	34
3.5.1	Pra Produksi	34
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Tahab-Tahab Pembuatan Video iklan	39
4.1.1	Rendering	40
4.1.2	Pembahasan.....	40

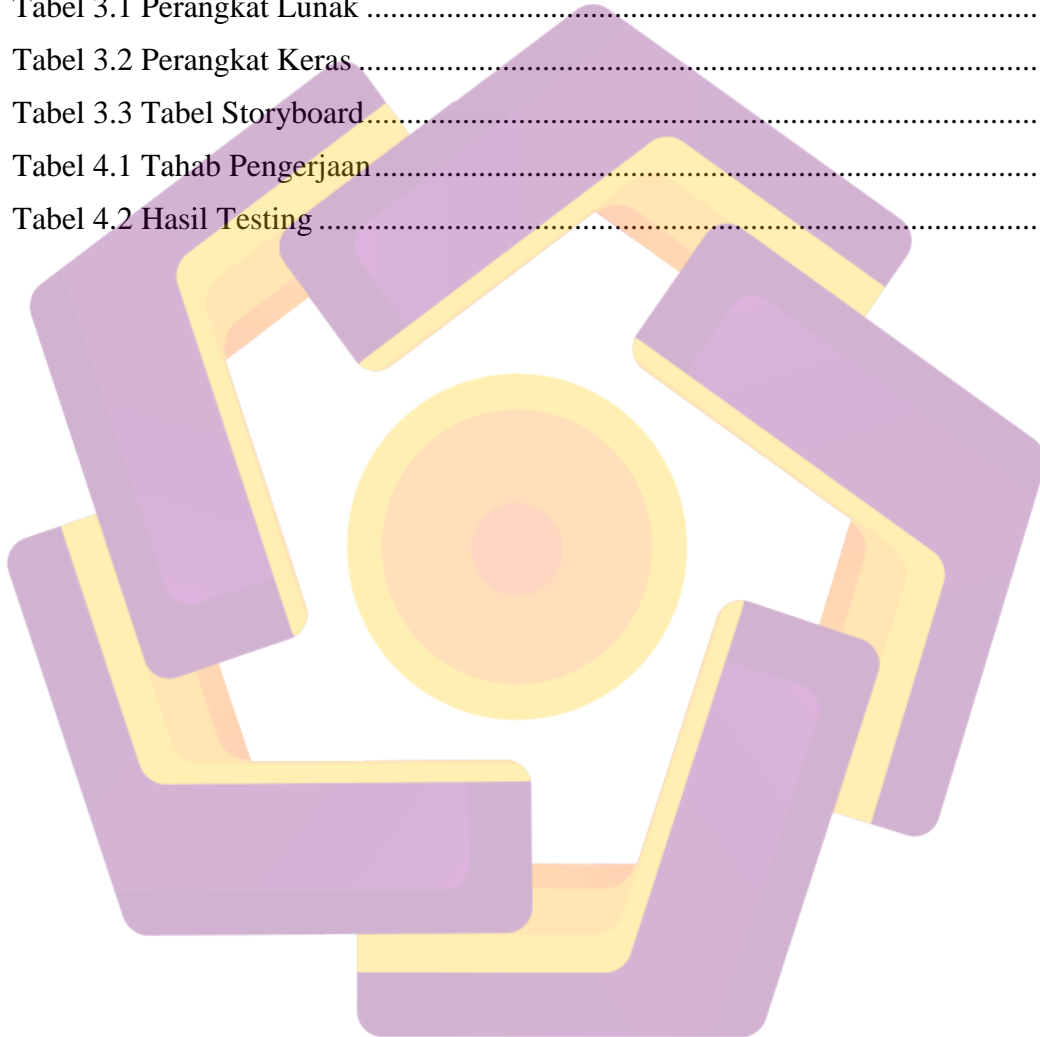


4.2	Produksi Iklan.....	40
4.2.1	Pembuatan Audio Narasi.....	40
4.3	Tahap Pasca Produksi.....	41
4.3.1	Pembuatan Video Kinetik Typografi	41
4.3.2	Pembuatan Motion Graphic	44
4.3.3	Penggabungan Video	49
4.3.4	Rendering	51
4.3.5	Testing.....	52
4.3.6	Tahapan Media Placement	53
BAB V	PENUTUP.....	54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran	55
	DAFTAR PUSTAKA	56



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 penelitian terkait.....	8
Tabel 3.1 Perangkat Lunak	31
Tabel 3.2 Perangkat Keras	31
Tabel 3.3 Tabel Storyboard.....	36
Tabel 4.1 Tahab Pengerjaan.....	39
Tabel 4.2 Hasil Testing.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh iklan Komersil	16
Gambar 2.2 Contoh Gambar Iklan Tidak Komersil.....	17
Gambar 4.1 Recording Audio Narasi.....	41
Gambar 4.2 Composition Setting.....	42
Gambar 4.3 Menyusun Teks	42
Gambar 4.4 Efek Drop Shadow	43
Gambar 4.5 Menganimasikan Dengan Keyframe.....	43
Gambar 4.6 Desain Liquid.....	44
Gambar 4.7 Desain Mod Vape.....	44
Gambar 4.8 Desain Logo Instagram	44
Gambar 4.9 Desain Point Lokasi	44
Gambar 4.10 Desain Rokok	44
Gambar 4.11 Proses New Composition	45
Gambar 4.12 Menyusun Desain Grafis.....	46
Gambar 4.13 Menganimasikan Dengan Animator Composer	46
Gambar 4.14 Camera Setting	47
Gambar 4.15 Penganimasian Camera	47
Gambar 4.16 Rendering Video	48
Gambar 4.17 New Project Premiere Pro	49
Gambar 4.18 New Sequence Adobe Premiere Pro	50
Gambar 4.19 Penggabungan Video dan Audio.....	50
Gambar 4.20 Rendering Final.....	51

INTISARI

Iklan televisi adalah suatu media yang memberikan informasi kepada masyarakat dan berperan penting untuk sarana promosi dari suatu produk. Periklanan pada televisi jauh lebih dinamis di bandingkan dengan periklanan pada media lainnya, seperti penyiaran pada radio dan media cetak.

Iklan televisi memiliki karakteristik yang dapat memperkuat promosi, di karenakan iklan pada televisi merupakan video yang tentunya mempunyai visualisasi penyampaian yang sangat baik di bandingkan dengan media yang lain. Selain itu, iklan televisi juga mempunyai jangkauan yang cukup luas.

Alasain ini yang memberikan ide untuk saya membuat perancangan iklan untuk Vape House Yogyakarta, Vape House Yogyakarta adalah sebuah toko Vape Store yang berdiri pada tahun 2016 di daerah Condong Catur Sleman dan membutuhkan sebuah promosi untuk menyebarkan informasi tentang produk mereka, namun promosi yang dilakukan sebelumnya hanya terbatas di media sosial sehingga iklan yang di posting hanyalah gambar statis, pada video iklan dapat menjadi alat yang bisa memberikan pengaruh yang cukup signifikan dalam mempengaruhi opini pasar. Sehingga video iklan ini nantinya dapat menyempurnakan informasi dan promosi produk dari Vape House Yogyakarta.

Kata kunci: Multimedia, Advertising, Televisi, Yogyakarta.

ABSTRACT

Television advertising is a media that provides information to the public and plays an important role in the promotion of a product. Advertising on television is far more dynamic than advertising on other media, such as broadcasting on radio and print media.

Television advertising has characteristics that can strengthen promotion, because television advertising is a video which certainly has a very good visualization of delivery compared to other media. In addition, television commercials also have quite a broad reach.

Because of this that gave me an idea to make an advertisement design for Vape House Yogyakarta, Vape House Yogyakarta is a Vape Store that was established in 2016 in the Sleman Chess Condong area and requires a promotion to disseminate information about their products, but the promotion that was done before was only limited to social media so that the ads posted are only static images, video advertisements can be tools that can have a significant influence in influencing market opinion. So that this video advertisement can improve product information and promotion from Vape House Yogyakarta.

Keywords: Multimedia, Advertising, Television, Yogyakarta.