

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA PRODUK SAVAGES  
COMPANY DENGAN TEKNIK ANIMASI 3D**

**SKRIPSI**



Disusun oleh:

**Yundhi Kurniawan**

**14.12.8130**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2020**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA PRODUK SAVAGES  
COMPANY DENGAN TEKNIK ANIMASI 3D**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Sistem Informasi



Disusun oleh:

**Yundhi Kurniawan**

**14.12.8130**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2020**

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

### **PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA PRODUK SAVAGES COMPANY DENGAN TEKNIK 3D**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yundhi Kurniawan**

**14.12.8130**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 31 Mei 2018

Dosen Pembimbing,

  
**Amir Fatah Sofyan, S.T., M.Kom.**  
**NIK. 190302047**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA PRODUK SAVAGES COMPANY DENGAN TEKNIK 3D

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yundhi Kurniawan**

**14.12.8130**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 November 2019

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Arifiyanto H., S. Kom., M.T.  
NIK. 190302289

Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng.  
NIK. 190302105

Amir Fatah Sofyan, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302047

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 03 Maret 2020

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

Krisnawati, S.Si, M.T.  
NIK. 190302038

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah 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 tanggung jawab saya pribadi.



Yogyakarta, 16 Maret 2020

Yundhi Kurniawan

NIM. 14.12.8130

## **MOTTO**

“Bergeraklah sebelum digerakkan orang lain”

“May Allah bless the man who says less and does more.” – Umar Ibn Al-Khattab



## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahirobbil 'alamin, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah subhanahu wa ta'ala untuk dijadikan amal shaleh.
2. Kepada Orang tua dan seluruh keluarga yang sudah mendukung dan memberi semangat saya untuk menempuh gelar Sarjana Komputer di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Kepada teman – teman di Universitas Amikom Yogyakarta yang selalu mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil 'alamin, Segala puji bagi Allah subhanahu wa ta'ala yang senantiasa memberikan rahmatnya kepada kita semua. Dengan izin Allah, alhamdulillah penulis berhasil menyelesaikan penelitian ini untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dalam menempuh gelar Sarjana Komputer di Universitas Amikom Yogyakarta.

Dengan selesainya Skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Amir Fatah Sofyan, S.T., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu yang selalu mendukung dan telah membiayai perkuliahan dengan penuh pengorbanan dan harapan.
4. Teman – teman yang selalu memberikan motivasi.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi saya selaku penulis dan untuk semua yang membacanya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 24 Januari 2020

Penulis

Yundhi Kurniawan

14.12.8130



## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
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 Pembuatan.....	5
1.6.4 Metode Evaluasi.....	6
1.7 Tahap Perancangan.....	6
1.7.1 Praproduksi.....	6
1.7.2 Produksi.....	6
1.7.3 Pascaproduksi.....	7
1.8 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9

2.2 Konsep Dasar Multimedia .....	11
2.2.1 Definisi Multimedia.....	11
2.2.2 Definisi Video.....	12
2.2.3 Kategori Video .....	12
2.3 <i>Live Shoot</i> .....	13
2.3.1 Sudut Pengambilan Gambar ( <i>Angle Kamera</i> ) .....	13
2.3.2 Jenis-Jenis <i>Shot</i> .....	15
2.4 MPEG-4 part 14 atau MP4 .....	17
2.5 Visualisasi 3D.....	18
2.5.1 Proses Produksi Animasi 3D .....	19
2.6 Konsep Dasar Iklan .....	20
2.6.1 Pengertian Iklan.....	20
2.6.2 Tujuan Iklan.....	21
2.6.3 Fungsi Iklan.....	22
2.7 Analisis Produk.....	24
2.8 Analisis Masalah.....	25
2.8.1 Analisis SWOT.....	25
2.9 Analisis Kebutuhan.....	27
2.9.1 Kebutuhan Fungsional.....	28
2.9.2 Kebutuhan Non Fungsional.....	28
2.10 Analisis Kelayakan .....	29
2.11 Tahap Memproduksi Iklan Video.....	29
2.11.1 Tahap Pra Produksi.....	30
2.11.2 Tahap Produksi .....	30
2.11.3 Tahap Pasca Produksi.....	32

2.12 Instagram .....	32
2.13 Evaluasi .....	33
2.13.1 Perhitungan Kuisisioner (Skala Likert).....	33
2.13.2 Menentukan Interval.....	34
<b>BAB III ANALISIS dan PERANCANGAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Gambaran Umum Objek.....	36
3.1.1 Logo.....	37
3.1.2 Visi dan Misi .....	37
3.1.3 Tujuan Objek.....	38
3.2 Pengumpulan Data.....	38
3.2.1 Wawancara .....	38
3.2.2 Observasi .....	39
3.3 Analisis Masalah.....	41
3.3.1 Analisis SWOT.....	41
3.3.2 Kelemahan Media Lama.....	43
3.3.3 Solusi yang Ditawarkan.....	43
3.3.4 Kesimpulan.....	43
3.4 Analisis Kebutuhan.....	44
3.4.1 Kebutuhan Fungsional.....	44
3.4.2 Kebutuhan Non Fungsional.....	44
3.5 Analisis Kelayakan.....	45
3.6 Pra Produksi.....	46
<b>BAB IV IMPLEMENTASI dan PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Produksi.....	52
4.2 Tahap Produksi Iklan.....	52

4.2.1 Pemilihan Kamera .....	53
4.2.2 Produksi Gambar .....	53
4.2.3 Produksi Suara.....	56
4.3 Pasca Produksi.....	56
4.3.1 Pembuatan Obyek 3D Menggunakan Blender .....	56
4.3.2 Proses Editing pada After Effect .....	59
4.3.3 Proses Editing pada Adobe Premiere .....	67
4.3.4 Kualitas Standar Video.....	71
4.4 Testing .....	72
4.4.1 Perhitungan Kuisisioner Aspek Tampilan.....	72
4.4.2 Perhitungan Kuisisioner Aspek Informasi .....	77
4.5 Implementasi .....	79
4.5.1 Mempublish ke Instagram .....	80
BAB V PENUTUP .....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Matrik Analisis SWOT .....	27
Tabel 2.2 Contoh Pengkategorian Skor Jawaban .....	35
Tabel 2.3 Contoh Pengkategorian Skor Jawaban Dengan 2 Pilihan .....	35
Tabel 3.1 Analisis SWOT .....	41
Tabel 3.2 Storyboard .....	49
Tabel 4.1 Produksi Gambar .....	54
Tabel 4.2 Perhitungan Kuisisioner Aspek Tampilan .....	73
Tabel 4.3 Pengkategorian Skor Jawaban .....	74
Tabel 4.4 Hasil Uji Aspek Tampilan .....	75
Tabel 4.5 Perhitungan Kuisisioner Aspek Informasi .....	77
Tabel 4.6 Hasil Uji Aspek Informasi.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sudut pandang <i>normal angle / eye level view</i> .....	14
Gambar 2.2 Sudut pandang <i>high angle</i> .....	14
Gambar 2.3 Contoh pengambilan <i>low angle</i> .....	15
Gambar 2.4 Contoh <i>Full shot</i> .....	16
Gambar 2.5 <i>Wide shot/long shot</i> .....	16
Gambar 2.6 Contoh <i>mid shot</i> dalam film Titanic .....	17
Gambar 2.7 Contoh <i>close up</i> .....	17
Gambar 3.1 Logo Savages Company .....	37
Gambar 3.2 Akun Instagram Savages Company .....	40
Gambar 3.3 Postingan Instagram Savages Company .....	40
Gambar 4.1 Struktur tahap produksi.....	52
Gambar 4.2 Tampilan menambah Shape.....	56
Gambar 4.3 Tampilan duplikasi lingkaran .....	57
Gambar 4.4 Tampilan menambah <i>screw modifier</i> .....	57
Gambar 4.5 Tampilan mengubah <i>Screw Value</i> .....	58
Gambar 4.6 Menambahkan <i>Value</i> pada <i>Iterations</i> .....	58
Gambar 4.7 Tekstur kain dalam 3D.....	59
Gambar 4.8 Modifikasi tekstur kain dalam 3D .....	59
Gambar 4.9 Format komposisi .....	60
Gambar 4.10 Import video ke panel project .....	60
Gambar 4.11 Menempatkan komponen video pada timeline .....	61
Gambar 4.12 Menambahkan efek.....	61
Gambar 4.13 Mengatur kecepatan dari animasi .....	61
Gambar 4.14 Menambahkan efek partikel .....	62

Gambar 4.15 Format komposisi .....	63
Gambar 4.16 Import video ke panel project .....	63
Gambar 4.17 Menempatkan komponen video pada timeline .....	64
Gambar 4.18 Teknik masking untuk transisi .....	64
Gambar 4.19 Menambahkan efek <i>Linear Wipe</i> .....	65
Gambar 4.20 Menambahkan efek <i>Hue/Saturation</i> .....	65
Gambar 4.21 Rendering file pada After Effect .....	66
Gambar 4.22 Mengubah format video untuk render .....	67
Gambar 4.23 Memulai proses rendering .....	67
Gambar 4.24 Menempatkan komponen video pada timeline .....	68
Gambar 4.25 Menambahkan efek <i>Linear Wipe</i> .....	68
Gambar 4.26 Merubah kemiringan pada video .....	68
Gambar 4.27 Menambah <i>Title</i> pada <i>Panel Project</i> .....	69
Gambar 4.28 Penambahan garis hitam .....	69
Gambar 4.29 Render awal pada Premiere Pro .....	70
Gambar 4.30 Mengatur format rendering .....	70
Gambar 4.31 Memulai proses rendering .....	71
Gambar 4.32 Kualitas Video .....	71
Gambar 4.33 Akun Instagram Savages Company .....	80

## INTISARI

Savages Company merupakan salah satu unit usaha yang memproduksi produk fashion, yang terletak di Jalan Parangtritis Km. 5, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam mempromosikan produk – produknya, Savages Company menggunakan foto dan video yang berdurasi kurang lebih 10 detik.

Pada mempromosikan produknya, Savages Company mengalami beberapa permasalahan yang dihadapi, yaitu terdapat beberapa informasi yang belum dapat tersampaikan dengan media lama. Permasalahan yang terdapat pada promosi produk Savages Company salahsatunya belum dapat memvisualkan bagaimana kelebihan dari produk saat dipakai. Dari hal tersebut, penulis mengusulkan membuat sebuah video iklan dengan penggabungan teknik *live shoot* dan animasi *3D*. Animasi *3D* digunakan untuk memvisualkan aspek aspek yang tidak bisa divisualkan media lama.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pembuatan Video Iklan pada Produk Savages Company dengan Teknik Animasi 3D”. Dengan penerapan animasi 3D, video iklan ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dan dapat menyampaikan informasi mengenai kelebihan dari produk Savages Company.

Kata Kunci: Video Iklan, promosi, *Live Shoot*, animasi *3D*



## **ABSTRACT**

*Savages Company is a business unit that manufactures fashion products, located on Jalan Parangtritis Km. 5, Bantul, Special Region of Yogyakarta. In promoting its products, Savages Company uses photos and videos that are no more than 10 seconds long.*

*In promoting its products, Savages Company experienced several problems encountered, namely there were some information that could not be conveyed with old media. The problem with Savages Company product promotion is that one cannot visualize the advantages of the product when it is used. From this, the authors propose to make a video ad with a merger of live shoot techniques and 3D animation. 3D animation is used to visualize aspects that cannot be visualized by old media.*

*Based on the description above, the writer is interested in conducting research with the title "Making Advertising Videos on Savages Company Products with 3D Animation Techniques". With the application of 3D animation, this advertisement video is expected to attract the interest of customers and can convey information about the advantages of Savages Company products.*

**Keywords:** *Video Advertising, promotion, Live Shoot, 3D animation*