

**PEMBUATAN IKLAN 2D “CHANG CHAN THAI TEA”
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Devi Triana

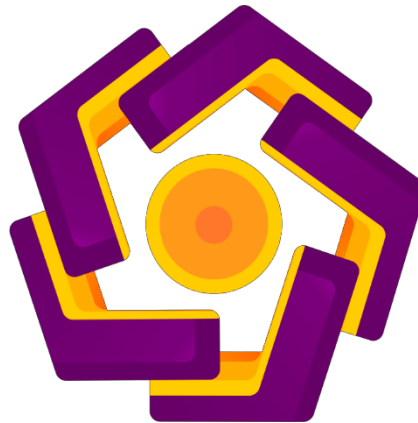
14.11.7713

**PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI
INFORMATIKA FAKULTAS ILMU
KOMPUTER UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA YOGYAKARTA
2019**

**PEMBUATAN IKLAN 2D “CHANG CHAN THAI TEA”
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi persyaratan
mencapai gelar Sarjana
Pada program studi Informatika



disusun
oleh

Devi Triana

14.11.7713

**PROGRAM SARJANA PROGRAM
STUDI INFORMATIKA FAKULTAS
ILMU KOMPUTER UNIVERSITAS
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN 2D “ CHANG CHAN THAI TEA” SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DENGAN TEKNIK MOTION GRAPHIC.**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Devi Triana

14.11.7713

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 02 September 2019

Dosen Pembimbing,



Bayu Setiaji, M.Kom.
NIK.190302216

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN 2D "CHAN CHANG THAI TEA" SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Devi Triana

14.11.7713

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 28 Agustus 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.
NIK. 190302215

Dina Maulina, M.Kom.
NIK. 190302250

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom.
NIK. 190302164

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 03 September 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si, M.T.
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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 04 September 2019



Devi Triana

NIM. 14.11.7713

MOTTO

“Maka hendaklah kalian berpegang teguh dengan Sunnah-ku dan Sunnah para khulafaur rasyidin yang mendapat petunjuk”

HR Abu Daud

“People who never make mistakes are those who never try new things”

Albert Einstein.

“Tidak ada perjuangan tanpa adanya tujuan yang pasti”

Devi Triana



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala ridho-Nya sehingga penulis dapat selesaikan dengan baik dan lancar. Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan motivasi, doa dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak M. Suyanto, Prof., Dr., MM. Selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Bayu Setiaji, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan, arahan, dan motivasi kepada saya.
4. Teman-teman kelas 14-S1TI-02 yang selama 6 semester telah berjuang dan belajar bersama-sama. Terimakasih atas segala atas bantuan, do'a dan dukungannya, semoga kita semua menjadi orang-orang yang berguna bagi nusa, bangsa dan agama.
5. Beserta teman – teman saya yang selalu membantu dan mendoakan saya.

Dan juga seluruh pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini sampai selesai yang tidak dapat disebutkan satu-persatu

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karuni-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pembuatan Video Pembuatan Video Iklan 2D “ Chang Chan Thai Tea” Sebagai Media Promosi dengan menggunakan Motion Graphic ini sesuai dengan yang diharapkan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan memperoleh gelar Sarjana Komputer.

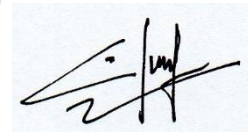
Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangatlah jauh dari kata kesempurnaan. Walau sangat sederhana, tanpa bantuan berbagai pihak dan pastinya penulis mengalami berbagai macam kesulitan dalam pembuatannya. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. M. Suyanto, Prof., Dr., MM. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., M.T. Selaku Dekan fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Bayu Setiaji, M.Kom selaku dosen pemimbing.
4. Bapak Rizki Sukma Kharisma, M.Kom Ibu Dina Maulina, M.Kom dan Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom Selaku Dosen Pemimbing.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.

6. Kedua Orang tua serta saudara – saudara saya yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama kuliah dan mengerjakan skripsi.
7. Teman – teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan selama penulis kuliah dan mengerjakan skripsi.
8. Bapak Ardianto Pradana Putra selaku pemilik Toko Chang Chan Thai Tea yang telah memberikan izin dan banyak membantu baik dukungan moral maupun material, pikiran, dan tenaga dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa pembuata skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak dapat menyampaikan kritik saran yang dapat membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun penulis tetap berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Yogyakarta, 04 September 2019



Devi Triana

14.11.7713

DAFTAR ISI

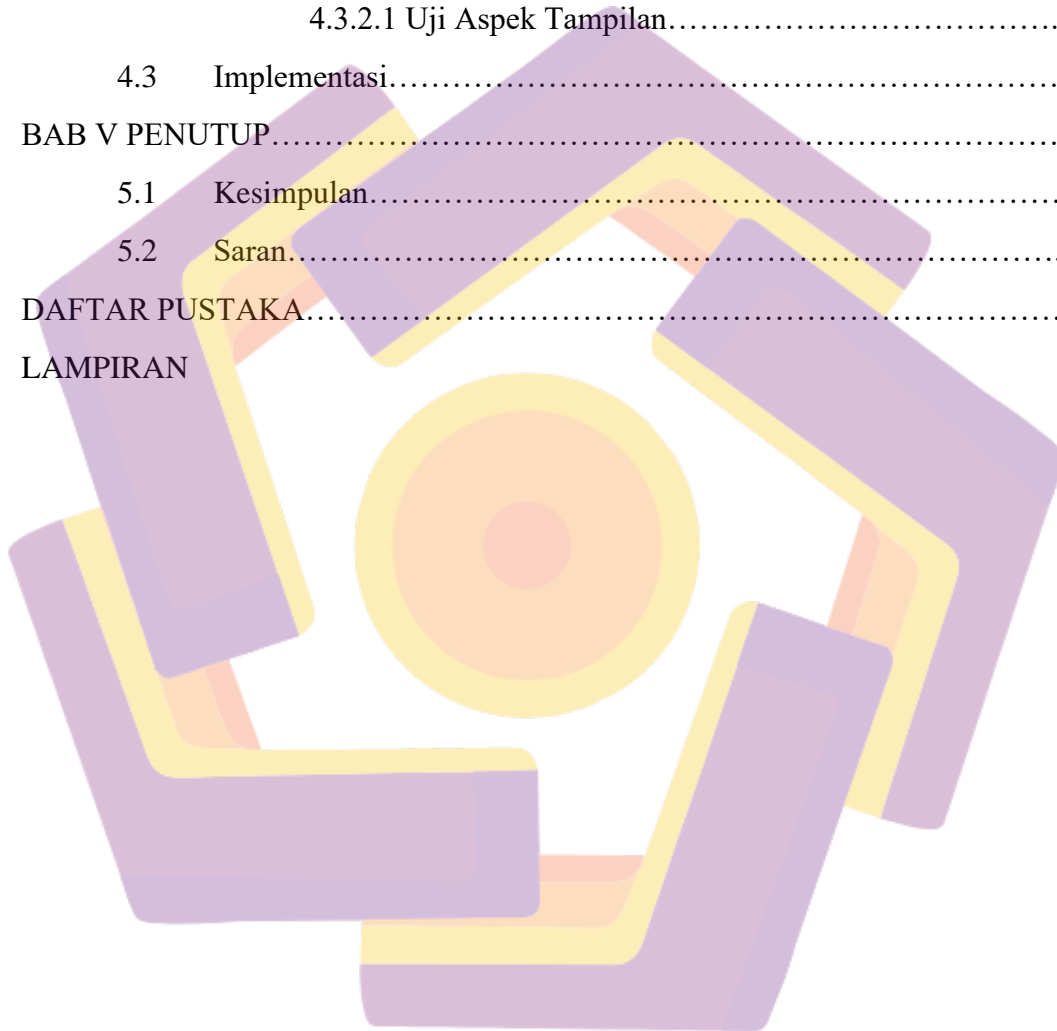
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan data.....	3
1.5.2 Metode Analisis.....	4
1.5.3 Metode Pengembangan.....	4
1.5.4 Metode Evaluasi.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7

2.2	Konsep Dasar Iklan.....	9
2.2.1	Definisi Iklan.....	9
2.2.2	Tujuan Periklanan.....	11
2.2.3	Manfaat Iklan.....	12
2.2.5	Konsep Produksi Iklan.....	13
2.2.5.1	Tahap Pra Produksi.....	13
2.2.5.2	Tahap Produksi.....	14
2.2.5.3	Tahap Pasca Produksi.....	15
2.3	Promosi.....	16
2.3.1	Pengertian Promosi.....	16
2.3.2	Tujuan Promosi.....	16
2.3.3	Sarana Promosi.....	17
2.4	Konsep Dasar Multimedia.....	18
2.4.1	Pengertian Mulimedia.....	18
2.4.2	Elemen Multimedia.....	19
2.5	Animasi.....	19
2.5.1	Jenis – jenis Animasi.....	19
2.5.1.1	Animasi Cell.....	19
2.5.1.1	Animasi Frame (Frame Animation).....	20
2.5.1.3	Animasi Sprite.....	20
2.5.1.4	Animasi Path (Lintasan).....	21
2.5.1.5	Animasi Spline.....	21
2.5.1.6	Animasi Vector.....	21
2.5.1.7	Animasi Clay.....	22
2.5.1.8	Animasi Karakter.....	22
2.5.1.9	Animasi Morphing.....	23
2.5.2	Animasi 2D.....	23

2.6	Motion Graphic.....	24
2.6.1	Pengertian Motion Graphic.....	24
2.6.2	Konsep Dasar Perancangan Video.....	24
2.7	Software yang Digunakan.....	26
2.7.1	Corel Draw X7.....	26
2.7.2	Adobe After Effect CS6.....	27
2.7.3	Adobe Photoshop CS6.....	27
2.7.4	Adobe Premier Pro CS6.....	27
2.8	Metode Testing.....	27
2.8.1	Kuisoner.....	27
2.8.2	Skala Likert.....	28
2.8.3	Rumus Presentase.....	28
2.8.4	Implementasi.....	30
BAB III ANALISIS PERANCANGAN.....		31
3.1	Deskripsi Perusahaan.....	31
3.1.1	Visi.....	31
3.1.2	Misi.....	31
3.1.3	Logo Chang Chan Thai Tea.....	32
3.1.4	Produk.....	32
3.2	Analisis Masalah.....	33
3.3	Pengumpulan Data.....	34
3.3.1	Metode Observasi.....	34
3.3.2	Metode Wawancara.....	34
3.3.3	Solusi yang diterapkan.....	35
3.4	Analisis Kebutuhan.....	36
3.4.1	Anilisi Kebutuhan Fungsional.....	36
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	36

3.4.2.1	Kebutuhan Hardware (Perangkat Keras).....	37
3.4.2.2	Kebutuhan Software (Perangkat Lunak).....	37
3.4.2.3	Kebutuhan Brainware (Sumber Daya Manusia).....	38
3.4.3	Analisis Kelayakan.....	39
3.4.3.1	Kelayakan Teknologi.....	39
3.4.3.2	Kelayakan Hukum.....	39
3.4.3.3	Kelayakan Informasi.....	40
3.4.3.4	Kelayakan Operasional.....	40
3.5	Tahap Pra Produksi.....	40
3.5.1	Ide Iklan.....	40
3.5.2	Tema Iklan.....	41
3.5.3	Naskah Iklan.....	41
3.5.4	Storyboard.....	42
BAB IV IMPELEMTASI DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Produksi.....	45
4.1.1	Drawing.....	45
4.1.1.1	Proses Pembuatan Objek dan Background.....	46
4.1.1.2	Pewarnaan Objek dan Background.....	47
4.1.1.3	Proses Penyimpanan.....	48
4.2	Pasca Produksi.....	48
4.2.1	Compositing.....	48
4.2.1.1	Penambahan Compositing.....	49
4.2.2	Proses Animasi.....	50
4.2.2.1	Motion Tween.....	50
4.2.3	Rendering Video After Effect.....	51
4.2.4	Editing.....	52
4.2.5	Rendering.....	53

4.2	Pembahasan.....	53
4.2.1	Alpha Testing.....	53
4.2.2	Beta Testing.....	55
4.3.2.1	Uji Aspek Informasi.....	56
4.3.2.1	Uji Aspek Tampilan.....	58
4.3	Implementasi.....	59
BAB V PENUTUP.....		61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan hasil penelitian terdahulu.....	8
Tabel 2.2	Evaluasi Skala Likert.....	28
Tabel 2.3	Konfensi Presentase.....	29
Tabel 3.1	Kebutuhan <i>Hardware</i>	37
Tabel 3.2	Kebutuhan <i>Software</i>	38
Tabel 3.3	Kebutuhan <i>Brainware</i>	38
Tabel 3.4	<i>Storyboard</i>	42
Tabel 4.1	Alpha Testing.....	54
Tabel 4.2	Pengujian Aspek Informasi.....	56
Tabel 4.3	Pengujian Aspek Tampilan.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Chang Chan Thai Tea.....	32
Gambar 3.2	Produk Tea Chang Chan Thai Tea.....	32
Gambar 3.3	Produk Non Tea Chang Chan Thai Tea.....	33
Gambar 3.4	Toko Chang Chan Thai Tea Condong Catur.....	34
Gambar 4.1	Hasil pembuatan objek di CorelDraw X7.....	46
Gambar 4.2	Hasil pembuatan background di CorelDraw X7.....	46
Gambar 4.3	Pewarnaan pada Objek.....	47
Gambar 4.4	Pewarnaan pada Background.....	47
Gambar 4.5	Hasil pembuatan dan save pada objek.....	48
Gambar 4.6	Hasil penambahan compositing.....	49
Gambar 4.7	Hasil Import objek dan background.....	49
Gambar 4.8	Proses Animasi.....	50
Gambar 4.8	Teknik Motion Tween.....	51
Gambar 4.10	Proses rendering pada After effect.....	52
Gambar 4.11	Proses penyatuan Video dan Backsound.....	52
Gambar 4.12	Proses rendering.....	53
Gambar 4.13	Tampilan Iklan di Instagram.....	60

INTISARI

Chang Chan Thai Tea merupakan sebuah toko minuman yang menjual berbagai macam rasa teh Thailand yang sedang digemari oleh masyarakat saat ini, Toko ini juga memiliki berbagai macam rasa teh Thailand yang mungkin belum pernah dirasakan oleh masyarakat seperti greentea, strawberry, kopi ataupun red velvet.

Kurangnya promosi yang dilakukan pemilik toko chang chan thai tea karena memiliki batasan dan ketertarikan oleh kepada masyarakat dalam melakukan promosi. Maka penulis membuat perancangan media video promosi dalam bentuk animasi *motion graphic* , *video motion graphic* yang akan dibuat dengan durasi kurang dari 1 menit dan akan di promosikan melalui media sosial Instagram, dengan adanya perancangan promosi ini diharapkan dapat membuat Toko Chang Chan Thai Tea dikenal dan mampu bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.

Dengan kemajuan teknologi sekarang media periklanan pun mulai berkembang ke arah yang lebih menarik untuk di terima oleh masyarakat yaitu pembuatan iklan dengan media video di televisi dengan metode *live shoot* ataupun animasi. Maka dari itu dengan memanfaatkan media promosi tersebut maka dibuatkan sebuah iklan video animasi untuk menarik minat masyarakat untuk membeli dan mengingat sebuah produk yang nanti ingin di iklankan.

Kata Kunci : Video Promosi, Motion Graphic, Chang Chan Thai Tea

ABSTRACT

Chang Chan Thai Tea is a beverage shop that sells a variety of Thai tea flavors that are currently favored by the public at this time, this shop also has a variety of Thai tea flavors that may not have been felt by the public such as greentea, strawberry, coffee or red velvet.

The lack of promotion by shop owners chang chan thai tea because it has restrictions and interest by the public in conducting promotions. So the authors make the design of promotional video media in the form of motion graphic animation, the video motion graphic will be made with a duration of less than 1 minute and will be promoted through social media Instagram, with the design of this promotion is expected to make Chang Chan Thai Tea Shop known and able to compete with its competitors .

With the advancement in technology now the advertising media has begun to develop in a more interesting direction for the public to receive, namely making advertisements with video media on television using the live shoot or animation method. Therefore, by utilizing the promotional media, an animated video advertisement is created to attract the interest of the public to buy and remember a product that will later be advertised.

Keywords: Video Promotion, Motion Graphic, Chang Chan Thai Tea