

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK KEBAB LIONS FOOD
MENGUNAKAN KONSEP MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Teknologi Informasi



disusun oleh

RAJA RIPAL SAPUTRA

19.82.0696

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK KEBAB LIONS FOOD
MENGUNAKAN KONSEP MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Teknologi Informasi



disusun oleh

RAJA RIPAL SAPUTRA

19.82.0696

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK KEBAB LIONS FOOD
MENGUNAKAN KONSEP MOTION GRAPHIC**

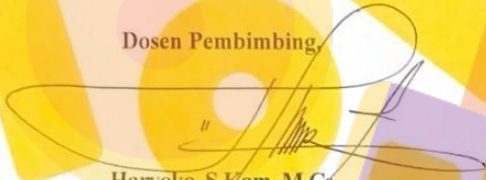
yang disusun dan diajukan oleh

RAJA RIPAL SAPUTRA

19.82.0696

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 24 Juli 2024

Dosen Pembimbing,


Harvoko, S.Kom. M.Cs

NIK. 190302286

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN PRODUK KEBAB LIONS FOOD
MENGUNAKAN KONSEP MOTION GRAPHIC

yang disusun dan diajukan oleh

RAJA RIPAL SAPUTRA

19.82.0696

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom
NIK. 190302390

Rokhmatulloh B. Firmansyah, M.Kom
NIK. 190302277

Harvoko, S.Kom, M.Cs
NIK. 190302286

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 24 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : RAJA RIPAL SAPUTRA
NIM : 19.82.0696

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK KEBAB LIONS FOOD
MENGUNAKAN KONSEP MOTION GRAPHIC**

Dosen Pembimbing : Haryoko, S.Kom, M.Cs

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, 24 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Raja Ripal Saputra

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Tidak masalah seberapa lambatnya kamu berjalan asalkan kamu tidak berhenti”

Confucius

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Allah SWT. karena telah menemani perjalanan hidup selama ini.
2. Ayahanda Raja Asmar dan Ibunda Nuryanti yang telah selama ini memberikan dukungan dan doa dalam segala hal kepada anaknya.
3. Adik, orang yang sangat saya cintai serta keluarga yang memberikan motivasi selama ini.
4. Teman-teman yang sudah membantu pengerjaan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT. yang Maha Kuasa karena atas rahmat, kasih, dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PEMBUATAN IKLAN PRODUK KEBAB LIONS FOOD MENGGUNAKAN KONSEP MOTION GRAPHIC”**.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Teknologi Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Hanif Al-Fatta, M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Agus Purwanto, M.Kom S.Kom A.Md. selaku Ketua Program Studi Teknologi Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Haryoko, S.Kom, M.Cs selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ayah, Ibu, k, Adik, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan serta semangat dan kasih sayang dalam kehidupan ini.
5. Teman-teman dan sahabat yang telah meluangkan waktu untuk membantu saya dalam pengerjaan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan karena kurangnya pengalaman dari penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga kedepannya skripsi ini dapat digunakan sebagai masukan bagi rekan-rekan dalam penyusunan skripsi.

Yogyakarta, 24 Juli 2024

Raja Ripal Saputra

DAFTAR ISI

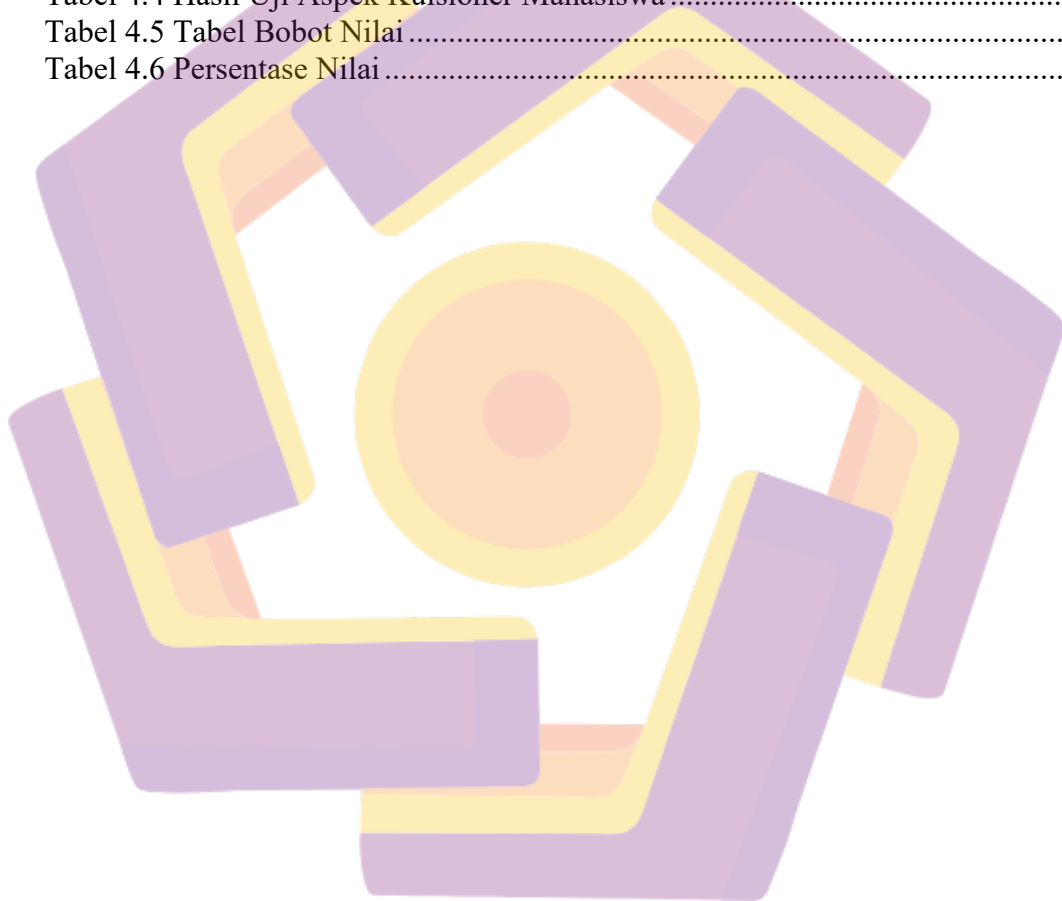
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Batasan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Studi Literatur	19
2.2 Landasan Teori	23
2.2.1 Multimedia	23
2.2.2 Jenis-Jenis Multimedia	23
2.2.3 Element Multimedia	23
2.3 Iklan	24
2.3.1 Definisi Iklan	24
2.3.2 Sejarah Periklanan Televisi	25
2.3.3 Tujuan Iklan Televisi	26
2.3.4 Jenis-Jenis Iklan Secara Umum	27

2.3.5 Strategi Pembuatan Iklan	28
2.4 Animasi	29
2.4.1 Jenis Animasi	30
2.5 Konsep Teknik Motion Graphic	32
2.5.1 Motion Graphic	32
2.5.2 Sejarah Motion Graphic	33
2.6 Software Pendukung	35
2.6.1 Adobe Photoshop CC 2021	35
2.6.2 <i>Tools Photoshop CC 2021</i>	36
2.6.3 <i>Adobe After Effect</i>	37
2.6.4 <i>Tools After Effect</i>	38
2.7 User Acceptance Testing (UAT)	39
2.7.1 Beta Testing	40
2.8 Skala Likert	40
2.8.1 Menentukan Interval	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Profil Umum Kebab Lios Foods	43
3.1.1 Visi dan Misi	44
3.1.2 Logo	44
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	45
3.3 Analisis Kebutuhan	46
3.4 Alur Penelitian	46
3.5 Alat dan Bahan Penelitian	47
3.5.1 Data Penelitian	47
3.5.2 Referensi Pembuatan Karakter	48
3.5.3 Alat dan Instrumen	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Pra Produksi	49
4.1.1 Pengumpulan Data	49
4.2 Produksi	49
4.2.1 Mempersiapkan Project	50

4.2.2 Mengatur Compositing Dan Tahap Pembuatan Animasi	51
4.3 PascaProduksi	56
4.4 Evaluasi	56
4.3.1 <i>Beta Testing</i>	56
4.3.2 Perhitungan Skala Likert	59
BAB VPENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
REFERENSI	62
LAMPIRAN	64
Bagian 1	64
Bagian 2	65
Bagian 3	66
Bagian 4	66
LAMPIRAN 2	69
SURAT IZIN PENELITIAN	69
Kusioer ahli 1	70
Kusioer ahli 2	72

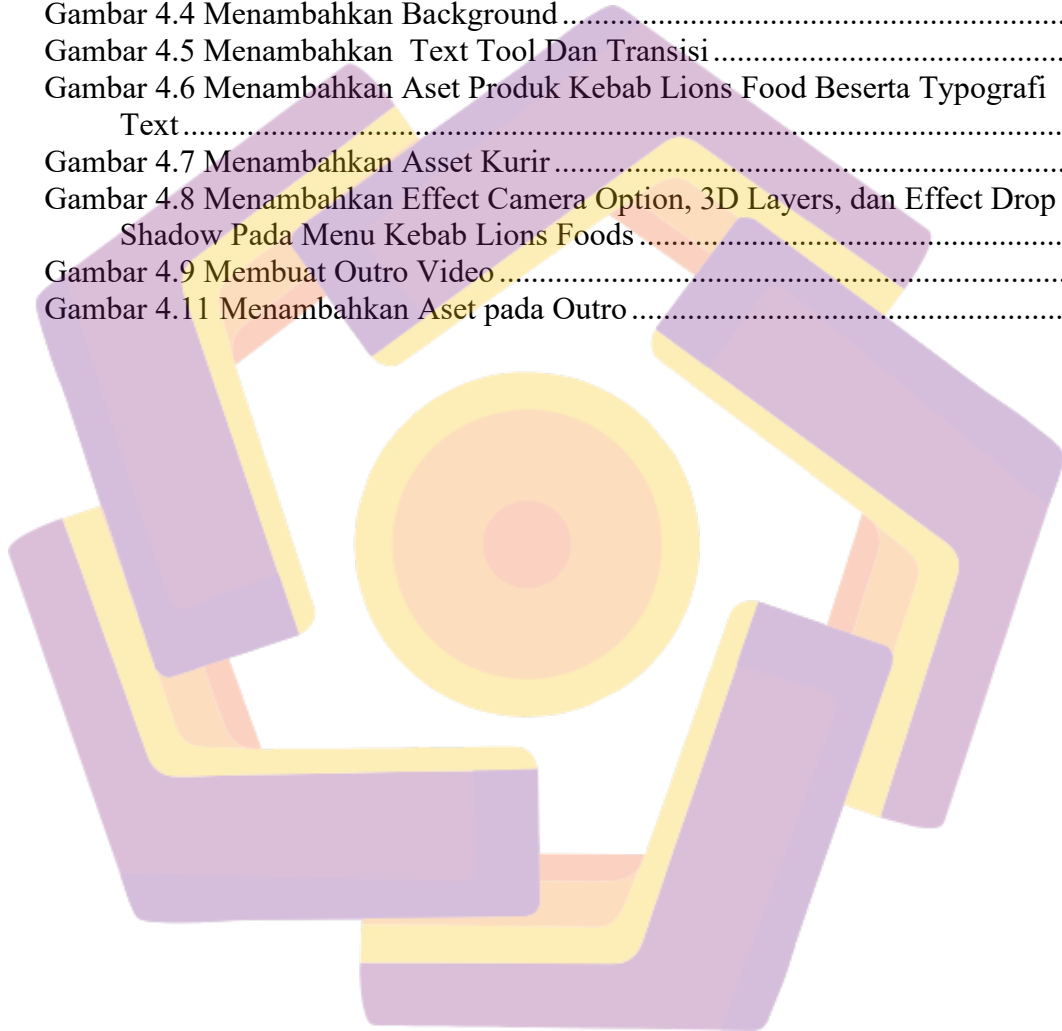
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keaslian Penelitian	21
Tabel 2.2 Contoh Mengkategorikan Skor Jawaban	41
Tabel 2.3 Tabel Bobot Nilai	41
Tabel 2.4 Tabel Pertanyaan	42
Tabel 3.1 Hardware	48
Tabel 3.2 Software	48
Tabel 4.1 Data Pertanyaan dan Jawaban Kuesioner Ahli	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Aspek Kuisisioner Ahli	57
Tabel 4.3 Data Pertanyaan dan Jawaban Kuesioner Mahasiswa	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Aspek Kuisisioner Mahasiswa	58
Tabel 4.5 Tabel Bobot Nilai	59
Tabel 4.6 Persentase Nilai	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Objek Penelitian	44
Gambar 3.2 Logo Lions Food	45
Gambar 3.3 Alur Penelitian	47
Gambar 4.1 Pengumpulan Data Hasil Observasi	49
Gambar 4.2 Import Data ke dalam After Effect	50
Gambar 4.3 Settingan Compositing Video	51
Gambar 4.4 Menambahkan Background	52
Gambar 4.5 Menambahkan Text Tool Dan Transisi	52
Gambar 4.6 Menambahkan Aset Produk Kebab Lions Food Beserta Typografi Text	53
Gambar 4.7 Menambahkan Asset Kurir	54
Gambar 4.8 Menambahkan Effect Camera Option, 3D Layers, dan Effect Drop Shadow Pada Menu Kebab Lions Foods	54
Gambar 4.9 Membuat Outro Video	55
Gambar 4.11 Menambahkan Aset pada Outro	55



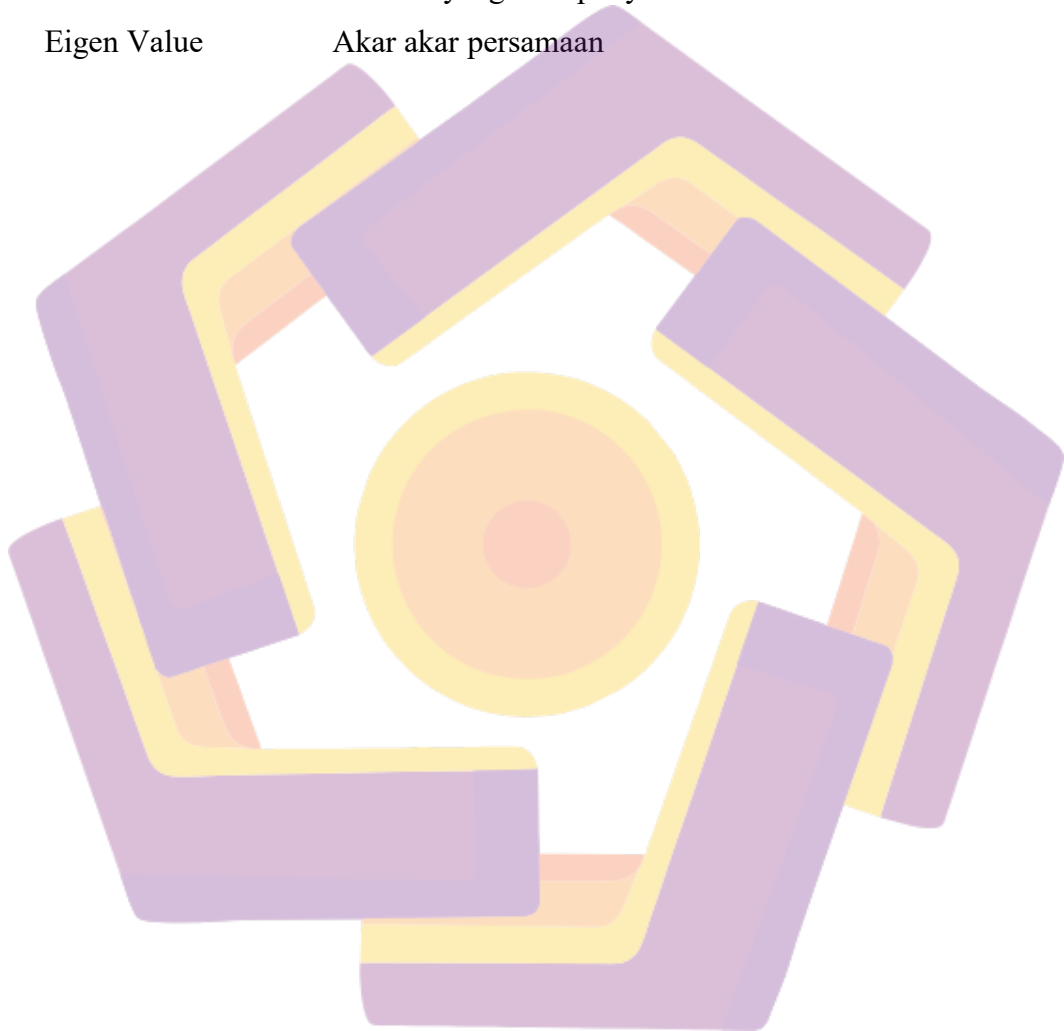
DAFTAR ISTILAH

Vektor

Besaran yang mempunyai arah

Eigen Value

Akar akar persamaan



INTISARI

Penelitian ini menggabungkan analisis periklanan dan metode survei konsumen. Kami menganalisis berbagai iklan iklan kebab yang mengutamakan faktor-faktor seperti tampilan visual, pesan, dan promosi harga. Survei konsumen digunakan untuk mengukur pengaruh iklan tersebut terhadap minat dan keputusan konsumen dalam pembelian produk kebab.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi periklanan yang kreatif dan informasi dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk kebab dan mempengaruhi keputusan pembeliannya. Selain itu, promosi harga dan penawaran khusus juga berperan penting dalam menarik konsumen.

Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi periklanan pada iklan kebab dan bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan berharga bagi pemangku kepentingan industri makanan untuk merancang iklan promosi yang lebih efektif dan memaksimalkan dampaknya terhadap minat dan pembelian konsumen.

Hasil skor sebesar 66,67% atau termasuk dalam kategori “Baik”. Sedangkan penilaian oleh masyarakat umum tentang kualitas animasi secara keseluruhan mendapat skor sebesar 66,57% atau termasuk dalam kategori “Baik”.

Kata kunci: Motion Graphic, 2D Animation, Minat, Iklan, Lions Foods.

ABSTRACT

This research combines advertising analysis and consumer survey methods. We analyzed various kebab advertising advertisements prioritizing factors such as visual appearance, message, and price promotions. Consumer surveys were used to measure the influence of these advertisements on consumer interest and decisions in purchasing kebab products.

The research results show that creative and informative advertising strategies can increase consumer interest in kebab products and influence their purchasing decisions. Apart from that, price promotions and special offers also play an important role in attracting consumers.

This research provides an in-depth understanding of advertising strategies in kebab advertising and how they influence consumer behavior. The results of this research can provide valuable guidance for food industry stakeholders to design more effective promotional advertising and maximize its impact on consumer interest and purchases.

The score result is 66.67% or falls into the “Good” category. Meanwhile, the assessment by the general public about the overall animation quality got a score of 66.57% or falls into the “Good” category.

Keyword: Motion Graphic, 2D Animation, Interest, Advertising, Lions Foods.