

**PERANCANGAN IKLAN KERAJINAN KULIT “GIMAN LEATHER”
DENGAN TEKNIK MOTION GRAFIK**

NASKAH PUBLIKASI



diajukan oleh

Hanny Okta Reynaldi	16.02.9234
Wahyu Septiawan	16.02.9255
Hanggih Dwi Prayogo	16.02.9272

kepada
**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

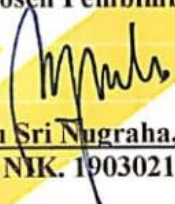
NASKAH PUBLIKASI

**PERANCANGAN IKLAN KERAJINAN KULIT “GIMAN LEATHER”
DENGAN TEKNIK MOTION GRAFIK**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Hanny Octa Reynaldi	16.02.9234
Wahyu Septiawan	16.02.9255
Hanggih Dwi Prayogo	16.02.9272

Dosen Pembimbing



Bhanu Sri Nugraha, M.Kom
NIK. 190302164

Tanggal, 20 Mei 2019

**Ketua Program Studi
D3 – Manajemen Informatika**



Hanif Al Fatta, M.Kom
NIK. 190302096

PERANCANGAN IKLAN KERAJINAN KULIT “GIMAN LEATHER” DENGAN TEKNIK MOTION GRAFIK

Hanny Okta Reynaldi¹⁾, Wahyu Septiawan²⁾,
Hanggih Dwi Prayogo³⁾, Bhanu Sri Nugraha⁴⁾

^{1,2,3,4)} Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta

Jl Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta Indonesia 55283

Email : hanny.reynaldi@students.amikom.ac.id¹⁾,
wahyu.septiawan@students.amikom.ac.id²⁾, hanggih.prayogo@students.amikom.ac.id³⁾,

Abstract - Gimán Leather is a place for producing leather bags in Yogyakarta. A full address at Keparakan Lor MG 1 \ 874. The products produced by Gimán Leather are in the form of Bags, Wallets, Belts and much more. All products made by Gimán Leather are made from genuine leather. The skin used to make handicrafts uses selected from cow leather.

Gimán Leather usually produces around 50 to 100 handicrafts. The craft is an order directly from Gimán Leather consumers. The process of making crafts is done by 5 employees.

This ad video provides information about the address and production place of Gimán Leather. Besides that, it also displays several products from Gimán Leather. This advertising video can be used as a medium of advertising and promotion for Gimán Leather and other things related to Gimán Leather.

Keywords: Video ads, Gimán Leather.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Terdapat beberapa teknik untuk membuat video iklan. Salah satunya menggunakan teknik motion grafik. Dalam pembuatan video ini kami menggunakan teknik motion grafik. Teknik motion grafik lebih hemat biaya dibandingkan dengan membuat video live action yang membutuhkan banyak biaya dan peralatan, video motion grafik lebih fleksibel karena disesuaikan dengan kebutuhan serta gambar yang ditampilkan bisa dibuat

dengan kreativitas pembuat. Selain itu motion grafik juga lebih efektif karena biasanya dibuat dengan durasi pendek, dengan waktu 30 detik hingga 3 menit, sehingga cocok digunakan untuk dipasang di media social.[1]

Dengan permasalahan tersebut penulis bermaksud untuk membuat video iklan Gimán Leather dengan tujuan agar dapat memberikan informasi secara lengkap kepada masyarakat tentang Gimán Leather, sehingga produk yang dihasilkan Gimán Leather dapat di kenal oleh masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka penelitian merumuskan masalah “Bagaimana cara merancang dan membuat video iklan Gimán Leather?”

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka penelitian memberikan batasan masalah:

1. Video iklan Gimán Leather digunakan sebagai media periklanan, promosi, dan hal lain yang berkaitan dengan Gimán Leather.
2. Pada pembuatan video iklan ini berisi tentang alamat, pemilik, proses pembuatan dan produk yang dihasilkan.

3. Video iklan akan digunakan oleh Gimán Leather sebagai media periklanan dan promosi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dalam penyusunan tugas akhir ini, yaitu sebagai berikut :

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program diploma 3 Manajemen Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Dapat menambah pengalaman agar dapat bersaing di industri multimedia.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan dibidang multimedia.

Tujuan :

Tujuan dari “Perancangan Iklan Kerajinan Kulit Gimán Leather Dengan Teknik Motion Grafik” sebagai media periklanan agar masyarakat mengetahui lokasi serta produk yang dihasilkan oleh Gimán Leather.

2. Pembahasan

2.1 Pembahasan

Naskah pertama yang penulis jadikan sebagai referensi adalah journal ilmiah yang disusun oleh Arpiansah Putra, Agus Dwi Andi Hermansah, Agus Purwanto Jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM YOGYAKARTA dengan judul “Perancangan Iklan Motion Graphic Jasa Percetakan Alief Production. Tujuannya untuk meningkatkan penjualan Alief Production. Perbedaan penelitian ini dengan penulis tidak menggunakan live shoot sebagai pembuatannya dan aplikasi yang digunakan untuk pembuatan iklan.[2]

2.2 Pengertian Iklan

Menurut FAJAR ASHAR (1990), Dalam pengertian umum, iklan adalah sarana bagi upaya menawarkan barang atau jasa kepada khalayak ramai. Iklan adalah berita pesanan untuk mendorong dan membujuk orang agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan. Iklan adalah kegiatan

memberitahukan suatu hal, barang, atau jasa melalui media massa. Media yang digunakan, antara lain televisi, radio, koran, majalah, internet, dan sebagainya. Iklan berfungsi untuk menawarkan barang atau jasa kepada orang banyak melalui berbagai media.[3]

2.3 Prinsip Dasar Iklan

Sebagai salah satu bentuk promosi, jelas bahwa iklan memiliki prinsip-prinsip dasar. Prinsip-prinsip dasar itu perlu diketahui sebelum membuat atau mengiklankan usaha bisnis agar iklan yang dibuat nantinya tidak melenceng dari tujuan.

2.4 Konsep Dasar Multimedia

Konsep dasar multimedia adalah penggunaan komputer untuk menggabungkan informasi berupa teks, gambar, animasi, atau bahkan video untuk ditampilkan pengguna komputer. Ada 2 jenis penggunaan multimedia yaitu multimedia linier (tetap) dan multimedia interaktif (dapat dikendalikan). Elemen - elemen Multimedia sebagai berikut :

1. Text
2. Animasi
3. Grafik
4. Gambar
5. Suara

2.5 Pengertian Live shoot

Live Shoot dapat di artikan yaitu pengambilan gambar bergerak secara langsung. Live Shoot dapat dikatakan sebagai video syuting dimana dalam pengajarannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil syuting.

2.6 Konsep Dasar Video

2.6.1 Pengertian Video

Video menyediakan sumber daya yang kaya dan hidup bagi aplikasi multimedia. Video merupakan sajian gambar dan suara yang di tangkap oleh sebuah kamera, yang kemudian di susun kedalam urutan frame untuk dibaca dalam suatu detik. Berkaitan dengan penglihatan dan pendengaran. Salah satu alat yang dapat digunakan

yang dapat digunakan untuk menghasilkan video adalah camcorder, sebuah camcorder terdiri dari camera dan recorder. Macam-macam camcorder meliputi mini DV, DVD camcorder, dan digital. Video kamera menggunakan 2 teknik, yaitu:

1. Interlaced

Metode untuk menampilkan image/gambar dalam raster-scanned display divide seperti CRT televisi analog, yang ditampilkan bergantian antara garis ganjil dan genap secara cepat untuk setiap frame.

2. Progressive Scan

Metode untuk menampilkan, menyimpan, dan memancarkan gambar dimana setiap baris untuk setiap frame di gambar secara beruntun.

2.6.2 Standar Video

Terdapat beberapa standar video yang dipakai sekarang diantaranya adalah NTSC, PAL, SECAM, dan HMDTV. [4]

1. NTSC
2. PAL
3. SECAM
4. HDTV

2.7 Tahapan Pengerjaan Video

2.7.1 Tahapan Pra Produksi

Tahapan pra produksi merupakan tahapan awal untuk mempersiapkan segala hal yang dibutuhkan untuk memproduksi video iklan. Adapun hal yang masuk dalam tahapan pra produksi yaitu :

1. Ide Cerita

Ide cerita adalah tahapan dimana iklan ini difikirkan sang penulis untuk membuat iklan untuk bisa disampaikan kepada masyarakat.

2. Perencanaan

Ditahap perencanaan ini penulis merencanakan pembuatan iklan dimana segala hal yang difikirkan tentang tempat, waktu pengambilan, sisi pengambilan cahaya untuk dapat menghasilkan video yang baik.

3. Perancangan

Pada tahap perancangan penulis merancang dari tahap awal seperti bahan yang akan di iklankan, merencanakan pengambilan sesuai yang ada dilokasi, alat-alat yang akan digunakan untuk bisa memaksimalkan pada pengambilan video.

4. Alur cerita

Pada tahap pembuatan alur cerita, penulis membuat gambaran dimana iklan ini akan ditampilkan pada video pembuatan. Dari awal nya sampai akhir agar terbentuk sebuah video yang mempunyai alur yang baik. Tanpa adanya alur cerita, pembuatan video tidak akan berjalan.

5. Naskah

Penulis membuat naskah untuk bisa menyampaikan pada tahapan sinc agar cerita dan video sejalan untuk lebih memudahkan pada saat pengambilan.

6. Storyboard

Storyboard merupakan bagian penting dalam pembuatan video. Dikarenakan storyboard termasuk perwakilan awal sebelum video dibuat. Tanpa adanya storyboard untuk pengambilan video tidak bisa sesuai dikarenakan akan tercampurnya dan kebingungan si pembuat.

3. Analisis dan Perancangan

3.1 Tinjauan Umum Gimán Leather

Gimán Leather merupakan usaha dibidang pembuatan kerajinan kulit. Gimán Leather membuat kerajinan yang menggunakan bahan kulit sapi sebagai bahan utama pembuatan kerajinan. Kerajinan ini membuat dan menghasilkan tas kulit, dompet kulit dan, sabuk kulit. Usaha ini berdiri pada tahun 1989. Untuk pembuatannya sendiri tergantung dari desain dan permintaan pemesan. Selain itu Gimán Leather sendiri juga menerima pemesanan dari luar daerah. Produksi

pembuatan Gimán Leather sendiri bertempat di Keparakan Lor MG 1 No 874 Yogyakarta.

3.2 Analisis Masalah

3.4.1 Observasi

Dalam melakukan observasi, penulis secara langsung datang ke tempat objek yang dituju sebagai bahan penelitian agar mendapatkan gambaran suatu objek dan segala hal yang berhubungan langsung dengan objek penelitian.



Gambar lokasi dari Gimán Leather

Analisis SWOT

Internal	Strength	Weaknes
	Gimán Leather mempromosikan produknya melalui media cetak lisan	Gimán Leather belum bisa memaksimalkan promosi menggunakan media elektronik sebagai media promosi
Eksternal		
Opportunities	Strategi SO	Strategi WO
Iklan yang menarik akan lebih menambah	Selalui memperbaiki promosi tentang	Membuat iklan video untuk di sebarkan di

minat dari konsumen	produk-produk dari Gimán Leather	media elektronik
Threatness	Strategi ST	Strategi WT
Dari perusahaan lain membuat iklan promosi	Menampilkan iklan di media elektronik	Membuat iklan video mengenai produk yang dihasilkan Gimán Leather

4. Perancangan Naskah

Rancangan cerita atau pedoman untuk menentukan urutan kejadian (materi) yang saling berhubungan antara satu kejadian dengan kejadian lainnya. Dari runtutan kegiatan tersebut nantinya akan diterjemahkan kedalam bentuk tampilan pada layar komputer. Rancangan naskah ada pada tabel di bawah ini :

1. Pembuatan Storyboard

Sketsa gambar disusun berurutan sesuai naskah, dengan storyboard kita dapat menyampaikan ide cerita kita kepada orang lain dengan lebih mudah, karena kita dapat menyatukan alur mengikuti gambar yang tersaji sehingga menghasilkan persepsi yang sama pada ide cerita.

2. Pembuatan Video

1. Editing

Secara keseluruhan proses pembuatan video dilakukan menggunakan software Adobe After Effect cs 6. Namun ada juga yang dilakukan menggunakan Adobe Premiere Pro cs 6 untuk proses penambahan motion graphic dan backsound. Pada video iklan ini akan menggunakan motion graphic yang menggunakan beberapa teknik.



Gambar Proses Edit Logo Giman Leather

2. Compositing

Pada tahapan selanjutnya adalah menggabungkan semua yang sudah dibuat serta menambahkan motion graphic dan backsound agar setiap pergerakan video lebih hidup. Proses ini dilakukan sebelum proses rendering sehingga menghasilkan video yang lebih menarik.



Gambar Proses Penambahan Motion Grafik

3. Rendering

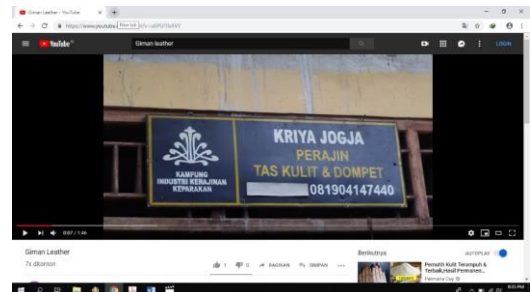
Tahapan terakhir dalam pembuatan video adalah melakukan proses rendering. Dimana proses rendering ini merupakan proses paling akhir dari keseluruhan proses pemodelan edit pada video.



Gambar Proses Rendering

3. Publish Youtube

Video iklan yang telah dibuat selanjutnya di implementasikan dengan mengunggah ke Youtube. Hal ini dilakukan sebagai salah satu langkah mempromosikan Giman Leather



Gambar Video sudah diunggah ke Youtube

3. Kesimpulan

3.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Melakukan perancangan untuk mendapatkan ide cerita, alur cerita, naskah, dan storyboard agar dapat membuat video sesuai dengan kebutuhan.
2. Sudah dilakukan upload pada media sosial Youtube agar Giman Leather semakin di kenal oleh masyarakat luas

3.2 Saran

Adapun beberapa saran yang disampaikan untuk tugas akhir ini agar menjadi perbaikan di waktu yang akan datang yaitu sebagai berikut :

1. Konsep, naskah, dan ide harus lebih jelas agar tidak melenceng jauh sudah direncanakan.,
2. Dapat diperbanyak lagi efek motion grafik yang sudah ada agar terlihat lebih menarik.
3. Dapat diperbanyak lagi efek motion grafik yang sudah ada agar terlihat lebih menarik.

Daftar Pustaka

- [1] Curran, Motion Graphic Design for Broadcast and Film, Rockport, 2000.
- [2] Alife, Perancangan iklan motion graphic jasa percetakan alife production untuk meningkatkan penjualan, Yogyakarta: STMIK Yogyakarta, 2006.
- [3] S. Barnes, "How the Presentation of Complex Animation Implicates," Graphics, Studies in the Efficacy of Motion, vol. 2, no. 1, pp. 37-75, 2016.
- [4] p. lan, "prampaaland.wordpress.com," Konsep Dasar multimedia, 06 Oktober 2012. [Online]. Available: <https://en.wordpress.com/typo/?subdomain=prampaaland>. [Accessed 20 April 2019].

Biodata Penulis

Wahyu Septiawan, memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md), Program Studi Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta, lulus tahun 2019.

Hanggih Dwi Prayogo, memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md), Program Studi Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta, lulus tahun 2019.

Bhanu Sri Nugraha, memperoleh gelar Ahli Madya (A Md) Manajement Informatika STMIK AMIKOM yogyakarta, lulus tahun 2005 , memperoleh Sarjana Komputer (S.Kom) Sistem Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta, tahun lulus 2007, memperoleh Progam Pasca Sarjana Magister Teknologi Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta, lulus tahun 2011, serta sampai saat ini mengajar sebagai dosen di Universitas Amikom Yogakarta.