

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN HIKARI SHOPPU DENGAN
MENGUNAKAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Dharma Rizki Firmansyah

15.12.8779

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN HIKARI SHOPPU DENGAN
MENGUNAKAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Dharma Rizki Firmansyah

15.12.8779

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN HIKARI SHOPPU DENGAN MENGUNAKAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dharma Rizki Firmansyah

15.12.8779

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 05 Februari 2020

Dosen Pembimbing,



Hastari Utama, M.Cs.
NIK. 190302230

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN HIKARI SHOPPU DENGAN MENGUNAKAN MOTION GRAPHIC

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dharma Rizki Firmansyah

15.12.8779

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom.

NIK. 190302164

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

NIK. 190302248

Tonny Hidayat, M.Kom.

NIK. 190302182

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

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T.

NIK. 190302038

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah 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 terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 04 Oktober 2020

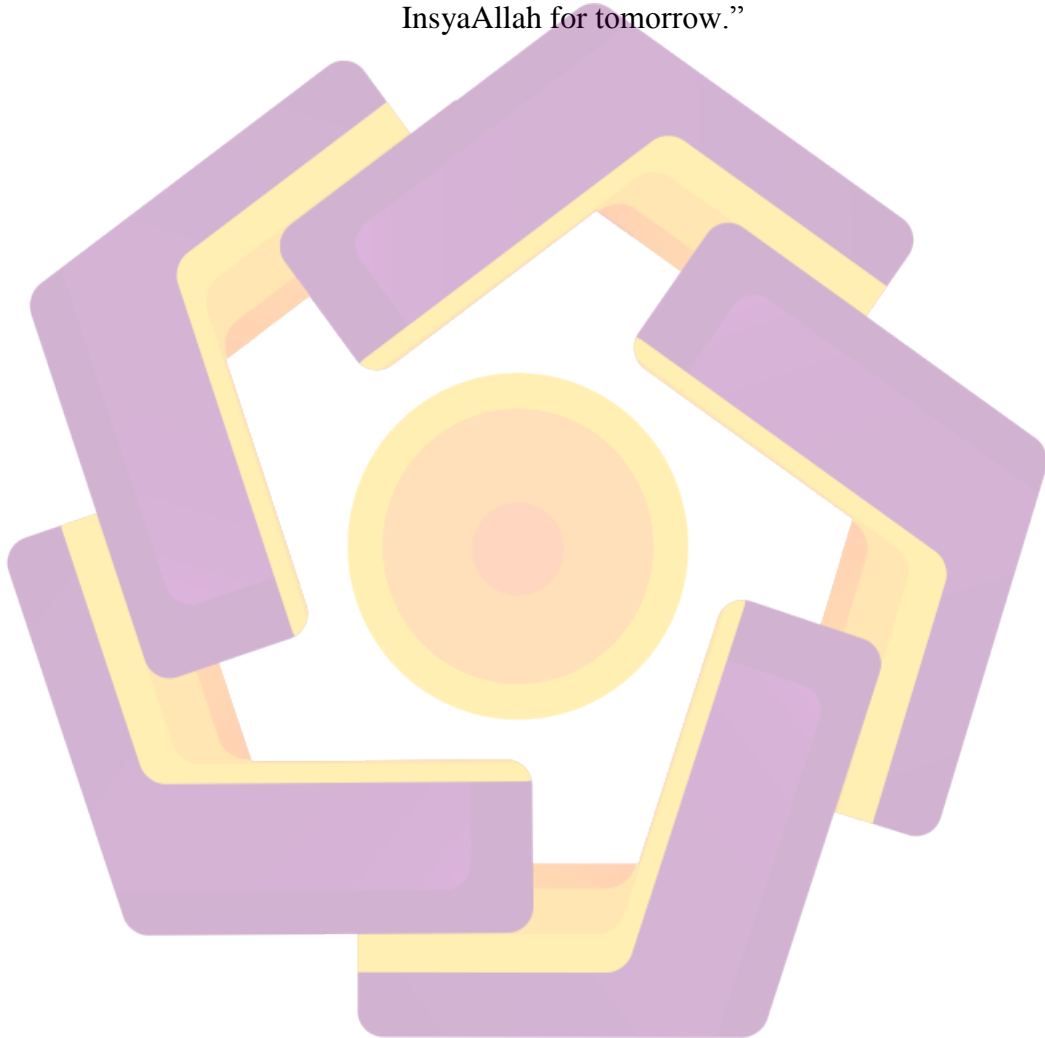


Dharma Rizki Firmansyah

NIM. 15.12.8779

MOTTO

“Subhanallah for yesterday,
Alhamdulillah for today,
InsyaAllah for tomorrow.”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Skripsi ini sepenuhnya saya persembahkan untuk Dharma Rizki Firmansyah yaitu diri saya sendiri dan orang tua yang selalu mendukung penuh sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik, dia yang selalu memberi semangat dan mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi dan mendampingi saat terpuruk. Ini merupakan hasil dari perjuangan yang sangat berharga. Sebuah kebanggaan dapat menyelesaikan skripsi ini.

Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT Tuhan Pencipta Alam. Terimakasih kepada Orang Tuaku, Keluargaku, Saudara-saudaraku, Sahabat-sahabatku, Kawan-kawanku, dan semua orang disekitarku. Terimakasih atas semua support yang kalian berikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Pembuatan skripsi ini guna memenuhi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulis sangat berharap skripsi ini dapat berguna dalam rangka menambah wawasan serta pengetahuan tentang perancangan sistem informasi. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa di dalam skripsi ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap adanya perbaikan atau inovasi lainnya di masa yang akan datang. Selama pembuatan skripsi ini, penulis juga mendapat banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Hastari Utama, M.Cs selaku Dosen Pembimbing.
4. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom., Bapak Mulia Sulistiyono, M.Kom., dan Bapak Tonny Hidayat, M.Kom. yang telah menguji skripsi ini.
5. Segenap staf pengajar Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalamannya selama kuliah.
6. Keluarga serta sahabat penulis yang telah mendo'akan dan memberikan dukungannya.

Yogyakarta, 04 Oktober 2020



Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian	4
1.6.1. Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2. Metode Analisis	5
1.6.3. Metode Perancangan	5
1.6.4. Metode Pengembangan	5
1.6.5. Metode Testing	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Pengertian Promosi	10
2.2.1 Pengertian Media Promosi.....	10
2.2.2 Bauran Promosi.....	11
2.3 Pengertian Motion Graphic	12
2.3.1 Sejarah Motion Graphic	13
2.3.2 Metode Motion Graphic.....	13
2.4 Animasi	14
2.5 Pengertian Video.....	15
2.6 Pra-produksi	17
2.7 Produksi	19
2.8 Pasca Produksi	19

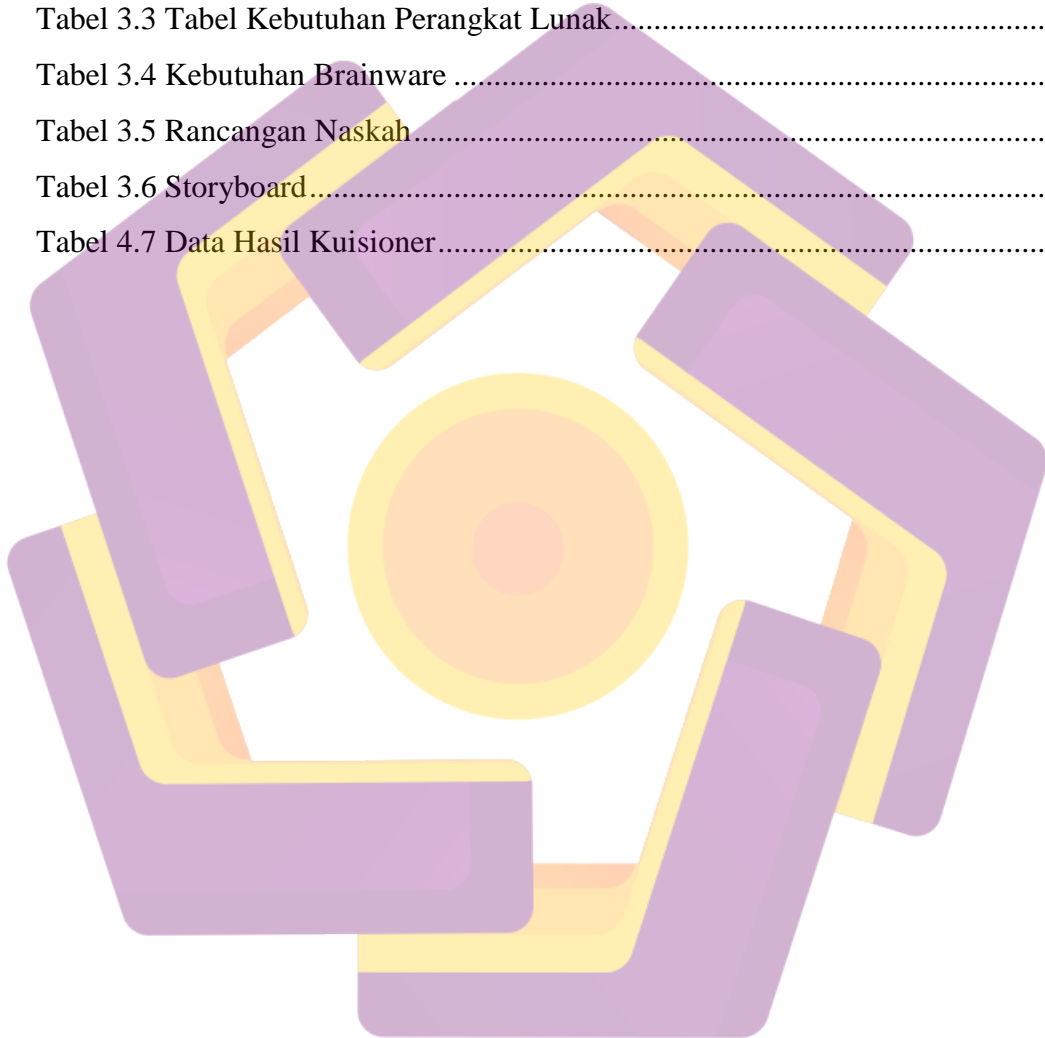
2.9	Instagram Ads	19
2.10	Pengertian Skala Likert	20
2.11	Perhitungan Skala Likert.....	20
2.12	Metode Implementasi.....	21
BAB III		22
3.1	Deskripsi Perusahaan	22
3.1.1	Produk Hikari Shoppu	22
3.2	Metode Wawancara.....	22
3.3	Metode Dokumentasi	23
3.4	Analisis Sistem SWOT.....	24
3.5	Analisis SWOT.....	25
3.6	Kebutuhan Fungsional.....	30
3.7	Kebutuhan Non-Fungsional	30
3.8	Perancangan.....	33
3.8.1	Rancangan Konsep	33
3.8.2	Pengumpulan Data	34
3.8.3	Rancangan Naskah	34
3.8.4	Storyboard	36
BAB IV		38
4.1	Tahap Produksi	38
4.2	Visualisasi	38
4.2.1	Pembuatan Desain Grafis	39
4.3	Pasca Produksi.....	40
4.3.1	Compositing	40
4.3.2	Editing Video Menggunakan Adobe Premiere CS6.....	44
4.3.3	Rendering	46
4.1.7	Tampilan Hasil Video	47
4.4	Pembahasan	47
4.4.1	Screening Testing	50
4.4.2	Evaluasi Video	54
4.4.3	Penerapan Video.....	55

BAB V.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	9
Tabel 2.2 Tabel Skala Jawaban.....	21
Tabel 3.1 Kualitatif Matrik SWOT.....	27
Tabel 3.2 Tabel Kebutuhan Perangkat Keras.....	31
Tabel 3.3 Tabel Kebutuhan Perangkat Lunak.....	31
Tabel 3.4 Kebutuhan Brainware.....	32
Tabel 3.5 Rancangan Naskah.....	35
Tabel 3.6 Storyboard.....	36
Tabel 4.7 Data Hasil Kuisisioner.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Script	17
Gambar 2.2 Contoh Storyboard	18
Gambar 3.1 Tampilan Toko Online Hikari Shoppu.....	24
Gambar 3.2 Tampilan Instagram Hikari Shoppu	24
Gambar 4.1 Bagan Penggunaan Software.....	38
Gambar 4.2 Workspace Adobe Illustrator	39
Gambar 4.3 Hasil Pembuatan Animasi Menggunakan Adobe Illustrator.....	39
Gambar 4.4 Tampilan Compositing Setting	40
Gambar 4.5 Pengubahan Background Color.....	41
Gambar 4.6 Menentukan Color.....	42
Gambar 4.7 Tampilan Proses Import	42
Gambar 4.8 Tampilan Penyusunan Layer	43
Gambar 4.9 Proses Pemberian Motion	43
Gambar 4.10 Transformasi Utama.....	44
Gambar 4.11 Import File.....	45
Gambar 4.12 Proses Penggabungan Audio dan Video	45
Gambar 4.13 Proses Export Video.....	46
Gambar 4.14 Pemilihan Codec Video.....	47
Gambar 4.15 Proses Rendering.....	47
Gambar 4.16 Menampilkan Opening Hikari Shoppu	48
Gambar 4.17 Menampilkan Animasi 2 Dimensi	48
Gambar 4.18 Menampilkan Animasi Smartphone.....	49
Gambar 4.19 Menampilkan Foto-foto Cosplayer	49
Gambar 4.20 Closing Video Hikari Shoppu	50
Gambar 4.21 Icon Animasi Yang Diganti Sesuai Permintaan.....	51
Gambar 4.22 Teknik Motion Graphic.....	51
Gambar 4.23 Teknik Trim Motion Graphic.....	52
Gambar 4.24 Pie Chart Para Resnponden	54
Gambar 4.25 Penerapan Video Iklan Hikari Shoppu di Instagram.....	55

INTISARI

Sebagai salah satu bentuk dari komunikasi pemasaran, iklan merupakan salah satu cara bagaimana informasi dan pesan produk dari merek tertentu dapat disampaikan kepada konsumen. Banyak sekali jenis iklan yang digunakan sebagai cara penyampaian sebuah pesan dan informasi produk. Tentu saja hal ini disesuaikan dengan khalayak sasaran dan juga media yang nantinya bisa dijangkau. Sehingga sebuah iklan bisa dikatakan efektif karena dapat menimbulkan sebuah efek yang diinginkan produsen.

Video adalah salah satu jenis media promosi yang dapat digunakan untuk perusahaan. Penelitian pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *motion graphic* sebagai sarana yang akan dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi pemasaran. Pemilihan media promosi berbentuk video dikarenakan video mampu menjadi sebuah media yang dapat menstimulasi penonton untuk membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa dalam pembuatan video *motion graphic* diperlukan tiga tahap pembuatan, yaitu tahap pra produksi dimana pada tahap ini terdapat tiga proses yang dilakukan penulis, proses tersebut adalah pembuatan ide, naskah, lalu pembuatan *storyboard*. Tahap selanjutnya ialah produksi dimana dalam tahap ini terdapat proses pembuatan video *motion graphic*. Tahap terakhir yang ditempuh penulis ialah tahap pasca produksi, dimana dalam tahap tersebut terdapat tiga proses yaitu proses *compositing*, *editing*, lalu proses *rendering*. Dan dari penelitian ini dihasilkan video *motion graphic* Hikari Shoppu.

Kata kunci: Hikari Shoppu, Video Iklan Motion Graphic, Motion Graphic

ABSTRACT

As a form of marketing communication, advertising is a way of how information and product messages from a particular brand can be conveyed to consumers. There are many types of advertisements that are used as a way to convey a message and product information. Of course this is adjusted to the target audience and also the media that can be reached later. So that an advertisement can be said to be effective because it can have an effect the producer wants.

Video is one type of promotional media that can be used for companies. This research on making video advertisements uses motion graphic techniques as a means to be used as a marketing communication strategy. The selection of promotional media in the form of video is because video is able to become a medium that can stimulate viewers to buy the products offered.

Based on the research that has been done, it is concluded that in making video motion graphics, three stages of manufacture are needed, the pre-production stage where at this stage there are three processes carried out by the author, the process is making ideas, scripts, then making storyboards. The next stage is production where at this stage there is a motion graphic video creation process. The last stage the writer takes is the post-production stage, in which there are three processes, namely the compositing, editing, and rendering processes. And from this research, the Hikari Shoppu motion graphic video was produced.

Keywords: *Hikari Shoppu, Advertising Motion Graphic Video, Motion Graphic*