

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN ANIMASI MOTION
GRAPHIC SEBAGAI MEDIA IKLAN COFFEE SHOP BAKUDAPA**

SKRIPSI



Disusun oleh

Muhammad Zulfikar

18.11.2541

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

2024

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN ANIMASI MOTION GRAPHIC
SEBAGAI MEDIA IKLAN COFFEE SHOP BAKUDAPA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



Disusun oleh

Muhammad Zulfikar

18.11.2541

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN ANIMASI MOTION GRAPHIC SEBAGAI
MEDIA IKLAN COFFEE SHOP BAKUDAPA**

Halaman Persetujuan
yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Zulfikar

18.11.2541

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 20 Mei 2024

Dosen Pembimbing,



Alfie Nur Rahmi, M.Kom

NIK. 190302240

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN ANIMASI MOTION GRAPHIC SEBAGAI
MEDIA IKLAN COFFEE SHOP BAKUDAPA**

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Zulfikar

18.11.2541

Telah dipertahankan di ~~depan~~ Dewan Penguji
pada tanggal 20 Mei 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Alfie Nur Rahmi, M.Kom
NIK. 190302240



Norhikmah, M.Kom
NIK. 190302245



M. Nuraminudin, M.Kom
NIK. 190302408



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 20 Mei 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Muhammad Zulfikar
NIM : 18.11.2541

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Pembuatan dan perancangan animasi motion graphic sebagai media iklan coffee shop bakudapa

Dosen Pembimbing : Alfie Nur Rahmi, M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 20 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Muhammad Zulfikar

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Metode Penelitian.....	4
1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2. Metode Analisis.....	5
1.6.3. Metode Perancangan.....	6
1.6.4. Implementasi Perancangan.....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Tinjauan Pustaka.....	8
2.2. Dasar Teori.....	13
2.2.1. Definisi Multimedia.....	13
2.2.2. Animasi.....	13
2.2.3. Animasi 2D.....	13
2.2.4. Animasi 3D.....	14
2.2.5. Prinsip-Prinsip Animasi.....	14
2.3. Motion Graphic.....	25
2.3.1. Pengertian <i>Motion Graphic</i>	25

2.3.2.	Karakteristik <i>Motion Graphic</i>	25
2.4.	Tahapan Pembuatan Film Animasi 2D.....	26
2.4.1.	Pra Produksi	26
2.4.2.	Produksi	29
2.4.3.	Pasca Produksi	30
2.5.	Kebutuhan Dasar Pembuatan Film Animasi 2D	31
2.5.1.	Komputer	31
2.6.	Kebutuhan Sumber Daya Manusia.....	31
2.6.1.	Sutradara	32
2.6.2.	Produser	32
2.6.3.	<i>Scriptwriter</i>	32
2.6.4.	<i>Storyboard Artist</i>	33
2.6.5.	<i>Animator</i>	33
2.6.6.	<i>Background Artist</i>	33
2.6.7.	<i>Coloring Artist</i>	34
2.6.8.	<i>Compositor</i>	34
2.6.9.	<i>Editor</i>	34
2.7.	Promosi.....	34
2.8.	Media Promosi.....	37
2.9.	Iklan.....	39
2.10.	SWOT	41
2.11.	Kuisisioner.....	43
2.11.1.	Skala Likert	44
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
3.1.	Alur Penelitian.....	46
3.2.	Pengumpulan data	47
3.2.1.	Pertimbangan Pengambilan Cerita.....	47
3.3.	Analisis Kebutuhan	47
3.3.1.	Analisis Kebutuhan Fungsional	47
3.3.2.	Analisis Kebutuhan Hardware	48
3.2.3.	Analisis Kebutuhan Software.....	48
3.3.	Perancangan.....	49
3.3.1.	Pra Produksi	49

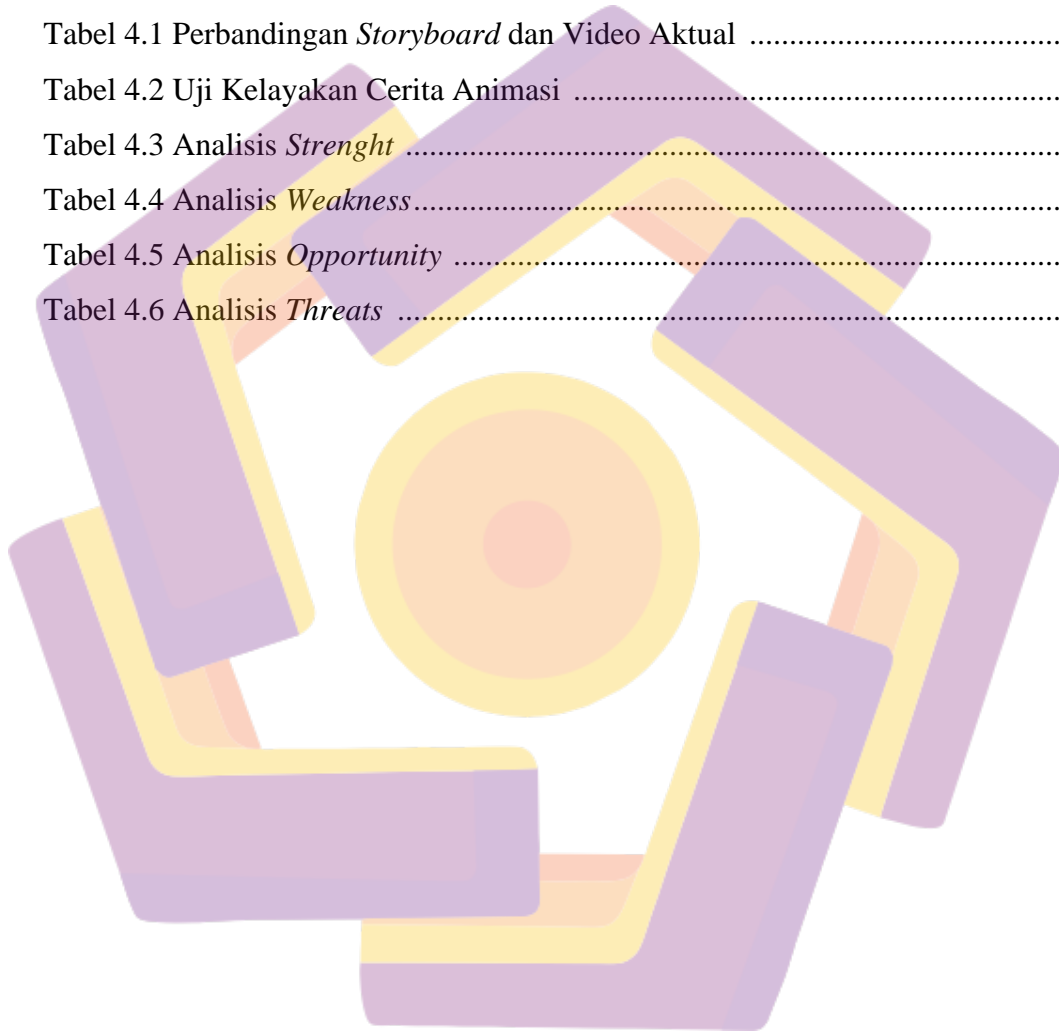
3.3.2.	Character Development.....	52
3.3.3.	Naskah.....	52
3.4.	Hasil Analisis SWOT	52
3.4.1.	Storyboard.....	56
BAB IV	58
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	58
4.1.	Produksi.....	58
4.1.1.	Standard Character	58
4.1.2.	Layout	58
4.1.3.	Drawing.....	59
4.1.4.	Background	59
4.1.5.	Time Sheeting	61
4.1.6.	Sound and Background	61
4.2.	Pasca Produksi.....	61
4.2.1.	Compositing	62
4.2.2.	Editing	64
4.2.3.	Rendering	64
4.3.	Evaluasi	65
4.3.1.	Hasil Produk.....	65
4.3.2.	Analisis Hasil Video	70
BAB V	77
PENUTUP	77
5.1.	Kesimpulan.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Squash and Stretch</i>	15
Gambar 2.2 <i>Follow Through</i>	15
Gambar 2.3 <i>Overlapping</i>	16
Gambar 2.4 <i>Anticipation</i>	17
Gambar 2.5 <i>Staging</i>	18
Gambar 2.6 <i>Slow in Slow out</i>	19
Gambar 2.7 <i>Arc</i>	20
Gambar 2.8 <i>Secondary Action</i>	21
Gambar 2.9 <i>Timing and Spacing</i>	22
Gambar 2.10 <i>Exaggerate</i>	22
Gambar 2.11 <i>Solid Drawing</i>	23
Gambar 2.12 <i>Appeal</i>	24
Gambar 3.1 Alur Proses Bisnis Bakudapa	51
Gambar 3.3 <i>Story Board</i>	57
Gambar 4.1 <i>Standard Character</i>	58
Gambar 4.2 <i>Layouting</i>	59
Gambar 4.3 <i>Aset Sound Effect</i>	61
Gambar 4.4 <i>Kompisisi Video Animasi</i>	62
Gambar 4.5 <i>Keyframing</i>	63
Gambar 4.5 <i>Exporting</i>	63
Gambar 4.6 <i>Editing</i>	64
Gambar 4.7 <i>Rendering</i>	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan	10
Tabel 3.1 Spesifikasi Alat	48
Tabel 3.2 Spesifikasi Perangkat Lunak	49
Tabel 3.3 Hasil SWOT	53
Tabel 4.1 Perbandingan <i>Storyboard</i> dan Video Aktual	66
Tabel 4.2 Uji Kelayakan Cerita Animasi	71
Tabel 4.3 Analisis <i>Strenght</i>	72
Tabel 4.4 Analisis <i>Weakness</i>	73
Tabel 4.5 Analisis <i>Opportunity</i>	74
Tabel 4.6 Analisis <i>Threats</i>	75



ABSTRAK

Semenjak pandemik covid jumlah pengunjung makin berkurang sehingga Kopi Bakudapa melakukan perubahan konsep penjualan dari dine in menjadi take away dengan melakukan promosi fasilitas baru yaitu delivery order. Kopi Bakudapa aktif melakukan promo di media sosial sehingga dibuatlah video animasi untuk membantu promosi Bakudapa tersebut. Berdasarkan hasil survey yang menyatakan 100% responden mengetahui bahwa terdapat coffee shop Bernama Bakudapa yang sedang menawarkan fasilitas delivery dalam video animasi tersebut maka dapat dikatakan bahwa video iklan animasi yang dibuat telah berhasil menyampaikan pesan dengan baik. Selain itu diperoleh juga bahwa kekuatan dari Bakudapa adalah fasilitas lengkap, kesempatan yang dimiliki Bakudapa adalah tentang konsumen yang dimiliki dimana Bakudapa sudah sangat jelas menentukan segmen konsumen dan telah mendapatkan konsumen yang setiakelemahan dari Bakudapa adalah Promosi yang dilakukan kurang gencar dan Ancaman pada Bakudapa adalah pesaing. Berdasarkan hasil tersebut maka diharapkan Bakudapa dapat mulai menyusun tim khusus untuk menangani perilaku delivery order agar bisa menjadi fasilitas yang unik dan berkelanjutan serta Kopi Bakudapa dapat melakukan iklan konten berbayar agar video animasi yang dibuat dapat menjangkau lebih banyak lagi penonton.

Kata Kunci : Bakudapa, Video Animasi

Abstract

Since the Covid pandemic, the number of visitors has decreased, so Bakudapa Coffee has changed its sales concept from dine-in to take away by promoting new facilities, namely delivery orders. Bakudapa Coffee actively promotes on social media so an animated video was made to help promote Bakudapa. Based on the survey results which stated that 100% of respondents knew that there was a coffee shop called Bakudapa which was offering delivery facilities in the animated video, it could be said that the animated advertising video that was made had succeeded in conveying the message well. Apart from that, it was also found that the strength of Bakudapa is complete facilities, the opportunity that Bakudapa has is about the consumers it has where Bakudapa has very clearly determined the consumer segment and has got loyal consumers. The weakness of Bakudapa is that the promotion is less intense and the threat to Bakudapa is competitors. Based on these results, it is hoped that Bakudapa can start assembling a special team to handle delivery order behavior so that it can become a unique and sustainable facility and Bakudapa Coffee can carry out paid content advertising so that the animated videos it creates can reach even more viewers.

Keywords :

Bakupdapa Coffeshop, Animation Video