

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI VAPE STORE TASTE LAB DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC 2D**

TUGAS AKHIR



disusun oleh

Rizky Nur Hidayat

14.01.3472

Muhammad Glagah Putih YudhaSaputra

14.01.3388

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI VAPE STORE TASTE LAB DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC 2D**

TUGAS AKHIR

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Ahli Madya
pada jenjang Program Diploma – Program Studi Teknik Informatika



disusun oleh

Rizky Nur Hidayat

14.01.3472

Muhammad Glagah Putih YudhaSaputra

14.01.3388

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PEMBUATAN MEDIA PROMOSI VAPE STORE TASTE LAB DENGAN MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC 2D

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rizky Nur Hidayat

14.01.3472

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 7 Agustus 2017

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PEMBUATAN MEDIA PROMOSI VAPE STORE TASTE LAB DENGAN MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC 2D

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rizky Nur Hidayat 14.01.3472

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 29 Agustus 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Andi Sunvoto, M. Kom
NIK. 190302052

Ainul Yaqin, M. Kom
NIK. 190302255



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
tanggal 5 September 2017



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 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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 31 Agustus 2017



Rizky Nur Hidayat
NIM. 14.01.3472

MOTTO

“ Jadilah seperti pohon yang lebat buahnya yang ditepi jalan yang dilempari orang dengan batu tapi membalasnya dengan buah”

-Rizky Nur H

مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ

‘Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah ‘

(HR.Turmudzi)

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Tugas akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang memberikan kemudahan dan kelancaran dalam mengerjakan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua dan adik yang selalu mendukung dan memberi semangat agar tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu.
3. Rizqi Sukma Kharisma, M. Kom selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing dalam pengerjaan tugas akhir ini.
4. Raka Jaladara dan Satrio Yhudo Putro Anggoro sebagai teman yang selalu menyupport dalam mengerjakan Tugas Akhir .
5. Teman- teman Kontrakan yang selalu menemani dalam proses pembuatan Tugas Akhir.
6. Teman – teman 14 D3 TI 03 yang menemani proses kuliah selama ini.

TERIMA KASIH

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penyusunan laporan tugas akhir dengan judul “Pembuatan Media Promosi Vape Store Taste Lab Dengan Menggunakan Teknik Motion Graphic 2D” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan program studi Diploma-3 jurusan Teknik Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M.Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng. selaku Ketua Jurusan Diploma 3 Teknik Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku dosen pembimbing.
5. Seluruh dosen, staff, maupun karyawan di STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu bimbingan, arahan dan masukan yang sangat bermanfaat.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan mendukung selama ini.

7. Teman-teman di Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan laporan di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 31 Agustus 2017

Rizky Nur Hidayat
14.01.3472

DAFTAR ISI

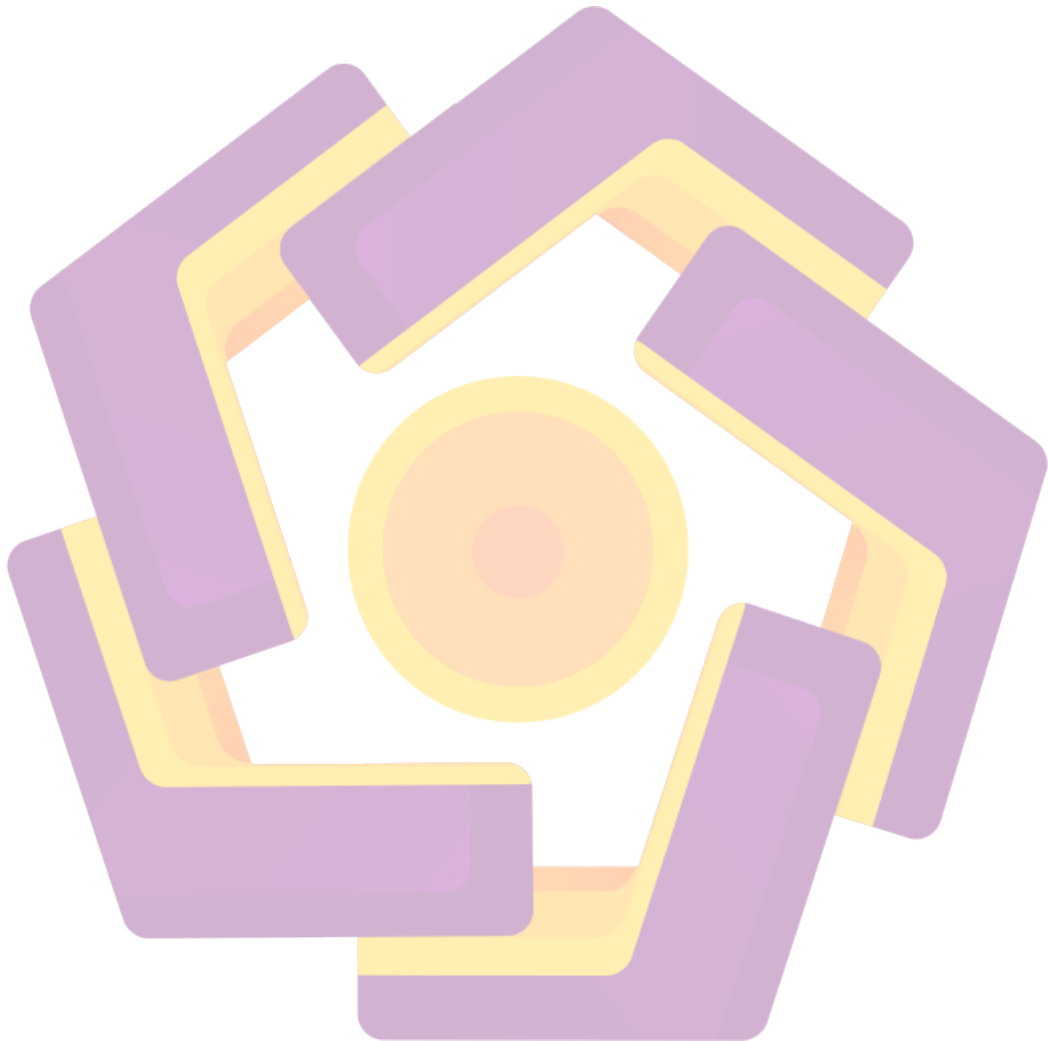
COVER

LEMBAR JUDUL	I
PERSETUJUAN	II
PENGESAHAN	III
PERNYATAAN KEASLIAN.....	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABLE.....	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
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. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	3
1.6. Metode Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Konsep Dasar Multimedia.....	6
2.1.1 Sejarah Multimedia	6
2.1.2 Definisi Multimedia	8
2.2 Unsur Sistem Multimedia.....	10
2.2.1 Teks	10
2.2.2 Unsur Gambar	10
2.2.3 Animasi.....	11
2.2.5 Suara.....	11
2.2.6 Video.....	12
2.3 Definisi Animasi.....	12

2.3.1	Proses Pembuatan Animasi	13
2.3.2	Animasi 2D	13
2.3.3	Jenis - jenis Animasi	14
2.3.4	Keuntungan Menggunakan Animasi.....	16
2.4	Montion Graphic	17
2.4.2	Definisi Motion Graphic.....	17
2.5	Media Promosi Motion Graphic.....	19
2.5.1	Definisi Media	19
2.5.2	Definisi Promosi.....	20
2.5.3	Definisi Media Promosi.....	20
2.5.4	Tujuan Media Promosi	20
2.6	Pengertian Periklanan	21
2.7	Tujuan Periklanan	21
2.7.1	Iklan Informatif.....	22
2.7.2	Iklan Persuasif.....	22
2.7.3	Iklan Peningat.....	22
2.7.4	Iklan Penambah Nilai.....	23
2.7.5	Iklan Bantuan Aktifitas Lain.....	23
2.8	Standar Penyiaran Video	23
2.9	Tahapan Memproduksi Iklan	25
2.9.1	Tahap Praproduksi.....	25
2.10.2	Tahap Produksi	28
2.11.3	Tahap Pascaproduksi	29
2.12	Software Yang Digunakan	30
2.12.1	Adobe Photoshop	30
2.12.2	Adobe Premier Pro	33
2.12.3	Adobe After Effect.....	34
2.12.4	Adobe Audition	37
2.13	Pengolahan Data Kuisisioner.....	38
2.13.1	Skala Likert	38

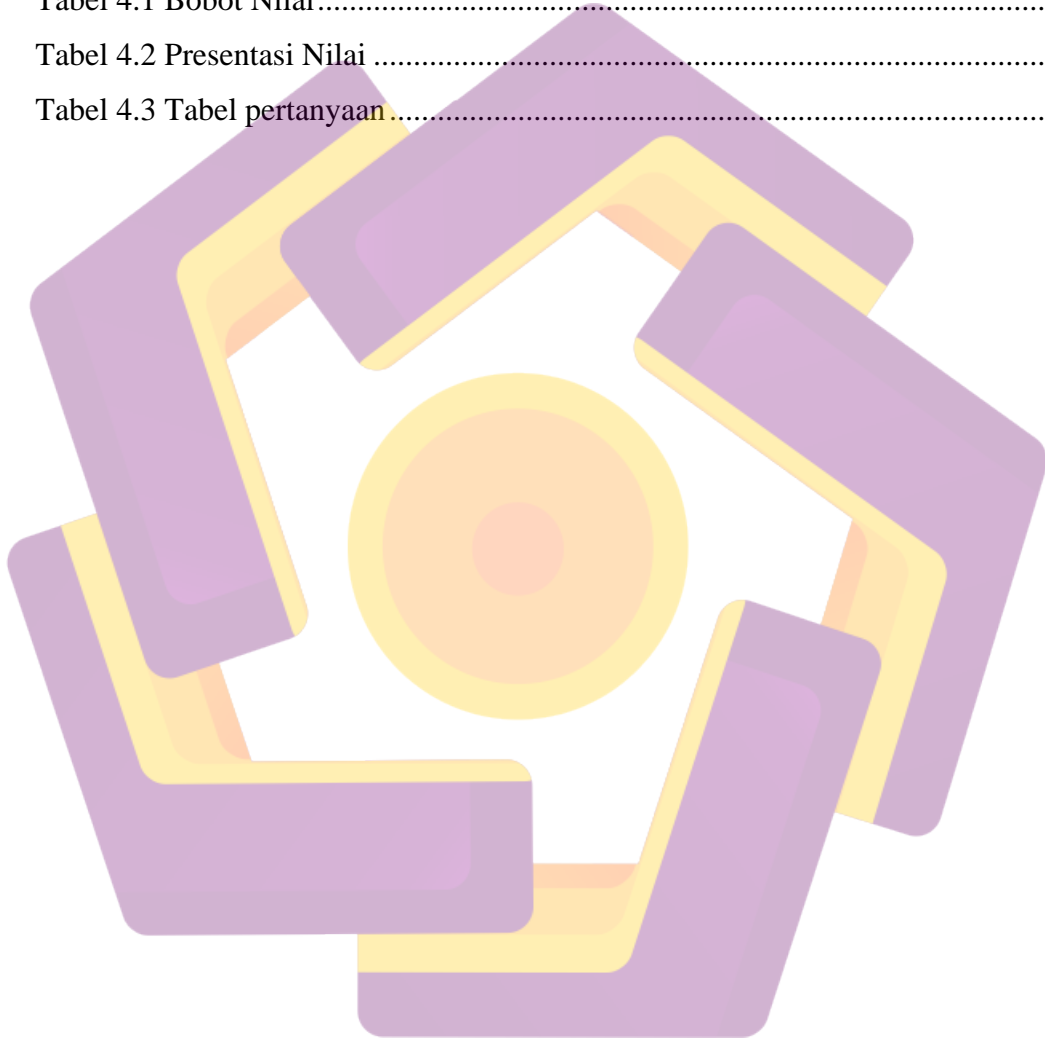
2.13.1	Menentukan Interval	39
BAB III	GAMBARAN UMUM.....	35
3.1	Tinjauan Umum Perusahaan	42
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	42
3.1.2	Visi	43
3.1.3	Misi.....	43
3.2	Analisis Kebutuhan Sistem	43
3.2.1	Perangkat Keras (Hardwere).....	43
3.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak (Softwere)	44
3.3	Tahap Pra-Produksi.....	44
3.3.1	Konsep	45
3.3.2	Naskah	46
3.3.3	Storyboard	48
BAB IV	PEMBAHASAN.....	53
4.1	Tahap Produksi.....	53
4.1.1	Layout.....	53
4.1.2	Key Animation.....	58
4.1.3	In Beetwen.....	58
4.1.4	Membuat Latar Belakang (Background).....	59
4.1.5	Penganimasian	61
4.1.6	Dubbing	67
4.2	Pasca Produksi	70
4.2.1	Editing.....	70
4.2.2	Rendering	73
4.3	Skala Linkert	75
4.3.1	Pertanyaan Survei.....	77
4.3.2	Hasil Perhitungan	80
BAB V	PENUTUP.....	83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

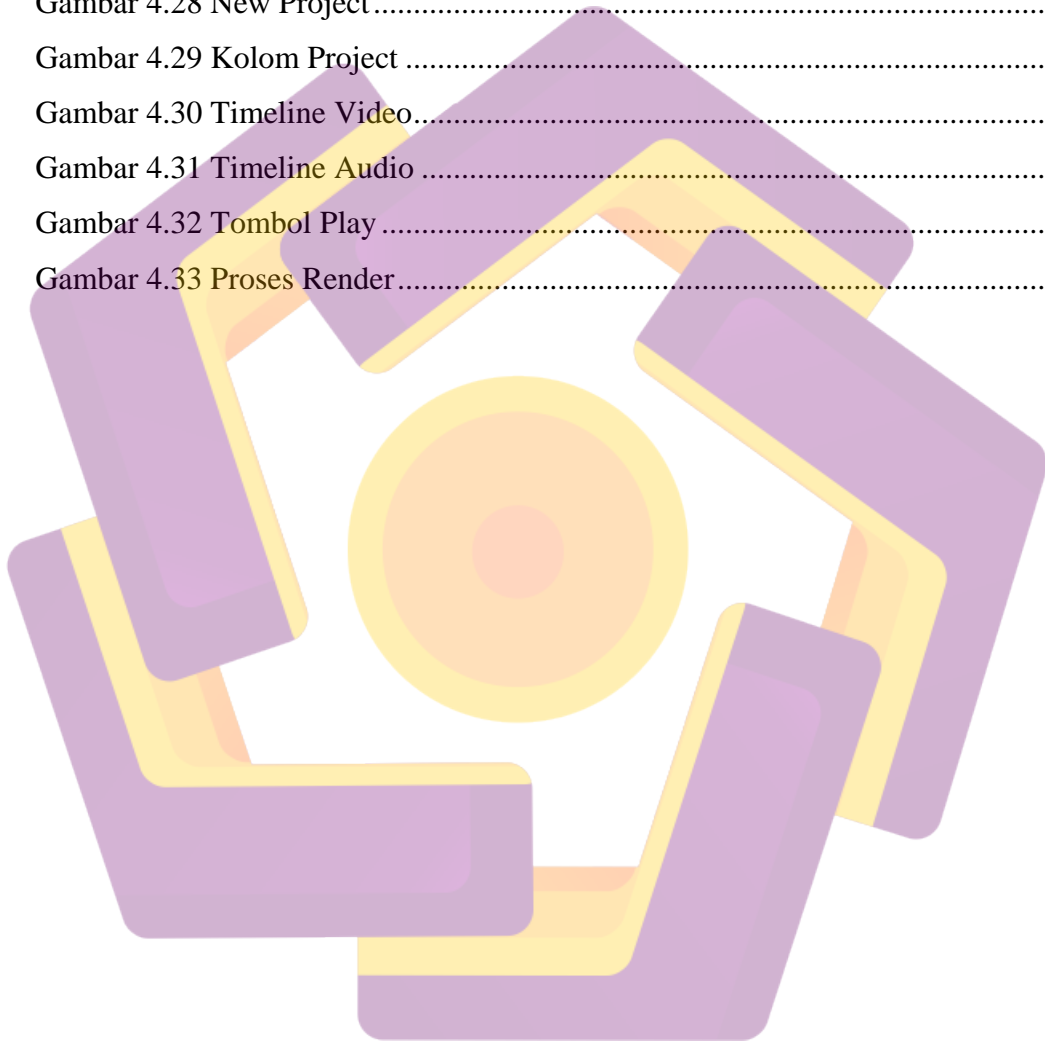
Tabel 2.1 Tingkat Intensitas.....	39
Tabel 3.1 Perangkat Lunak (<i>Software</i>) yang Digunakan	37
Table 3.2 Naskah.....	38
Table 3.3 Storyboard.....	40
Tabel 4.1 Bobot Nilai.....	67
Tabel 4.2 Presentasi Nilai	67
Tabel 4.3 Tabel pertanyaan.....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Motion Graphic	17
Gambar 2.2 Contoh Naskah	26
Gambar 2.3 Contoh Karakter Animasi.....	27
Gambar 2.4 Contoh Story Board.....	28
Gambar 2.5 Tampilan kerja Adobe Photoshop	31
Gambar 2.6 Tampilan kerja Adobe Premier Pro.....	34
Gambar 2.7 Tampilan kerja Adobe After Effect.....	36
Gambar 2.8 Tampilan kerja Adobe Audition.....	38
Gambar 4.1 Layout.....	53
Gambar 4.2 Menentukan Ukuran Lembar Kerja.....	54
Gambar 4.3 Tampilan Lembar Kerja	54
Gambar 4.4 Pen Tool	55
Gambar 4.5 Tampilan Gambar Vape	55
Gambar 4.6 Make Selection.....	56
Gambar 4.7 Paint Bucket Tool.....	57
Gambar 4.8 Hasil Setelah Pewarnaan	57
Gambar 4.9 Key Animation	58
Gambar 4.10 In Beetwen.....	59
Gambar 4.11 New Composition.....	60
Gambar 4.12 Composition Setting	60
Gambar 4.13 Background	61
Gambar 4.14 Import Gambar	62
Gambar 4.15 Timeline	63
Gambar 4.16 Tampilan Setelah Tersusun	64
Gambar 4.17 Memberikan Effect Pada Text.....	64
Gambar 4.18 Effect Linier Wipe.....	65
Gambar 4.19 Easy Ease In	65
Gambar 4.20 Position dan Rotation	66
Gambar 4.21 Hasil Penganimasian	66
Gambar 4.22 Hasil Akhir Setelah Penganimasian	67

Gambar 4.23 Multitrack.....	67
Gambar 4.24 Tampilan Setelah Multitrack.....	68
Gambar 4.25 Arm For Record	68
Gambar 4.26 Proses Merekam	69
Gambar 4.27 Export File.....	69
Gambar 4.28 New Project.....	71
Gambar 4.29 Kolom Project	72
Gambar 4.30 Timeline Video.....	72
Gambar 4.31 Timeline Audio	73
Gambar 4.32 Tombol Play	56
Gambar 4.33 Proses Render.....	57



INTISARI

Vape Store Taste Lab adalah toko yang menjual berbagai komponen yang digunakan untuk kepentingan vape. Vape Store Taste Lab hanya menggunakan banner, spanduk, dan plang sebagai media promosi saat ini. Promosi tersebut disadari oleh pemiliknya yang belum efektif dan kurang menarik minat pengunjung untuk datang ke vape store Taste Lab. Maka dari itu pemilik vape store ingin meningkatkan promosinya melalui video dengan teknik motion graphic dan dipublikasikan melalui media sosial facebook, instagram, dan youtube. Serta kurangnya pengetahuan masyarakat tentang vapor juga menjadi salah satu faktor untuk menunjang pemasaran vape store Taste Lab.

Untuk itu pemilik ingin meningkatkan penjualannya dengan cara membuat media promosi berupa video dengan teknik motion graphic 2D, Dari permasalahan tersebut di atas maka penulis membuat penelitian berjudul “Pembuatan Media Promosi Vape Store Taste Lab dengan teknik motion graphic 2D”, yang berisi tentang apa saja yang ada pada toko vapor tersebut.. Iklan yang nantinya penulis buat akan berdurasi 40 detik dimana di dalam iklan tersebut terdapat rekaman suara, berbagai gambar, dan tulisan yang menjelaskan informasi dari Taste Lab dengan menggunakan beberapa software antara lain adobe after effects, adobe photoshop dan adobe audition, setelah itu penulis akan memposting atau mempublikasikan di media sosial facebook dan instagram dari vape store Taste Lab, di harapkan dengan memposting di media sosial Taste Lab akan lebih di kenal oleh masyarakat luas.

Hasil dari pembuatan media promosi tersebut dengan judul “Pembuatan Media Promosi Vape Store Taste Lab dengan Menggunakan Teknik Motion Graphic 2D” dari hasil pengujian dengan quiseoner menggunakan metode skala linkert di peroleh angka 71,94% “Menarik”. Video akan diunggah di media sosial Facebook, Instagram, dan Youtube.

Kata Kunci : Informasi, *Motion Graphic*, Media Promosi, Media Sosial, Quiseoner, Skala Linkert.

Abstrac

Vape Store Taste Lab is a store that sells various components used for kepeunteingna vape. Vape Store Taste Lab uses only banners, banners, and signposts as the current promotional media. Promotion is realized by the owner who has not been effective and less interesting visitors to come to vape store Taste Lab. Therefore vape store owners want to increase its promotion through vidio with motion graphics techniques and published through social media facebook, instagram, and youtube. And the lack of knowledge about the vapor community is also one factor to support the marketing vape store Taste Lab.

For that owner wants to increase its sales by making media promotion of vidio with motion graphics 2D technique, From the problem mentioned above, the writer make a research entitled "Making Media Promotion Vape Store Taste Lab with motion graphic 2D technique", which contains about what is on the vapor store .. Ads that the author will create a duration of 40 seconds where in the ad there are sound recordings, various pictures, and writing that explains information from Taste Lab by using some software such as adobe after effects, adobe photoshop and adobe audition, after that the authors will post or publish on social media facebook and instagram from vape store Taste Lab, expected by posting in social media Taste Lab will be more familiar to the public.

The result of making the media campaign with the title "Making Media Promotion Vape Store Taste Lab by Using Motion Graphic 2D Technique" from the test results with quiseoner using linkert scale method in get the number 71,94% "Interesting". Videos will be deiunng in social media Facebook, Instagram, and Youtube.

Keywords: *Information, Motion Graphic, Promotion Media, Social Media, Quecher, Scale Similarly*