

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN MOTION
GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA JOGJA SESERAHAN**

SKRIPSI



disusun oleh

Dwi Santoso

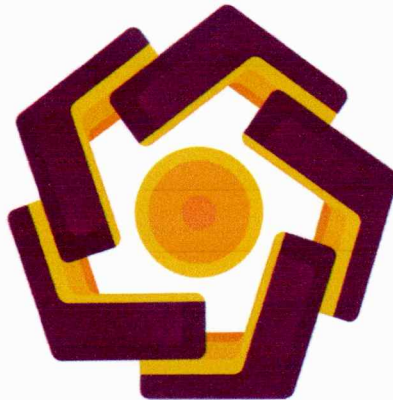
14.11.7837

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN MOTION
GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA JOGJA SESERAHAN**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Dwi Santoso

14.11.7837

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

i



PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA JOGJA SESERAHAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dwi Santoso

14.11.7837

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 Februari 2018

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA JOGJA SESERAHAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dwi Santoso

14.11.7837

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Agustus 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216



Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215



Dina Maulina, M.Kom
NIK. 190302250



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 3 September 2018

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, 18 September 2018



Dwi Santoso

NIM. 14.11.7837

MOTTO

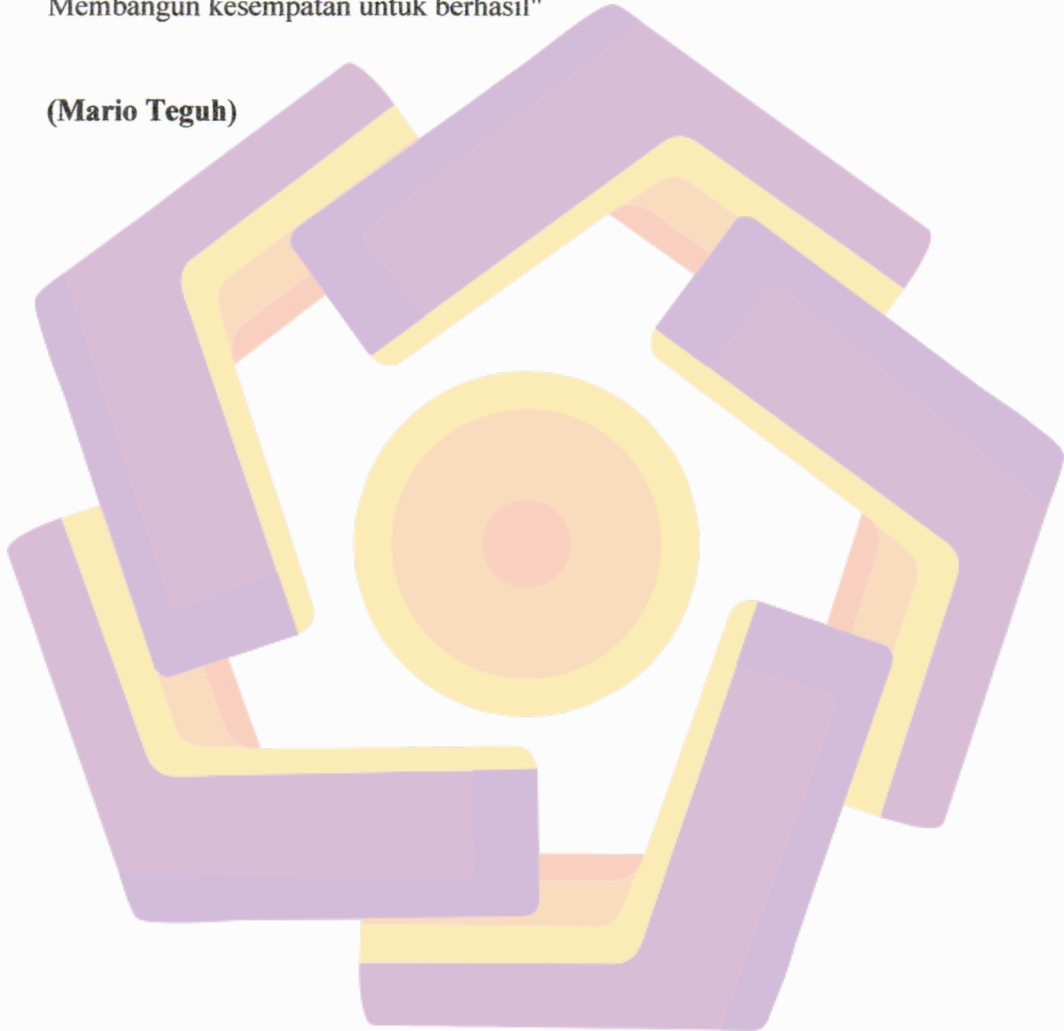
Tugas kita bukanlah untuk berhasil.

Tugas kita adalah untuk mencoba,

Karena di dalam mencoba itulah kita menemukan dan

Membangun kesempatan untuk berhasil"

(Mario Teguh)



PERSEMBAHAN

Segala puja dan puji syukur saya ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat dan anugrahNya-lah saya dapat menyusun Skripsi ini. Rasulullah Shalallahu Alaihi Wasallam yang selalu menjadi suri teladanku dalam langkah kehidupan. Syafaat mu akan ku tunggu selalu. Amin.

Tidak lupa saya mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. ALLAH SWT yang telah memberikan kemudahan serta nikmat yang luar biasa serta ilmu untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, terima kasih sudah hadir didalam hidup saya, yang telah mendidik saya hingga seperti sekarang ini, yang tak pernah berhenti berdoa untuk anak-anaknya, yang selalu ada ketika anaknya membutuhkan, terima kasih Ibu-Bapak.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom yang telah membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Istri saya tercinta yang tidak berhenti dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi serta Kakak dan Juga Adik saya.
5. Teman-teman (Bowo dan Evan) yang telah membantu dan memberi nasihat dalam pembuatan projek saya.
6. Keluarga Besar Kelas 14-S1-TI-04.

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur mendalam penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Salam dan shalawat semoga selalu tercurah pada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Video Iklan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Jogja Seseherahan” ini kami susun untuk memenuhi persyaratan kurikulum sarjana strata-1 (S-1) pada Jurusan Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas semua bantuan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan tugas akhir ini hingga selesai. Secara khusus rasa terimakasih tersebut kami sampaikan kepada:

1. Bapak **Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak **Bayu Setiaji, M.Kom** selaku penguji 1 sidang pendadaran.
3. Ibu **Dina Maulina, M.Kom** selaku penguji 2 pada sidang pendadaran.
4. Rekan-rekan di Jurusan Teknik Informatika, STMIK Amikom Yogyakarta yang juga telah banyak membantu penulis.

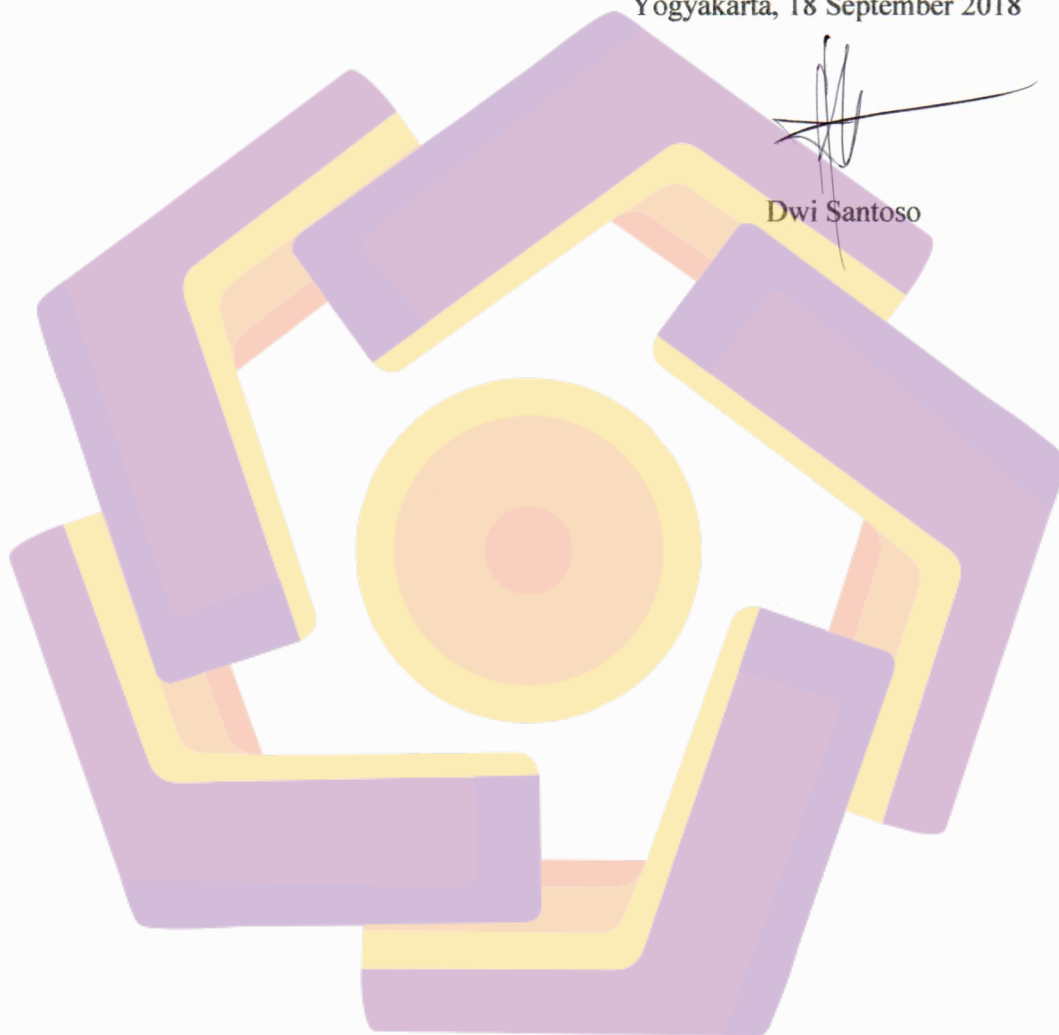
Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan tugas akhir ini.

Terakhir penulis berharap, semoga tugas akhir ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis juga.

Yogyakarta, 18 September 2018



Dwi Santoso



DAFTAR ISI

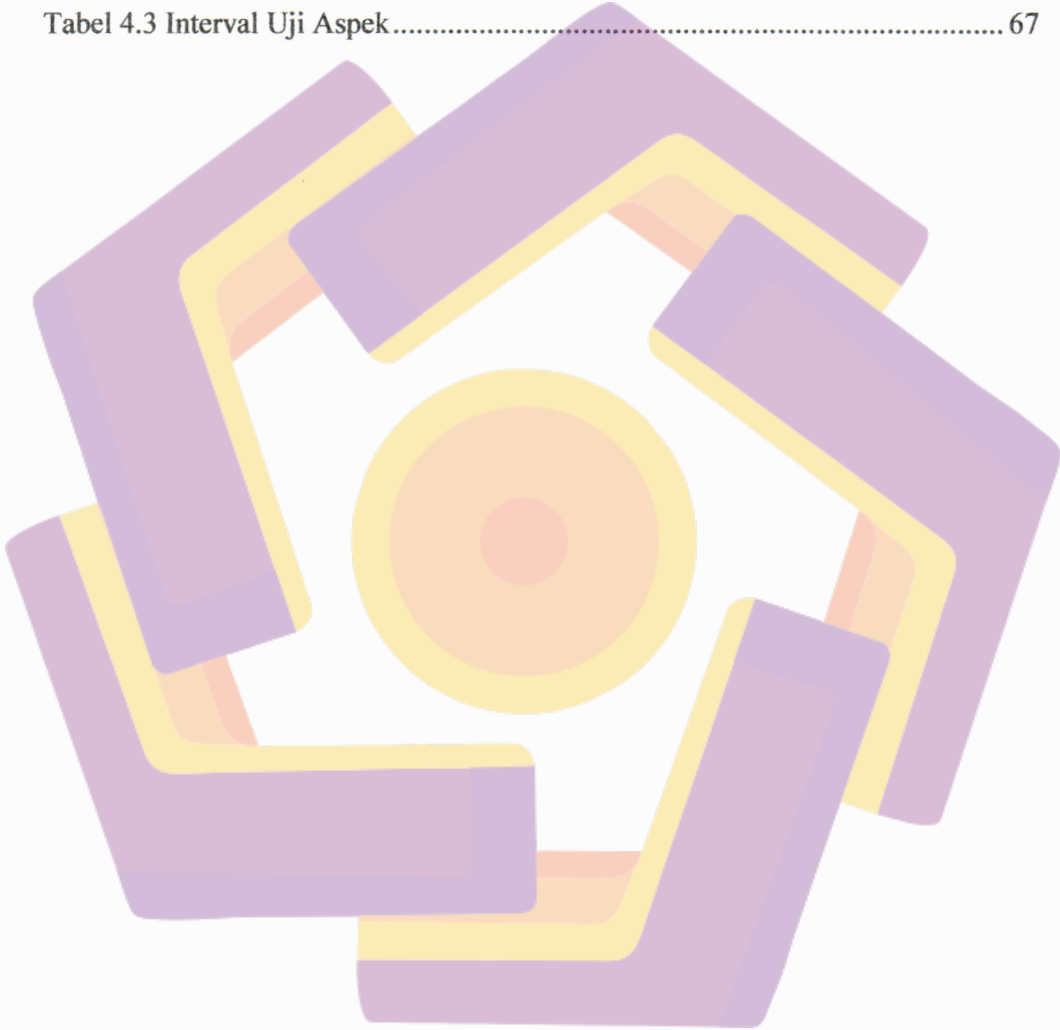
JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Manfaat Penelitian	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data Penelitian	3
1.6.2 Analisis	4
1.6.3 Perancangan	4
1.6.4 Pengembangan	5
1.6.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	10
2.2.1 Pengertian Multimedia	10
2.2.2 Elemen-elemen Multimedia.....	10

2.3	Pengertian Periklanan.....	12
2.4	Prinsip Dasar Iklan.....	13
2.4.1	Adanya pesan tertentu.	13
2.4.2	Dilakukan oleh komunikator (sponsor)	14
2.4.3	Dilakukan dengan cara non personal.....	14
2.4.4	Disampaikan untuk khalayak tertentu.	14
2.4.5	Dalam penyampaian pesan tersebut, dilakukan dengan cara membayar.....	15
2.4.6	Penyampaian pesan tersebut, mengharapkan dampak tertentu.....	16
2.5	Jenis-jenis Media Iklan.....	16
2.5.1	Media Cetak.....	16
2.5.2	Media Elektronik.....	17
2.5.3	Media Luar Ruang.....	17
2.5.4	Media Lini Bawah.....	17
2.6	Tujuan Periklanan	17
2.7	Animasi	20
2.7.1	Pengertian Animasi	20
2.7.2	Fungsi Animasi	20
2.7.3	Manfaat Animasi.....	21
2.7.4	Jenis-jenis Animasi.....	22
2.8	Motion Graphic.....	24
2.8.1	Pengertian Motion Graphic.....	24
2.8.2	Cara Kerja Motion Graphic.....	25
2.9	Tahap Dalam Pembuatan.....	26
2.9.1	Tahap Pra Produksi	26
2.9.2	Tahap Produksi	27
2.9.3	Tahap Pasca Produksi.....	27
2.10	Skala <i>Likert</i>	28
2.10.1	Teori Skala <i>likert</i>	28
2.10.2	Rumus Presentase.....	28

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	30
3.1 Tinjauan Umum	30
3.1.1 Sejarah Jogja Seseherahan.....	30
3.1.2 Alamat Perusahaan.....	31
3.1.3 Logo Perusahaan	31
3.2 Analisis Kebutuhan Sistem.....	32
3.2.1 Analisis SWOT	32
3.2.2 Analisis Kebutuhan Sistem.....	34
3.3 Tahap Pra Produksi	38
3.3.1 Perancangan Ide Cerita.....	38
3.3.2 Konsep Video Iklan.....	38
3.3.3 <i>Story Line</i>	38
3.3.4 <i>Storyboard</i>	39
BAB IV PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI.....	43
4.1 Pembahasan	43
4.1.1 Produksi	43
4.1.2 Pasca Produksi	59
4.2 Pembahasan Implementasi	65
4.2.1 Kendala Dalam Produksi	65
4.2.2 Metode Testing.....	66
4.2.3 Implementasi.....	68
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

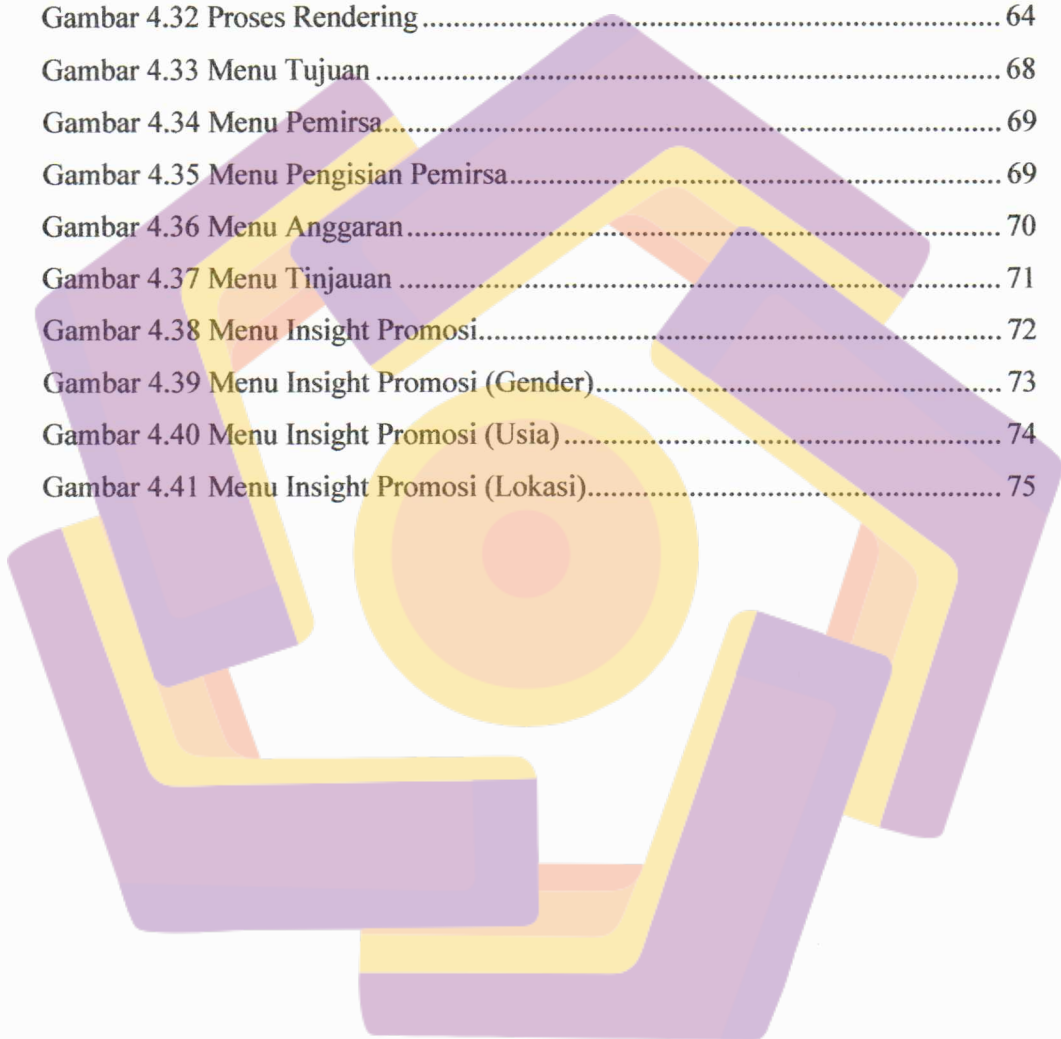
Tabel 2.1 Kriteria Interpretasi Skor.....	29
Tabel 3.1 Matriks SWOT.....	33
Tabel 4.1 Design.....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Aspek Video	66
Tabel 4.3 Interval Uji Aspek.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia	11
Gambar 2.2 Contoh <i>Storyboard</i>	27
Gambar 3.1 Logo Jogja Sesorahan	31
Gambar 3.2 <i>Storyboard</i>	39
Gambar 4.1 Membuat Dokumen Baru.....	43
Gambar 4.2 Desain	44
Gambar 4.3 Desain yang sudah di desain dan diwarnai	44
Gambar 4.4 <i>Composition Setting</i>	46
Gambar 4.5 <i>Background</i>	47
Gambar 4.6 <i>Import File Gambar</i>	47
Gambar 4.7 <i>Tampilan Position</i>	48
Gambar 4.8 <i>Tampilan Scale</i>	49
Gambar 4.9 <i>Tampilan Rotation</i>	49
Gambar 4.10 <i>Tampilan Editor Graph</i>	50
Gambar 4.11 <i>Tampilan Scene 1</i>	51
Gambar 4.12 <i>Tampilan Scene 2</i>	51
Gambar 4.13 <i>Tampilan Scene 3</i>	52
Gambar 4.14 <i>Tampilan Scene 4</i>	53
Gambar 4.15 <i>Tampilan Scene 5</i>	53
Gambar 4.16 <i>Tampilan Scene 6</i>	54
Gambar 4.17 <i>Tampilan Scene 7</i>	55
Gambar 4.18 <i>Tampilan Scene 8</i>	55
Gambar 4.19 <i>Tampilan Scene 9</i>	56
Gambar 4.20 <i>Tampilan Scene 10</i>	57
Gambar 4.21 <i>Tampilan Scene 11</i>	57
Gambar 4.22 <i>Tampilan Scene 12</i>	58
Gambar 4.23 <i>Pengambilan Audio</i>	59
Gambar 4.24 <i>Perekaman Suara</i>	59
Gambar 4.25 <i>Tampilan Sound Editing</i>	60

Gambar 4.26 Tampilan BackSound Editing	60
Gambar 4.27 Membuat Composition Baru	61
Gambar 4.28 Compositing	62
Gambar 4.29 Sound Effect.....	63
Gambar 4.30 Render Queue.....	63
Gambar 4.31 Save File.....	64
Gambar 4.32 Proses Rendering	64
Gambar 4.33 Menu Tujuan	68
Gambar 4.34 Menu Pemirsa.....	69
Gambar 4.35 Menu Pengisian Pemirsa.....	69
Gambar 4.36 Menu Anggaran.....	70
Gambar 4.37 Menu Tinjauan	71
Gambar 4.38 Menu Insight Promosi.....	72
Gambar 4.39 Menu Insight Promosi (Gender).....	73
Gambar 4.40 Menu Insight Promosi (Usia).....	74
Gambar 4.41 Menu Insight Promosi (Lokasi).....	75



INTISARI

Menurut Ahli Teori Perfilman Michael Betancourt, motion graphic adalah media yang menggunakan rekaman video dan / atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia. Motion graphic biasanya ditampilkan melalui teknologi media elektronik.

Jogja Sesorahan adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa seserahan pernikahan, mahar pernikahan , mahar uang, souvenir pernikahan dan undangan yang ingin mempromosikan produk dan jasa yang ada pada perusahaan tersebut melalui video iklan kepada masyarakat luas, akan tetapi mengalami kesulitan dalam pembuatanya karena belum adanya sumber daya yang bisa membuat video iklan tersebut.

Dengan latar belakang masalah diatas tersebut, penulis mencoba membantu perusahaan tersebut untuk membuat video iklan motion graphic, yang diharapkan dapat memperluas promosi dan publikasi iklan Jogja Sesorahan.

Kata-kunci : Video Iklan, Media Promosi, Motion Graphic.

ABSTRACT

According to Film Theorist Michael Betancourt, motion graphics are media that use video recordings and / or animation technology to create the illusion of motion and are usually combined with audio for use in a multimedia output. Motion graphics are usually displayed through electronic media technology.

Jogja Sesorahan is a company that have services of marriage, wedding dowry, money dowry, wedding souvenirs and invitations that want to promote their products and services through the video advertisements to public, but they have not resources who can make the advertisement video.

From the problems above, the author tried to help the company to create a motion graphic advertisement video, which is expected to expand the promotion and advertising publications of Jogja Sesorahan.

Keywords: *Advertising Video, Media Promotion, Motion Graphic.*

