

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA
PROMOSI WARRIOR SHOES YOGYAKARTA DENGAN
MENAMBAHKAN METODE MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

RISKY JATU KUMARA

16.12.9374

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA
PROMOSI WARRIOR SHOES YOGYAKARTA DENGAN
MENAMBAHKAN METODE MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

RISKY JATU KUMARA

16.12.9374

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA
PROMOSI WARRIOR SHOES YOGYAKARTA DENGAN
MENAMBAHKAN METODE MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

RISKY JATU KUMARA

16.12.9374

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 06 Januari 2020

Dosen Pembimbing,

Dony Ariyus, M.Kom

NIK.190302128

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI WARRIOR SHOES YOGYAKARTA DENGAN MENAMBAHKAN METODE MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

RISKY JATU KUMARA

16.12.9374

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Maret 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

Andriyan Dwi Putra, M.Kom
NIK. 190302270

Dony Ariyus, M.Kom
NIK. 190302128

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 19 Maret 2020

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, 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, 5 Januari 2021

AMTERAI
TEMPEL
A39F4AHF81009925
6000
RISKY JATU KUMARA

16.12.9374

MOTTO

“Aku mungkin tak memiliki bakat, tapi aku memiliki tekad yang kuat” – Eren Yeager.



PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa sebagai tanda rasa syukur atas segala nikmat dan karunia sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang Maha Kuasa karena hanya atas ijin-Nya skripsi dapat selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga sehingga meridhoi dan mengabulkan segala doa.
2. Kepada orang tua, bapak Sardi Adi P dan ibu Endang yang selalu mendukung dan mendo'akan, serta bersabar mencurahkan kasih sayang kepada saya.
3. Kepada bapak Dony Ariyus, M.Kom sebagai dosen pembimbing skripsi, saya mengucapkan terimakasih banyak atas masukan, saran, dan himbauan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik dan lancar.
4. Kepada teman saya Novelia M yang telah membantu saya dari semester awal hingga terselesaikannya skripsi ini. Terimakasih telah banyak membantu dan mendukung saya.
5. Kepada Begundal 06, BamBank And The Gank Crew, Gank Sebelah, yang kemudian berkolaborasi dan berubah nama menjadi Redaksi. Terimakasih atas bantuan dan dukungan sejak awal semester hingga terselesaikannya skripsi ini. Semangat buat kalian lekas menyusul lalu kita duduk melingkar lagi kawan.
6. Kepada Komputer saya yang telah menemani suka maupun duka, siang maupun malam hingga saya lupa apa itu pacaran. Terimakasih telah menemani saya selama ini.
7. Kepada teman – teman 16SI06 terimakasih banyak sudah menjadi bagian cerita hidup saya. Semoga bisa berkumpul di lain kesempatan.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini dengan baik dalam rangka meraih gelar sarjana.

Tak lupa penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya terhadap pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Maka dari itu, dengan rendah hati penulis menyampaikan sanjungan kepada: Allah SWT yang Maha Kuasa karena hanya atas ijin-Nya skripsi dapat selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga sehingga meridhoi dan mengabulkan segala doa.

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga, teman-teman dan semua pihak yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan yang membuatnya jauh dari sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan agar skripsi ini semakin sempurna untuk kedepannya. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi inspirasi bagi pembaca.

Yogyakarta, 19 Maret 2020

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	I
PENGESAHAN.....	II
PERSETUJUAN.....	III
PERNYATAAN	IV
MOTTO.....	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
INTISARI.....	XV
ABSTRAK	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	3
1.3 BATASAN MASALAH	3
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	4
1.5 MANFAAT PENELITIAN	4
1.5.1 Untuk Masyarakat.....	4
1.5.2 Untuk Penulis	5
1.6 METODE PENELITIAN.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.1.1 Metode Observasi	5
1.6.1.1 Metode Wawancara	5
1.6.1.1 Metode Study Pustaka.....	5
1.6.2 Metode Perancangan.....	6
1.6.3 Metode Testing dan Evaluasi	8

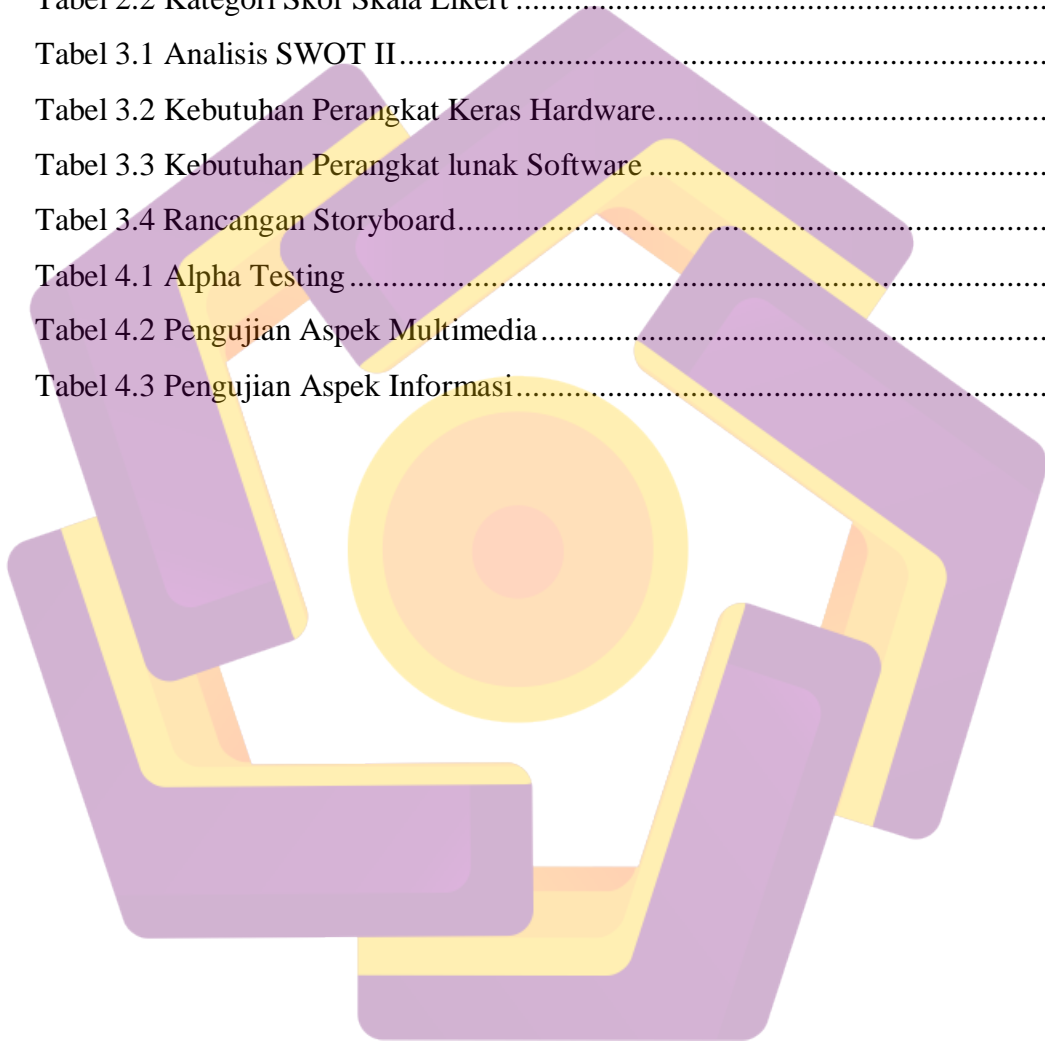
1.7	SISTEMATIKA PENULISAN.....	8
BAB II LANDASAN TEORI		10
2.1	KAJIAN PUSTAKA	10
2.2	PROMOSI.....	11
2.2.1	Fungsi dan Tujuan Promosi	12
2.2.2	Jenis Promosi.....	12
2.3	IKLAN.....	14
2.3.1	Jenis Iklan	14
2.3.2	Fungsi dan Tujuan Iklan	15
2.4	MOTION GRAPHIC.....	16
2.4.1	Sejarah Motion Graphic	16
2.4.2	Pengertian Motion Graphic	17
2.5	DUA BELAS PRINSIP ANIMASI.....	18
2.6	LIVE SHOOT.....	25
2.6.1	Unsur Teknik Dalam Live Shoot.....	26
2.7	TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR	27
2.7.1	Pengambilan Gambar.....	27
2.7.2	Bidikan Kamera.....	29
2.7.3	Gerakan Kamera.....	31
2.8	ANALISIS.....	33
2.8.1	Analisis Swot.....	33
2.8.2	Analisis Kebutuhan Sistem	35
2.9	PRODUKSI IKLAN	37
2.9.1	Tahap Pra Produksi.....	37
2.9.2	Tahap Produksi.....	39
2.9.3	Tahap Pasca Produksi.....	40
2.10	PENGOLAHAN DATA KUISIONER.....	41

2.10.1	Skala Likert	42
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		45
3.1	TINJAUAN UMUM.....	45
3.1.1	Deskripsi Objek.....	45
3.1.2	Visi.....	46
3.1.3	Misi.....	46
3.2	PENGUMPULAN DATA.....	47
3.2.1	Wawancara.....	47
3.2.2	Observasi.....	48
3.3	ANALISIS.....	51
3.3.1	Analisis SWOT.....	51
3.3.1.1	Kelemahan.....	55
3.3.1.2	Solusi.....	56
3.3.2	Analisis Kebutuhan Fungsional	56
3.3.3	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	57
3.3.3.1	Kebutuhan Perangkat Keras.....	57
3.3.3.2	Kebutuhan Perangkat lunak.....	58
3.3.3.3	Kebutuhan Brainware.....	58
3.4	RANCANGAN PRA PRODUKSI.....	60
3.4.1	Rancangan Konsep Iklan.....	60
3.4.2	Rancangan Desain.....	61
3.4.3	Rancangan Naskah Iklan.....	62
3.4.4	Rancangan Storyboard.....	64
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Tahap PRODUKSI.....	68
4.1.1	Proses Pengambilan Gambar.....	68
4.1.2	Pembuatan Aset Animasi.....	70
4.1.2.1	Proses Pembuatan Animasi.....	70
4.1.3	Backsound Musik.....	72
4.1.4	Perekaman Suara.....	73

4.2	TAHAP PASCA PRODUKSI.....	74
4.2.1	Composition	75
4.2.1.1	Proses Motion Graphic.....	75
4.2.2	Editing.....	77
4.2.3	Rendering	80
4.3	PROMOSI.....	81
4.4	EVALUASI.....	82
4.4.1	Alpha Testing	83
4.4.2	Beta Testing	84
BAB V PENUTUP		85
5.1	KESIMPULAN.....	94
5.2	SARAN.....	9.4
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis SWOT I	35
Tabel 2.2 Kategori Skor Skala Likert	44
Tabel 3.1 Analisis SWOT II.....	51
Tabel 3.2 Kebutuhan Perangkat Keras Hardware.....	57
Tabel 3.3 Kebutuhan Perangkat lunak Software.....	58
Tabel 3.4 Rancangan Storyboard.....	64
Tabel 4.1 Alpha Testing	83
Tabel 4.2 Pengujian Aspek Multimedia.....	85
Tabel 4.3 Pengujian Aspek Informasi.....	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Solid Drawing.....	18
Gambar 2.2 Timing and Spacing.....	19
Gambar 2.3 Squash and Stretch.....	20
Gambar 2.4 Anticipation.....	20
Gambar 2.5 Slow in and Slow out.....	21
Gambar 2.6 Ares.....	21
Gambar 2.7 Secondary Action.....	22
Gambar 2.8 Follow Through and Overlapping Action.....	23
Gambar 2.9 Straight Ahead Action and Pose to Pose.....	23
Gambar 2.10 Staging.....	24
Gambar 2.11 Appeal.....	24
Gambar 2.12 Exaggeration.....	25
Gambar 2.13 Contoh Storyboard.....	39
Gambar 3.1 Logo Warrior Shoes Jogja.....	45
Gambar 3.2 Brosur Promo Hari Kemerdekaan.....	49
Gambar 3.3 Instagram Warrior Shoes Jogja.....	50
Gambar 3.4 Desain Produk dan Jasa.....	61
Gambar 4.1 Pengambilan Gambar Opening.....	68
Gambar 4.2 Angel Long Shoot.....	69
Gambar 4.3 Angel Close-Up.....	69
Gambar 4.4 Angel Extreme Close-Up.....	70
Gambar 4.5 Line Art.....	71
Gambar 4.6 Hasil Dari Karakter.....	71
Gambar 4.7 Aset Gambar.....	72

Gambar 4.8 Background Free Youtube	73
Gambar 4.9 Tahap Editing Suara.....	73
Gambar 4.10 Membuang Suara Yang Tidak Diperlukan.....	74
Gambar 4.11 Noise Cleaning	74
Gambar 4.12 Composition	75
Gambar 4.13 Import File AAE.....	75
Gambar 4.14 Compositting	76
Gambar 4.15 Transformasi Dasar.....	76
Gambar 4.16 Animation Composer.....	77
Gambar 4.17 Render Queue	77
Gambar 4.18 Sequence	78
Gambar 4.19 Import Ap.....	78
Gambar 4.20 Menyusun Video.....	79
Gambar 4.21 Import Animasi.....	79
Gambar 4.22 Timeline Ap	80
Gambar 4.23 Export.....	80
Gambar 4.24 Render Setting	81
Gambar 4.25 Promosi Instagram	82

INTISARI

Warrior adalah produk sepatu china. Sepatu ini adalah salah satu produk sepatu yang di produksi oleh Shanghai Warrior Shoes Co.Ltd. Sepatu Gibor sendiri sudah berjalan selama 50 tahun masa produksi dan penjualannya, namun baru sekitar tahun lalu sepatu ini mulai dibenahi oleh perusahaan mengenai kejelasan brand nya. Hal ini berarti masih kurangnya promosi dari pihak perusahaan, sehingga belum banyak orang yang mengenal atau mengetahui produk Warrior.

Oleh karena itu produk ini membutuhkan strategi promosi yang baik agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat, khususnya segmen yang disasar. Iklan media sosial adalah sebuah media yang jangkauannya sangat luas, dan kemungkinan besar ditonton oleh segmen apapun.

Iklan media sosial dengan strategi konsep yang di khususkan pada remaja berguna sebagai media promosi Warrior agar lebih dikenal remaja dan masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk terhadap konsumen. Saya akan membuat video dengan menambahkan motion grafik sebagai promosi. Tujuan akhir dari pembuatan video tersebut adalah, masyarakat terbuka wawasannya tentang sepatu ini.

Kata Kunci : *Warrior shoes, motion grafik, media promosi*



ABSTRACT

Warrior is a china shoe product. This brand is one of the footwear products of Shanghai Warrior Shoes Co.Ltd. Gibor shoe itself has been running for 50 years of production and sales at the moment, but the company has just thinking about the brand's clarity only about a year ago. This means a lack of promotion of the brand, and not many people heard or know about Warrior products.

Therefore, this product requires a good promotion strategy raise public awareness, especially the targeted segment. Social media advertising has largemedial coverage, and any segment most probably will watch on social media.

Social media ads with a concept strategy adjusted for teenagers is expected to be an effective campaign media to make Warrior more famousto the public, especially young people in order to raise the product appeal to its consumer. I will make video with adding motion graphic for promotion. The final goal from this motion graphic is to be more know by public about this unique and interesting warrior shoes.

Keyword : warrior shoes, motion graphic, media promotion

