

**PEMBUATAN ANIMASI 2D DENGAN MENEKANKAN PRINSIP
ANIMASI EXAGGERATION STUDY KASUS PADA IKLAN
ICHI CHOCOLATE KULON PROGO**

SKRIPSI



disusun oleh

Saepuloh

10.11.3793

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

**PEMBUATAN ANIMASI 2D DENGAN MENEKANKAN PRINSIP
ANIMASI EXAGGERATION STUDY KASUS PADA IKLAN
ICHI CHOCOLATE KULON PROGO**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat sarjana S1
pada jurusan teknik informatika



disusun oleh

Saepuloh

10.11.3793

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN ANIMASI 2D DENGAN MENEKANKAN PRINSIP
ANIMASI EXAGGERATION STUDY KASUS PADA IKLAN
ICHI CHOCOLATE KULON PROGO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Saepuloh

10.11.3793

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 18 September 2013

Dosen Pembimbing,

Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom

NIK. 190302047

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN ANIMASI 2D DENGAN MENEKANKAN PRINSIP ANIMASI EXAGGERATION STUDY KASUS PADA IKLAN ICHI CHOCOLATE KULON PROGO

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Saepuloh

10.11.3793

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 April 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Dhani Ariatmanto, M.Kom.
NIK. 190302197



Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom
NIK. 190302047



Tonny Hidayat, M.Kom.
NIK. 190302182



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 23 Agustus 2014

KETUA SEMKAMKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

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.

Yogyakarta, 25 April 2014



Saepuloh

10.11.3793

MOTTO HIDUP

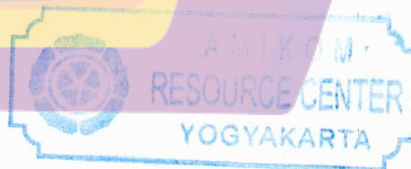
Hidup Itu Perjuangan.

Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali jatuh.

Berangkatlah dengan penuh keyakinan, Berjalanlah dengan penuh keikhlasan dan Istiqomahlah dalam menghadapi cobaan

Jangan melihat dimana kamu jatuh, tetapi lihatlah dimana kamu tergelincir.

Orang yang paling beruntung di dunia adalah orang yang telah mengembangkan rasa syukur yang hampir konstan, dalam situasi apapun.



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas izin Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini. Dengan kerendahan hati saya persembahkan Skripsi ini untuk :

1. Kedua Orang Tua saya, Emak dan Bapak yang senantiasa mendukung dan selalu mendoakan dalam segala aspek selama studi saya ucapkan terima kasih banyak.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. yang telah memberikan contoh dan tauladan serta menjadi figur pemimpin di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom atas bimbingannya dalam menyusun dan mengarahkan saya dalam skripsi yang saya buat.
4. Kepada saudari Fitrianingrum seseorang yang selalu membuatku semangat dan selalu setia menemaniku di saat suka maupun duka.
5. Saudara Achmad Rifai, Imam Styawan dan Bapak Ali Mustofa yang telah membantu saya dalam pembuatan skripsi ini.
6. Semua teman yang ada di kontrakan Paingan City yang menemani selama ini saudara Dita, Imron, Rio, Cahyo, Anzelmus, Hergi dan Dian terima kasih kawan.
7. Terima kasih juga kepada teman-teman Geng Kece yaitu Leny, Indra, Irma, Jery, Atun, Ega dan Vivin kalian Is The Best.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, atas izin Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ Pembuatan Animasi 2D dengan Menekankan Prinsip Animasi Exaggeration Study Kasus pada Iklan Ichi Chocolate Kulon Progo ”.

Penulis sepenuhnya sadar, dapat terselesaikannya Skripsi ini dengan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak – banyaknya atas dukungan dan bimbingannya, kepada :

1. Allah SWT yang tidak pernah berhenti untuk mengingatkan dan memberi segala karunia- Nya.
2. Kedua Orang Tua yang senantiasa mendampingi dan mendukung.
3. Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Pimpinan dan salah satu founder STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom selaku pembimbing Skripsi.
5. Dewan penguji yang telah memberikan penilaian terhadap Skripsi yang saya susun.
6. Bapak Arief Setyanto, S.Si., MT selaku dosen wali di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
7. Seluruh staf dan tenaga pengajar di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
8. Semua teman yang ada di kontrakan paingan yang selama ini menemani.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan laporan ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih atas kritik maupun saran yang demi kesempurnaan penyusunan laporan ini. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 25 April 2014



Saepuloh

10.11.3793

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Multimedia	6
2.2 Elemen Multimedia	7
2.2.1 Teks	7

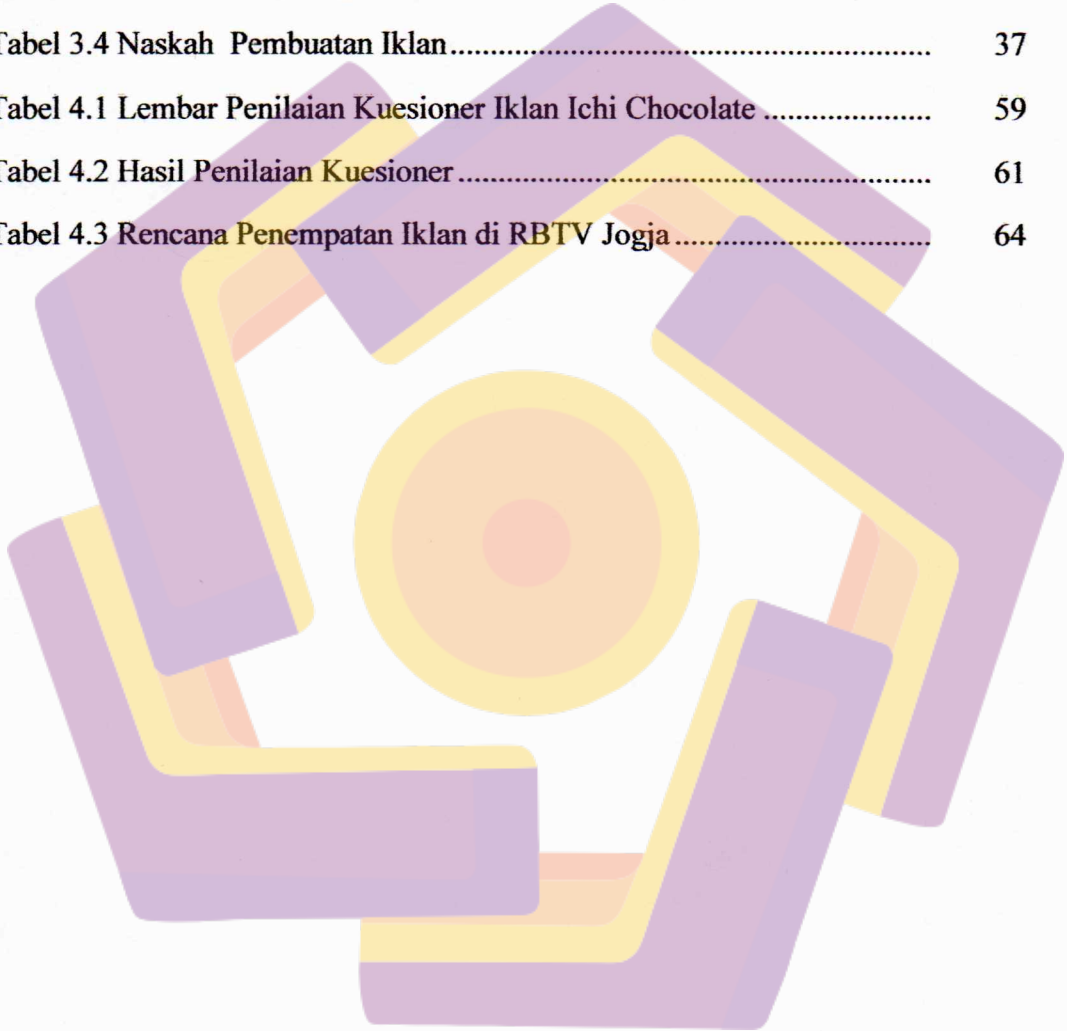
2.2.2 Grafika.....	7
2.2.3 Gambar (Visual atau Visual Diam).....	7
2.2.4 Video	8
2.2.5 Animation.....	8
2.2.6 Audio.....	8
2.2.7 Interaktifitas	8
2.3 Pengertian Animasi	9
2.4 Prinsip-Prinsip Animasi	10
2.4.1 Squash And Stretch	10
2.4.2 Anticipation.....	11
2.4.3 Staging.....	12
2.4.4 Straight-Ahead Action And Pose-To-Pose	13
2.4.5 Follow-Through And Overlapping Action.....	13
2.4.6 Slow In-Slow Out.....	14
2.4.7 Arch.....	15
2.4.8 Secondary Action	15
2.4.9 Timing	15
2.4.10 Exaggeration.....	16
2.4.11 Solid Drawing	17
2.4.12 Appeal	17
2.5 Macam-macam Animasi	18
2.5.1 Animasi Sel (Cell Animation).....	18
2.5.2 Animasi Frame (Frame Animation).....	19
2.5.3 Animasi Karakter (Character Animation).....	20
2.5.4 Computational Animation.....	20
2.5.5 Animasi Clay.....	21
2.5.6 Animasi Digital	21

2.6 Animasi 2D	21
2.7 Teknik Pembuatan Animasi	23
2.7.1 Stop Motion.....	23
2.7.2 Traditional / Frame by Frame.....	23
2.7.3 Animasi Komputer	24
2.8 Pengertian Periklanan.....	24
2.9 Jenis Iklan.....	25
2.9.1 Iklan Komersil.....	25
2.9.2 Iklan non Komersil.....	25
2.9.3 Iklan Corporate.....	25
2.10 Proses Produksi Iklan	25
2.10.1 Pra Produksi	26
2.10.1.1 Ide Kreatif	26
2.10.1.2 Penulisan Naskah Iklan	26
2.10.1.3 Pembuatan Karakter	27
2.10.1.4 Storyboard	27
2.10.2 Produksi	27
2.10.3 Pasca Produksi	28
2.11 Perangkat Lunak yang Digunakan (Software)	28
2.11.1 Adobe Photoshop CS 4	28
2.11.2 Adobe After Effect CS 4	29
2.11.3 Adobe Premiere Pro CS 4	30
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	31
3.1 Profil Perusahaan	31
3.1.1 Visi & Misi.....	31
3.1.2 Produk Ichi Chocolate.....	32
3.1.3 Struktur Organisasi	34

3.1.4 Pemasaran Produk	35
3.2 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	35
3.3 Kebutuhan Perangkat Keras.....	36
3.4 Tahap Praproduksi	37
3.4.1 Ide Kreatif (Konsep).....	37
3.4.2 Penulisan Script (Naskah) Iklan	37
3.4.3 Pembuatan Karakter	39
3.4.4 Pembuatan Animasi	42
3.4.5 Storyboard	44
BAB IV PRODUKSI DAN PASCAPRODUKSI.....	46
4.1 Produksi	46
4.1.1 Drawing.....	46
4.1.2 Coloring.....	52
4.1.3 Editing	54
4.1.3.1 Pemberian Sound Effect dan Musik.....	56
4.2 Pasca Produksi	57
4.2.1 Finishing dan Rendering	57
4.2.1.1 Penilaian Iklan Ichi Chocolate	59
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Harga Produk	33
Tabel 3.2 Kebutuhan Perangkat Lunak Sistem	35
Tabel 3.3 Kebutuhan Perangkat Keras	36
Tabel 3.4 Naskah Pembuatan Iklan	37
Tabel 4.1 Lembar Penilaian Kuesioner Iklan Ichi Chocolate	59
Tabel 4.2 Hasil Penilaian Kuesioner	61
Tabel 4.3 Rencana Penempatan Iklan di RBTv Jogja	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Animasi	10
Gambar 2.2 Squash and Stretch	11
Gambar 2.3 Anticipation	12
Gambar 2.4 Staging.....	12
Gambar 2.5 Straight-Ahead Action And Pose-To-Pose.....	13
Gambar 2.6 Follow-Through And Overlapping Action.....	14
Gambar 2.7 Slow In- Slow Out.....	14
Gambar 2.8 Arch.....	15
Gambar 2.9 Secondary Action	15
Gambar 2.10 Timing	15
Gambar 2.11 Exaggeration.....	16
Gambar 2.12 Solid Drawing.....	17
Gambar 2.13 Appeal	18
Gambar 2.13 Adobe Photoshop cs 4.....	29
Gambar 2.14 Adobe After Affects cs 4.....	29
Gambar 2.15 Adobe Premier Pro cs4.....	30
Gambar 3.1 Cokelat Mede dan Cokelat Kacang.....	32
Gambar 3.2 Cokelat Kurma	32
Gambar 3.3 Paket Hemat dan Paket Cantik	33
Gambar 3.4 Paket Cokisma dan Cokismaka	33
Gambar 3.5 Struktur Organisasi Ichichocolate	34
Gambar 3.6 Sketsa Tokoh Panjul.....	40
Gambar 3.7 Sketsa tokoh si Tikus.....	40
Gambar 3.8 Perancangan Warna Karakter	41
Gambar 3.9 Perbandingan Tinggi Karakter	41

Gambar 3.11 Animasi Biasa.....	42
Gambar 3.12 Animasi Exaggeration	43
Gambar 3.13 Animasi Exaggeration dalam Iklan Ichicocolate.....	44
Gambar 3.14 Storyboard	45
Gambar 4.1 Tahap Proses Produksi	46
Gambar 4.2 Key animation dan In between	47
Gambar 4.3 Proses Gambar Background	47
Gambar 4.4 Pembuatan Exaggeration Karakter Panjul.....	49
Gambar 4.5 Pembuatan Exaggeration Karakter Tikus.....	50
Gambar 4.6 Pembuatan Exaggeration Gerakan Tikus	51
Gambar 4.7 Proses Clean Up	51
Gambar 4.8 Sebelum Coloring.....	53
Gambar 4.9 Sesudah Coloring	53
Gambar 4.10 Background Sebelum Coloring	54
Gambar 4.11 Background Sesudah Coloring.....	54
Gambar 4.12 Proses Editing.....	55
Gambar 4.13 Pemberian Sound Effect.....	56
Gambar 4.14 Penggabungan Video.....	57
Gambar 4.15 Proses Rendering.....	58

INTISARI

Pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting dalam proses penjualan suatu produk dari dulu sampai sekarang dan pada saat ini cara yang paling efektif untuk memasarkan suatu produk yaitu dengan media iklan di televisi.

Animasi 2d saat ini yang sering ditayangkan setiap hari di stasiun televisi banyak disenangi oleh banyak pemirsa, tidak hanya oleh anak-anak, tetapi juga orang dewasa, ini di karenakan animasi 2d selain dapat hiburan tersendiri juga mudah di ingat oleh konsumen.

Dengan ini si penulis berkeinginan menciptakan suatu iklan animasi 2d untuk media promosi iklan televisi, yaitu suatu produk yang bernama “ Ichi Chocolate” agar bisa lebih produktif dan lebih efektif dalam memasarkan produk melalui iklan yang dibuat, kemudian juga membuat lebih mudah bagi konsumen untuk melihat produk dan merasa tertarik pada produk tersebut

Kata Kunci : Iklan, Animasi 2D, Exaggeration



ABSTRACT

Marketing is a very important thing in the process of selling a product from the first till now and at the moment the most effective way to market a product is by advertising media on television.

The current 2d animation who often airing daily on television station much endeared by many viewers, not only by the children but also adults, this 2d animation in karenakan in addition to its own entertainment is also easily remembered by consumers.

With this the author wished to create a 2d animation for advertising media television ad campaign, which is a product called "Ichi Chocolate" to be more productive and more effective in marketing the product through advertising that is created, then also make it easier for consumers to view products and feel interested in such products.

Keywords : *Advertising , 2D Animation, Exaggeration.*

