

**PEMBUATAN IKLAN UMKM INTAN CAKE
BERBASIS MOTION GRAPHIC
SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana

Program Studi Teknologi Informasi



disusun oleh

MUHAMMAD KHAIRUL IVAN

19.82.0593

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

**PEMBUATAN IKLAN UMKM INTAN CAKE
BERBASIS MOTION GRAPHIC
SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana

Program Studi Teknologi Informasi



disusun oleh

MUHAMMAD KHAIRUL IVAN

19.82.0593

Kepada

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2024

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN UMKM INTAN CAKE
BERBASIS MOTION GRAPHIC**

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Khairul Ivan

19.82.0593

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 Mei 2024

Dosen Pembimbing,

Bernadhed, S.Kom., M.Kom

NIK. 190302243

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN IKLAN UMKM INTAN CAKE
BERBASIS MOTION GRAPHIC

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Khairul Ivan
19.82.0593

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Mei 2024

Susunan Dewan Penguji


Nama Penguji

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom
NIK. 190302164

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302229

Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 21 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 Khairul Ivan
NIM : 19.82.0593

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Pembuatan Iklan Umkm Intan Cake Berbasis Motion Graphic

Dosen Pembimbing : Bernadhed, S.Kom., 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, 21 Mei 2024

Yang Menyatakan,



METERAI
TEMBEL
5FB1EALX165979931

Muhammad Khairul Ivan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya juga mengucapkan banyak terimakasih atas dukungan dan bantuan dari semua pihak yang telah membantu selesainya penelitian ini, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala kebaikan dan karunia-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Agus Purwanto, M.Kom., selaku Ketua Program Studi Teknologi Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Bapak Bernadhed, S.Kom., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing, yang sudah dengan sabar membimbing saya selama ini, saya ucapkan terima kasih sedalam – dalamnya.
6. Segenap Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya Bapak Nazaruddin dan Ibu Nur Intan yang telah memberikan do'a serta dukungan tanpa henti.
8. Terima kasih untuk Faris yang telah membantu saya dari pertama kuliah sampai sekarang

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpah rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Pembuatan Iklan UMKM Intan Cake Berbasis Motion Graphic”** dengan sebaik-baiknya. Saya juga mengucapkan banyak terimakasih atas dukungan dan bantuan dari semua pihak yang telah membantu selesainya penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Di akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan *referensi* bagi seluruh pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 18 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

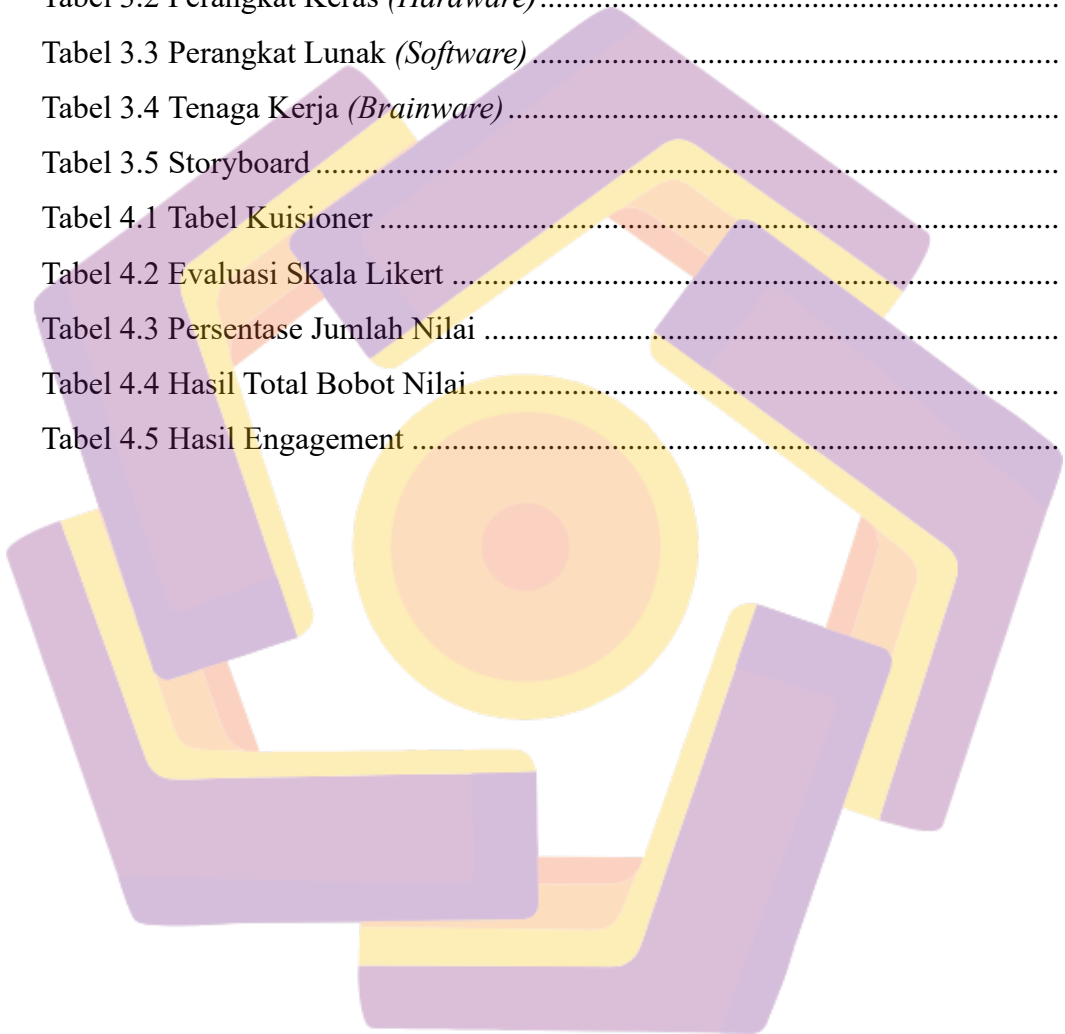
| | |
|---|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| INTISARI..... | 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..... | 3 |
| 1.5 Manfaat penelitian..... | 3 |
| 1.6 Metodologi Penelitian | 3 |
| 1.6.1 Metode Pengumpulan Data | 3 |
| 1.6.2 Metode Analisis..... | 4 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 5 |
| 2.1 Studi Literatur | 5 |

| | | |
|--------------------------------|--|----|
| 2.2 | Perbandingan Tinjauan Pustaka | 7 |
| 2.3 | Dasar Teori | 9 |
| 2.3.1 | Multimedia | 9 |
| 2.3.2 | Animasi | 12 |
| 2.4 | Teori Iklan | 13 |
| 2.4.1 | Tujuan Iklan | 13 |
| 2.5 | Motion Graphic | 14 |
| 2.5.1 | Prinsip-Prinsip Motion Graphic | 14 |
| 2.5.2 | Karakteristik Motion Graphic | 19 |
| 2.5.3 | Software | 20 |
| 2.5.4 | Tahap-Tahap Perancangan Motion Graphic | 22 |
| 2.6 | Skala Likert | 23 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 25 |
| 3.1 | Tinjauan Umum..... | 25 |
| 3.1.1 | Deskripsi Objek..... | 25 |
| 3.1.2 | Visi dan Misi | 25 |
| 3.1.3 | Logo Usaha | 26 |
| 3.2 | Alur Penelitian | 26 |
| 3.3 | Pengambilan Data | 28 |
| 3.3.1 | Wawancara | 28 |
| 3.3.2 | Observasi..... | 29 |
| 3.4 | Analisis Kebutuhan | 30 |
| 3.4.1 | Analisis Kebutuhan Fungsional | 30 |
| 3.4.2 | Analisis Kebutuhan Non Fungsional | 30 |
| 3.5 | Rancangan Aspek Produksi..... | 32 |

| | | |
|----------------------------------|---------------------------------|----|
| 3.5.1 | Aspek Kreatif | 32 |
| 3.5.2 | Aspek Teknis | 33 |
| 3.6 | Pra Produksi | 34 |
| 3.6.1 | Pencarian Dan Penemuan Ide..... | 34 |
| 3.6.2 | Naskah..... | 34 |
| 3.6.3 | Storyboard..... | 36 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 39 |
| 4.1 | Produksi | 39 |
| 4.1.1 | Proses Produksi | 39 |
| 4.1.2 | Pasca Produksi | 49 |
| 4.1.3 | Skala Likert | 53 |
| 4.1.4 | Implementasi..... | 57 |
| BAB V PENUTUP..... | | 58 |
| 5.1 | Kesimpulan | 58 |
| 5.2 | Saran..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 59 |
| LAMPIRAN..... | | 61 |

DAFTAR TABEL

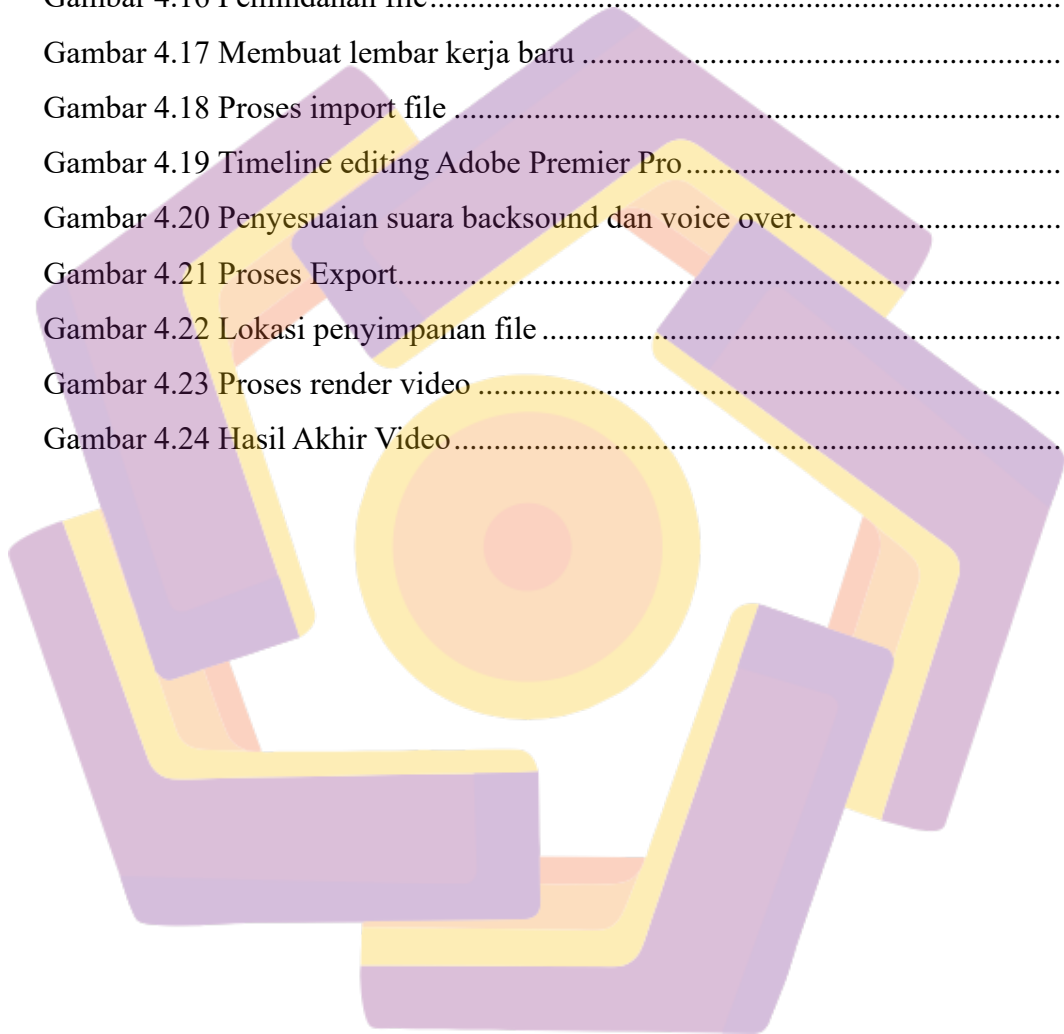
| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Perbandingan Tinjauan Pustaka | 7 |
| Tabel 2.2 Evaluasi Skala Likert | 24 |
| Tabel 2.3 Persentase Jumlah Nilai | 24 |
| Tabel 3.1 Wawancara | 28 |
| Tabel 3.2 Perangkat Keras (<i>Hardware</i>) | 31 |
| Tabel 3.3 Perangkat Lunak (<i>Software</i>) | 31 |
| Tabel 3.4 Tenaga Kerja (<i>Brainware</i>) | 32 |
| Tabel 3.5 Storyboard | 36 |
| Tabel 4.1 Tabel Kuisisioner | 53 |
| Tabel 4.2 Evaluasi Skala Likert | 55 |
| Tabel 4.3 Persentase Jumlah Nilai | 55 |
| Tabel 4.4 Hasil Total Bobot Nilai | 55 |
| Tabel 4.5 Hasil Engagement | 57 |



DAFTAR GAMBAR

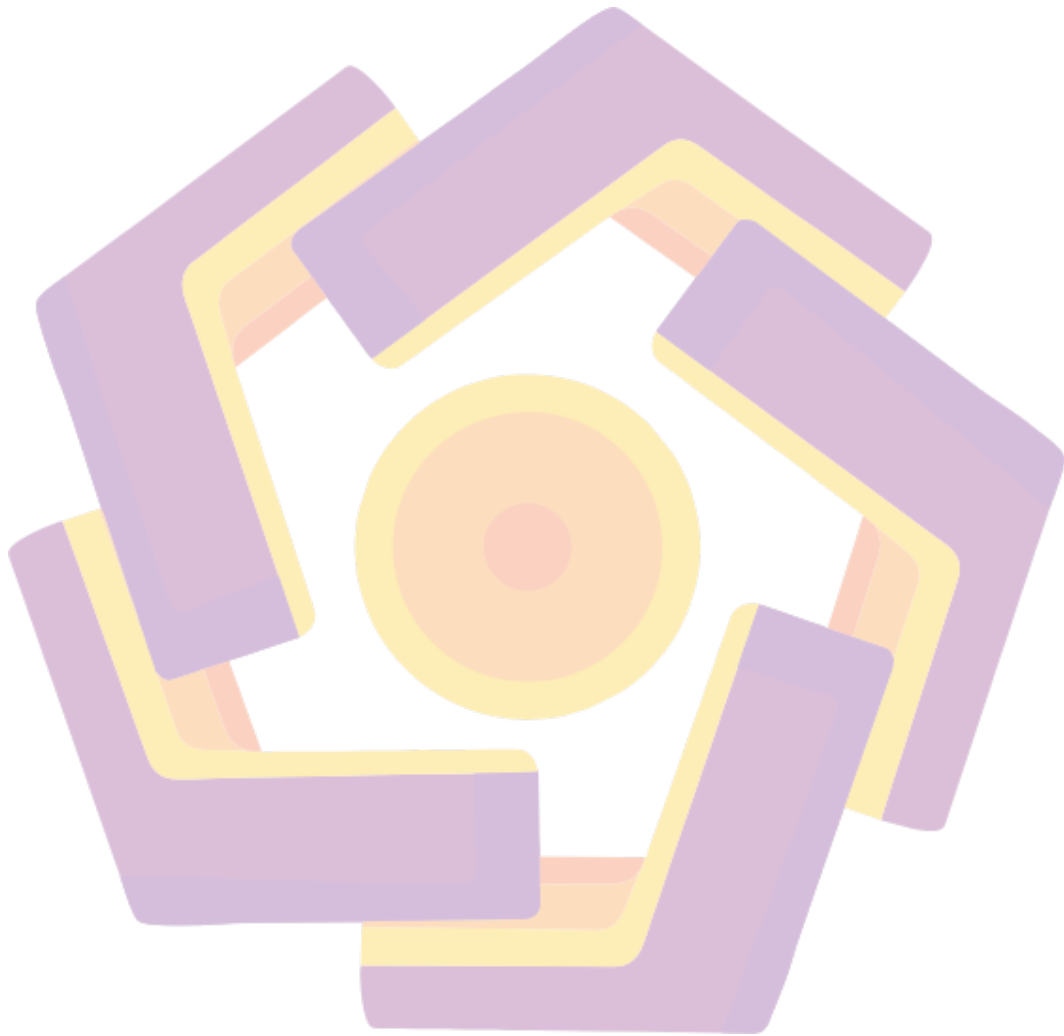
| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Teks | 9 |
| Gambar 2.2 Gambar | 10 |
| Gambar 2.3 Audio | 11 |
| Gambar 2.4 Video | 11 |
| Gambar 2.5 Animasi..... | 12 |
| Gambar 2.6 Composition | 14 |
| Gambar 2.7 Frame..... | 15 |
| Gambar 2.8 Flow..... | 16 |
| Gambar 2.9 Transition..... | 16 |
| Gambar 2.10 Texture..... | 17 |
| Gambar 2.11 Sound..... | 17 |
| Gambar 2.12 Emotion | 18 |
| Gambar 2.13 Inspiration..... | 19 |
| Gambar 2.14 Adobe After Effects | 20 |
| Gambar 2.15 Adobe Premiere Pro | 21 |
| Gambar 2.16 Adobe Illustrator..... | 22 |
| Gambar 3.1 Logo Usaha | 26 |
| Gambar 3.2 Alur Penelitian..... | 27 |
| Gambar 3.3 Tangkapan layar dari video iklan motion graphic “Vox Store”..... | 30 |
| Gambar 3.4 Naskah..... | 36 |
| Gambar 4.1 Alur produksi..... | 39 |
| Gambar 4.2 Contoh Preset Setting..... | 40 |
| Gambar 4.3 Layout..... | 41 |
| Gambar 4.4 Penyimpanan File..... | 41 |
| Gambar 4.5 Composition Setting pada After Effect | 42 |
| Gambar 4.6 Importing file pada After Effect | 43 |
| Gambar 4.7 Memulai Penganimasian | 43 |
| Gambar 4.8 Membuat text | 44 |
| Gambar 4.9 Penganimasian gambar..... | 44 |
| Gambar 4.10 Penganimasian text..... | 45 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.11 Proses Export..... | 45 |
| Gambar 4.12 Setting Export..... | 46 |
| Gambar 4.13 Pilih Lokasi Penyimpanan..... | 46 |
| Gambar 4.14 Proses Render | 47 |
| Gambar 4.15 Proses rekam suara | 48 |
| Gambar 4.16 Pemindahan file..... | 48 |
| Gambar 4.17 Membuat lembar kerja baru | 49 |
| Gambar 4.18 Proses import file | 50 |
| Gambar 4.19 Timeline editing Adobe Premier Pro | 50 |
| Gambar 4.20 Penyesuaian suara backsound dan voice over..... | 51 |
| Gambar 4.21 Proses Export..... | 51 |
| Gambar 4.22 Lokasi penyimpanan file | 52 |
| Gambar 4.23 Proses render video | 52 |
| Gambar 4.24 Hasil Akhir Video..... | 53 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian | 61 |
| Lampiran 2 Kuesioner Pihak Koresponden | 62 |



INTISARI

Media social merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha memiliki situs, tidak jarang kita menemukan terutama di pasar seperti Indonesia bahwa mereka telah memulai memasuki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahawanan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih (engage) calon konsumen. Oleh karena itu tidak heran bahwa pelaku usaha justru lebih menitikberatkan pemanfaatan media sosial dibanding dengan pengembangan sebuah situs. Para pelaku UMKM tersebut terhadang kendala masih minimnya pengetahuan terhadap digital marketing dan electronic commerce (e-commerce). Potensi pemanfaatan digital marketing ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan digital marketing ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai alat untuk menjalankan bisnisnya

Kata kunci: Video,Promosi,UMKM

ABSTRACT

Social media is a digital marketing tool that is easiest to use. Before a business has a website, it is not uncommon to find, especially in markets like Indonesia, that they have started to enter the virtual world through social media. This can be a stimulant for entrepreneurial development and the sustainability of MSMEs. Apart from low costs and no need for special skills in carrying out initial initiation, social media is considered capable of directly engaging potential consumers. Therefore, it is not surprising that business actors place more emphasis on the use of social media than on developing a website. These MSME players are hampered by a lack of knowledge regarding digital marketing and electronic commerce (e-commerce). The potential use of digital marketing requires people to be technologically literate, therefore socialization and training in the use of information and communication technology is needed. It is hoped that this community service activity regarding the use of digital marketing can provide knowledge and understanding and can inspire MSMEs to utilize internet technology and social networks as a tool to run their business.

Keyword: Video, Promotion, MSME