

**PEMBUATAN IKLAN PADA LIKE 2 PHOTOGRAPHY JAMBI DENGAN  
TEKNIK MOTION GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Arie Rizki Wicaksono**

**13.12.7770**

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

**PEMBUATAN IKLAN PADA LIKE 2 PHOTOGRAPHY JAMBI DENGAN  
TEKNIK MOTION GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Arie Rizki Wicaksono**

**13.12.7770**

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

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

### **PEMBUATAN IKLAN PADA LIKE 2 PHOTOGRAPHY JAMBI DENGAN TEKNIK MOTION GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Arie Rizki Wicaksono**

**13.12.7770**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 23 April 2020

**Dosen Pembimbing,**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

**NIK. 190302215**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PEMBUATAN IKLAN PADA LIKE 2 PHOTOGRAPHY JAMBI DENGAN TEKNIK MOTION GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Arie Rizki Wicaksono**  
**13.12.7770**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 16 April 2020

Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Banu Santoso, S.T., M.Eng**

**NIK. 190302327**

**Agus Fatkhurohman, M.Kom**

**NIK. 190302249**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

**NIK. 190302215**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 18 Januari 2020

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Krisnawati, S.Si, M.T.**

**NIK. 190302038**

## 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 disuatu instansi 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 disebut dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi

Yogyakarta, 23 April 2020

Meterai

Rp. 6.000

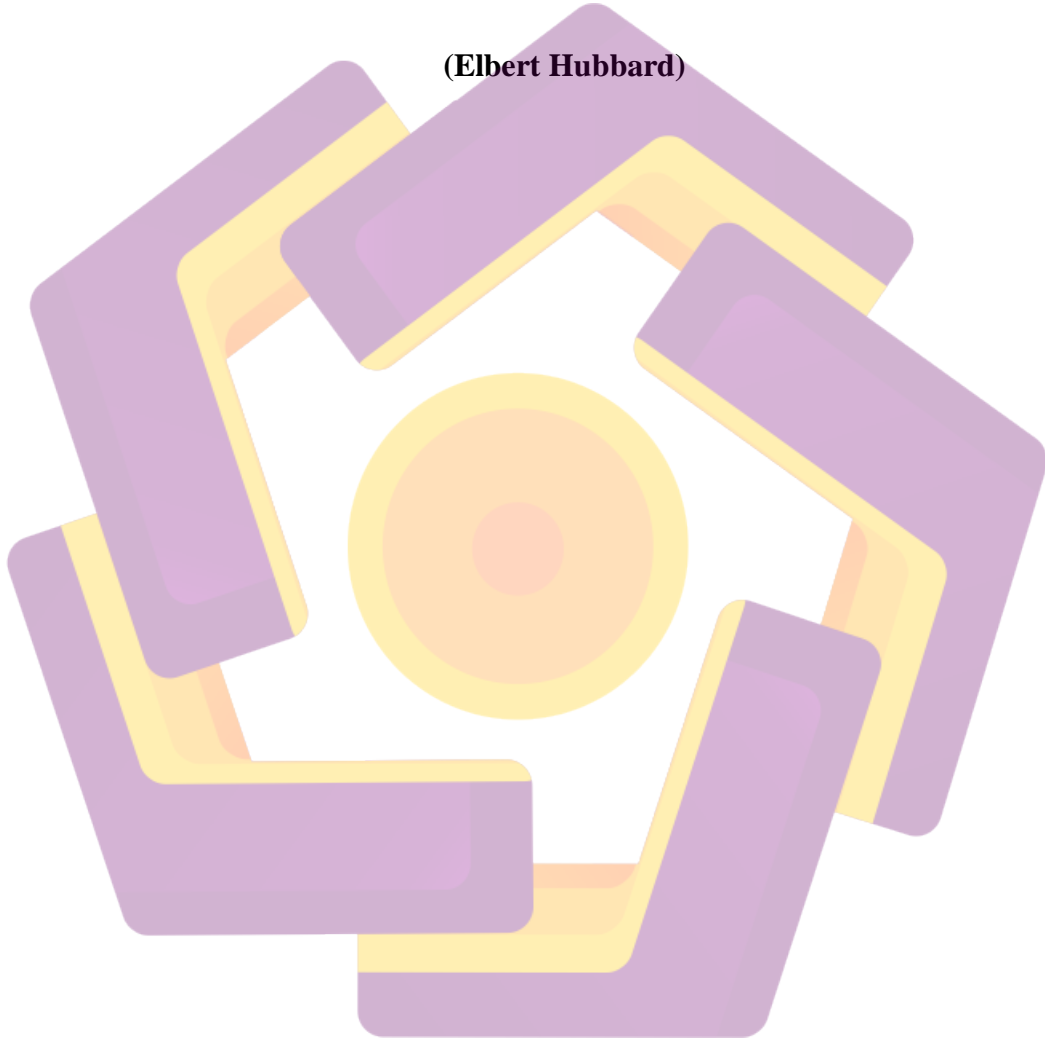
**Arie Rizki Wicaksono**

**NIM. 13.12.7770**

## **MOTTO**

“Banyak orang gagal dalam kehidupan, bukan karena kurangnya kemampuan, pengetahuan, atau keberanian, namun hanya karena mereka tidak pernah mengatur energinya pada sasaran”

**(Elbert Hubbard)**



## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kekuatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pembuatan Iklan Pada Like 2 Photography Jambi Dengan Teknik Motion Grafis Sebagai Media Promosi, shalawat serta salam selalu tercurahkan untuk Rasullullah Muhammad Shalallahu`alahi wassalam yang telah memberikan teladan sebaik baiknya teladan.

Karya tulis ini dengan bangga penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya , Bapak Agus Endera Wardhana dan Ibu Sri Endang Purwantini atas segala doa, dukungan, dan semangat yang terus diberikan kepada penulis.
2. Duie Sekar Larassati adik yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Teman-teman kelas 13 S1SI 09 yang sudah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi.
5. Like 2 Photography yang bersedia memberikan ijin penelitian skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa mencurahkan berkat, anugerah, cinta kasih-Nya kepada setiap umat-Nya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata 1 Jurusan Sistem Informasi, Universitas AMIKOM Yogyakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer. Dengan selesainya skripsi yang berjudul Pembuatan Iklan Like 2 Photography Jambi dengan Teknik Motion Grafis sebagai Media Promosi, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.M Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
4. Seluruh Dosen dan Staff Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah berjasa dalam memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Bapak, Ibu, Saudara dan segenap keluarga yang telah memberikan doa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat, teman dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Kritik dan saran yang membangun senantiasa diharapkan demi kebaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pada umumnya dan penulis khususnya.

Yogyakarta, 23 April 2020

Arie Rizki Wicaksono



## DAFTAR ISI

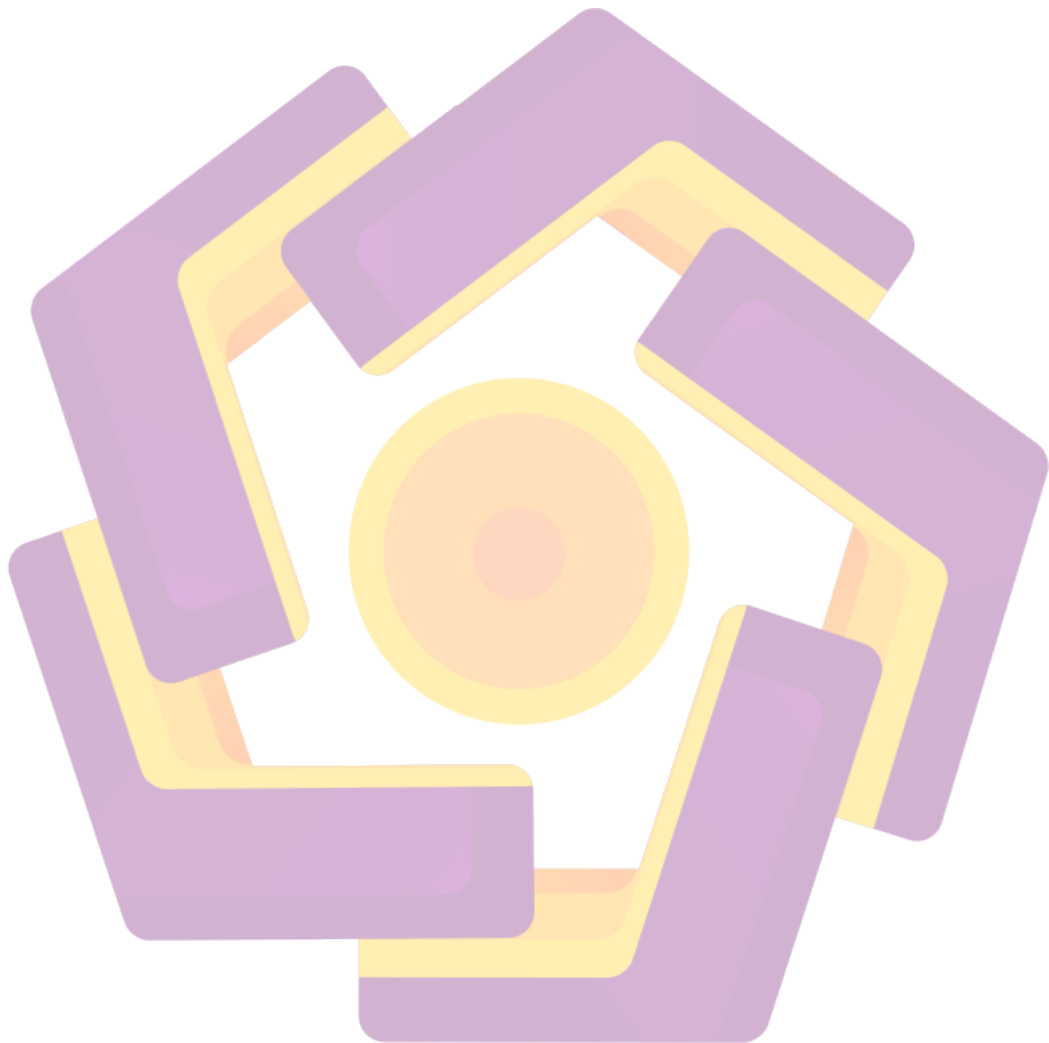
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	<b>2</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>3</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>3</b>
<b>1.6 Metode Penelitian</b> .....	<b>3</b>
<b>1.6.1 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>3</b>
<b>1.6.2 Metode Analisis</b> .....	<b>4</b>
<b>1.6.3 Metode Produksi</b> .....	<b>4</b>
<b>1.6.4 Metode Evaluasi</b> .....	<b>4</b>
<b>1.6.5 Sistematika Penulisan</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>7</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1 Tinjauan Pustaka</b> .....	<b>7</b>
<b>2.2 Motion Graphic</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2.1 Pengertian Motion Graphic</b> .....	<b>9</b>

2.2.2	Metode Motion Graphic.....	10
2.2.2.1	Timing .....	10
2.2.2.2	Pergerakan .....	11
2.2.2.3	Atraksi .....	11
2.3	Pengertian Multimedia .....	11
2.4	Kategori Multimedia .....	13
2.4.1	Multimedia Content Production .....	13
2.4.2	Multimedia Communication .....	13
2.5	Jenis Multimedia.....	14
2.5.1	Multimedia Interaktif .....	14
2.5.2	Multimedia Linear .....	16
2.6	Elemen Multimedia.....	18
2.6.1	Faksimil .....	18
2.6.2	Voice Command .....	19
2.6.3	Voice Synthesis .....	19
2.6.4	Audio Message.....	19
2.6.5	Video Message .....	19
2.6.6	Full Motion dan Live Video .....	20
2.6.7	Holographic Image.....	20
2.6.8	Fractal .....	20
2.7	Pengertian Iklan .....	21
2.8	Analisis Kebutuhan.....	23
2.8.1	Kebutuhan fungsional ( <i>functional requirement</i> ).....	23
2.8.2	Kebutuhan nonfungsional ( <i>nonfunctional requirement</i> ).....	23
2.9	Pra Produksi .....	23
2.9.1	Ide.....	23
2.9.2	Naskah.....	24
2.9.3	Storyboard.....	24
2.10	Produksi .....	25
2.10.1	Key animation .....	25
2.10.2	In Between.....	25
2.10.3	Background .....	26
2.10.4	Coloring.....	26

2.11	Pasca Produksi.....	26
2.12	Media Online.....	27
2.12.1	Sosial Media Marketing .....	28
2.12.2	Mobile Advertising.....	29
2.12.3	Pay Per Click Advertising .....	29
2.12.4	Search Engine Optimization .....	29
2.12.5	Email Marketing .....	29
2.12.6	Video Advertising.....	30
2.13	Persyaratan Desain untuk Iklan Beranda Instagram.....	30
2.13.1	Ukuran Gambar .....	30
2.13.2	Ukuran.....	31
2.14	Kuesioner .....	31
2.15	Skala.....	33
2.15.1	Skala Nominal .....	33
2.15.2	Skala Interval.....	34
2.15.3	Skala Rasio .....	35
2.16	Skala Likert .....	35
2.17	Teori Responden.....	39
2.16.1	Menentukan Jumlah Sample .....	39
<b>BAB III.....</b>		<b>50</b>
<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN.....</b>		<b>50</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	50
3.1.1	Profil Like 2 Photography.....	50
3.1.2	Metode Wawancara .....	51
3.2	Analisa Kebutuhan .....	51
3.2.1	Kebutuhan Fungsional .....	51
3.2.2	Kebutuhan Non Fungsional .....	52
3.2.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware) .....	52
3.2.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak (Software) .....	52
3.2.2.3	Kebutuhan SDM (BrainwareI) .....	53
3.3	Perancangan Iklan.....	54
3.3.1	Tahap Pra Produksi .....	54
3.3.1.1	Merancang Naskah.....	55

3.3.1.2	Storyboard.....	58
<b>BAB IV</b>	.....	<b>62</b>
<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>62</b>
<b>4.1</b>	<b>Tahap Produksi.....</b>	<b>62</b>
4.1.1	Pengambilan Foto .....	62
4.1.2	Editing Foto dan Pembuatan frame foto .....	62
4.1.3	Perekaman Suara .....	66
<b>4.2</b>	<b>Tahap Pasca Produksi .....</b>	<b>67</b>
4.2.1	Editing Suara .....	67
4.2.2	Compositing .....	70
4.2.2.1	Penyusunan Foto .....	70
4.2.2.2	Animasi Foto .....	73
4.2.2.3	Penambahan Camera 3D .....	74
4.2.2.4	Animasi logo .....	74
4.2.2.5	Pembuatan efek Bokeh.....	77
4.2.2.6	Masking .....	79
4.2.3	Final Cut.....	81
4.2.4	Rendering .....	82
<b>4.3</b>	<b>Tahap Pengujian.....</b>	<b>85</b>
4.3.1	Menentukan Interval .....	85
4.3.2	Menentukan Nilai Ideal Keseluruhan Responden.....	86
4.3.3	Menentukan Frekuensi dan Presentase Pertanyaan.....	86
<b>4.4</b>	<b>Tahap Promosi Instagram.....</b>	<b>95</b>
4.4.1	Pemilihan Akun.....	95
4.4.2	Pemilihan Pemirsa .....	96
4.4.3	Pengisian Informasi.....	97
4.4.4	Pemilihan Lokasi.....	97
4.4.5	Anggaran dan Durasi .....	98
4.4.6	Hasil Akhir Promosi.....	99
<b>BAB V</b> .....		<b>103</b>
<b>PENUTUP</b> .....		<b>103</b>
5.1	Kesimpulan .....	103
5.2	Saran .....	103

**DAFTAR PUSTAKA..... 105**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Tinjauan Pusaka .....</b>	<b>8</b>
<b>Tabel 3. 1 Story Board .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4. 1 Hasil Kuisisioner Pertanyaan .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Pertanyaan 1 .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Pertanyaan 2 .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Pertanyaan 3 .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Pertanyaan 4 .....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Pertanyaan 5 .....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner Pertanyaan 6 .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4. 8 Hasil Kuesioner Pertanyaan 7 .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Kuesioner Pertanyaan 8 .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Kuesioner Pertanyaan 9 .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Kuesioner Pertanyaan 10 .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil Nilai Rata-rata Kuesioner .....</b>	<b>94</b>
<b>Tabel 4. 13 Hasil Implementasi di Media Sosial Instagram .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabel 4. 14 Hasil Implementasi berdasarkan Wawasan Jenis Kelamin .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabel 4. 15 Hasil Implementasi di media sosial Instagram berdasarkan Lokasi .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabel 4. 16 Hasil Implementasi di media sosial Instagram berdasarkan Rentang Usia .....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Story Board.....	25
Gambar 2.2 Daftar Nomogram.....	39
Gambar 3.1 Like 2 Photography .....	50
Gambar 4.1 Adjustment level .....	63
Gambar 4.2 Pengaturan adjustment level.....	63
Gambar 4.3 Icon adjustment brightness and contrast.....	64
Gambar 4.4 Pengaturan brightness and contrast .....	64
Gambar 4.5 Jendela new file.....	65
Gambar 4.6 Rectangle tool.....	65
Gambar 4.7 Hasil Kotak .....	65
Gambar 4.8 Proses clipping mask .....	66
Gambar 4.9 Hasil akhir .....	66
Gambar 4.10 Menu noise reduction .....	68
Gambar 4.11 Grafik noise reduction sebelum dan sesudah disetting.....	68
Gambar 4.12 Menu hard limiter .....	69
Gambar 4.13 Jendela hard limiter.....	69
Gambar 4.14 Gelombang suara sebelum dan sesudah diberi hard limiter .....	69
Gambar 4.15 Icon new composition .....	70
Gambar 4.16 Pemilihan format video .....	71
Gambar 4.17 Ellipse tool.....	71
Gambar 4.18 Penambahan efek box blur .....	72
Gambar 4.19 Setting box blur.....	72
Gambar 4.20 Penggunaan parent tool.....	72
Gambar 4.21 Icon stopwatch untuk menambah animasi .....	73

<b>Gambar 4.22 Key animasi position.....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4.23 Key animation untuk opacity .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4.24 Pembuatan camera 3D .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4.25 Key animation camera 3D .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4.26 Jendela import .....</b>	<b>75</b>
<b>Gambar 4.27 Improt dengan pilihan import as composition.....</b>	<b>75</b>
<b>Gambar 4.28 Memasukkan composition foto dan duplicate layer .....</b>	<b>76</b>
<b>Gambar 4.29 Menerapkan mode alpha mate.....</b>	<b>76</b>
<b>Gambar 4.30 Hasil alpha mate .....</b>	<b>76</b>
<b>Gambar 4.31 Key animation icon dan text.....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 4.32 Pembuatan solid file baru.....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 4.33 Mencari efek cc psrticle world .....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 4.34 Setting cc particle world dan efek pendukung.....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 4.35 Cc particle world sebelum dan sesudah disetting .....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 4.36 Rectangle tool.....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 4.37 Pen tool.....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4.38 Pembuatan animasi masking dengan mask path.....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4.39 Pembuatan animasi masking dengan mask path.....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4 .40 Hasil animasi masking .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4.41 Setting parameter efek glow .....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4.42 Hasil akhir .....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4 43 Layer pada proses final cut .....</b>	<b>82</b>
<b>Gambar 4.44 Hasil akhir video.....</b>	<b>82</b>
<b>Gambar 4.45 Pengiriman file ke Adobe media encoder.....</b>	<b>83</b>
<b>Gambar 4.46 Jendela Adobe media encoder .....</b>	<b>83</b>



<b>Gambar 4.47</b> Jendela setting.....	<b>84</b>
<b>Gambar 4.48</b> Tombol untuk render .....	<b>84</b>
<b>Gambar 4.49</b> Proses rendering .....	<b>85</b>
<b>Gambar 4.50</b> Total Responden Masuk.....	<b>87</b>
<b>Gambar 4.51</b> Status Responden.....	<b>88</b>
<b>Gambar 4.52</b> Pemilihan Akun .....	<b>96</b>
<b>Gambar 4.53</b> Pemilihan Pemirsa Manual .....	<b>96</b>
<b>Gambar 4.54</b> Pengisian Informasi .....	<b>97</b>
<b>Gambar 4.55</b> Pemilihan Lokasi .....	<b>98</b>
<b>Gambar 4.56</b> Anggaran dan Durasi .....	<b>98</b>
<b>Gambar 4.57</b> Hasil Akhir Promosi .....	<b>99</b>
<b>Gambar 4.58</b> Wawasan Promosi Iklan Like 2 Photography .....	<b>99</b>
<b>Gambar 4.59</b> Wawasan Promosi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	<b>100</b>
<b>Gambar 4.60</b> Wawasan Promosi Berdasarkan Rentang Usia .....	<b>100</b>
<b>Gambar 4.61</b> Wawasan Promosi Berdasarkan Lokasi .....	<b>100</b>

## INTISARI

Like 2 Photography membutuhkan sebuah media promosi sebagai upaya mempromosikan Like 2 Photography agar lebih di kenal oleh masyarakat luas dengan harapan meningkatnya minat memakai jasa Like 2 Photography melalui media promosi di Instagram.

Pembuatan media promosi iklan Instagram Like 2 Photography ini menggunakan metode *Motion Graphic*. Teknik dalam mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dalam konsep perancangan, terdiri dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Proses perancangan iklan Herdana menggunakan software Adobe After Effect CC, Adobe Photoshop CC, Adobe Audition CC, Adobe Illustrator CC dan Adobe Media Encoder CC.

Pembuatan ini menghasilkan suatu produk berupa iklan Instagram berdurasi 1 menit yang mempresentasikan berbagai jasa foto dan video dokumenter Like 2 Photography supaya lebih di kenal oleh masyarakat luas dan mengajak masyarakat untuk memakai jasa Like 2 Photography. Hasil dari pembuatan ini di harap dapat menjadi acuan atau tolak ukur dalam mengadakan pembuatan iklan Instagram, baik bagi mahasiswa, desainer pemula, pengajar, dan lain sebagainya

**Kata Kunci:** video iklan instagram, Like 2 Photography, Motion Graphic

## **ABSTRACT**

*Like 2 Photography requires a promotional media as an effort to promote Like 2 Photography so that it is better known to the wider community in the hope of increasing interest in using the services of Like 2 Photography through promotional media on Instagram.*

*Making media promotion Instagram Like 2 Photography ads using the Motion Graphic method. Techniques in collecting data through observation, interviews, and literature study. In the design concept, it consists of pre-production, production, and post-production stages. The process of designing Herdana ads uses Adobe After Effect CC software, Adobe Photoshop CC, Adobe Audition CC, Adobe Illustrator CC and Adobe Media Encoder CC.*

*This production resulted in a product in the form of a 1-minute Instagram ad that presented a variety of photo and video documentary services like 2 Photography so that it would be better known to the wider community and invited people to use the services of Like 2 Photography. The results of this making are expected to be a reference or benchmark in making Instagram adverts, both for students, novice designers, teachers, and so on*

**Keyword :** *Instagram video advertisements, Like 2 Photography, Motion Graphic*