

PERANCANGAN ANIMASI IKLAN *WEDDING ORGANIZER*

“DANNIS WEDDING PARTNERS” DENGAN TEKNIK 2D

MOTION GRAPHIC

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Yuli Kurniawati

15.21.0903

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN ANIMASI IKLAN *WEDDING ORGANIZER*
"DANNIS WEDDING PARTNERS" DENGAN TEKNIK *2D MOTION*
*GRAPHIC***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yuli Kurniawati

15.21.0903

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 31 Juli 2017

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN ANIMASI IKLAN *WEDDING ORGANIZER*
"DANNIS WEDDING PARTNERS" DENGAN TEKNIK 2D MOTION
GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yuli Kurniawati

15.21.0903

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 15 November 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Akhmad Dahlan, M.Kom
NIK. 190302174

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 12 Desember 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 tugas akhir 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, 15 November 2017

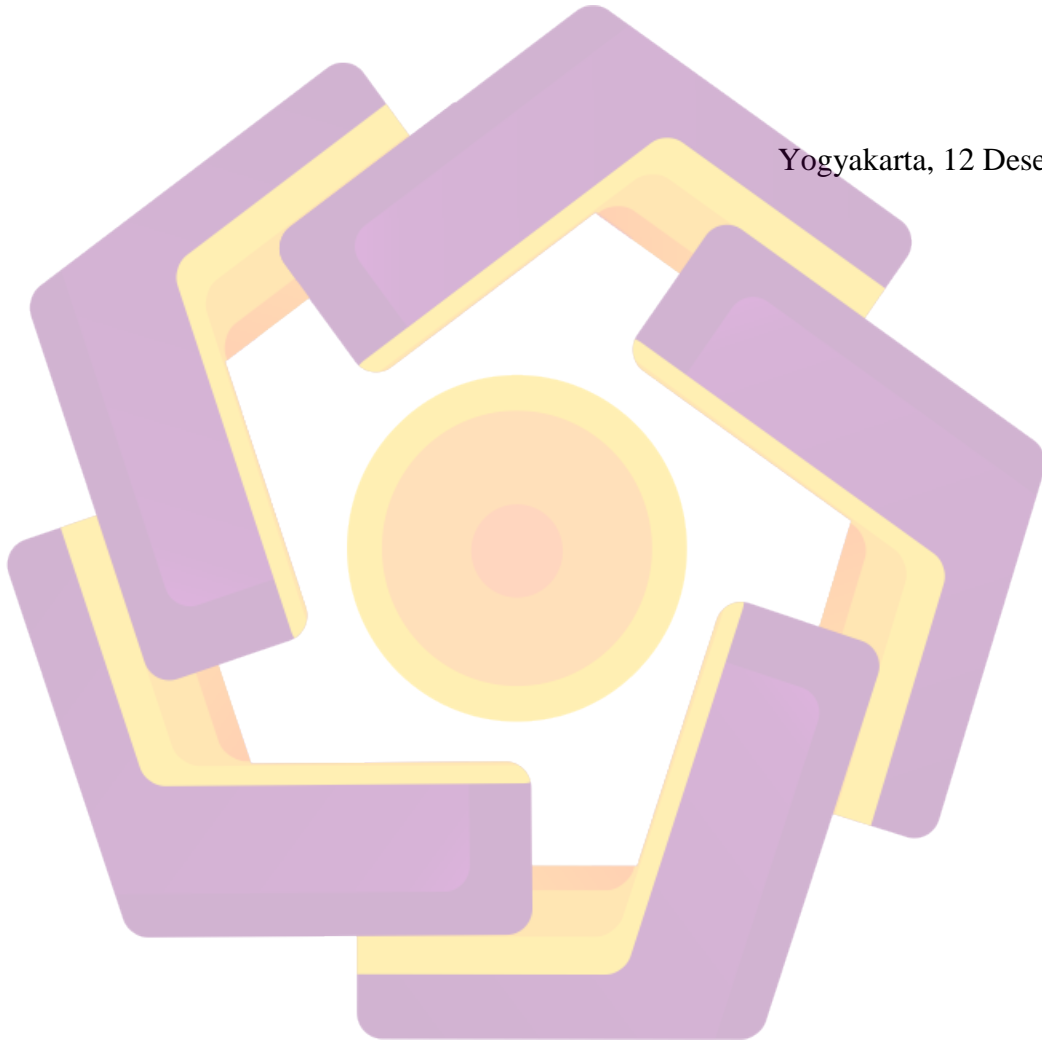


Yuli Kurniawati
NIM. 15.21.0903

MOTTO

“Setinggi apapun gunung-gunung yang ada, anda hanya perlu untuk mendakinya”

Yogyakarta, 12 Desember 2017



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dan Puji Syukur kepada Allah SWT karena atas Ridho dan Karunia-Nya. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang paling saya banggakan (Bapak Purwadi dan Ibu Titik) yang selalu memotivasi saya dan memberikan fasilitas dalam banyak hal, serta tak hentinya mendoakan yang terbaik.
2. Kakak – kakak saya (Ira Rubiyanti dan Irianti) yang selalu mendukung, memberikan semangat, doa dan celotehan yang terkadang jadi solusi terbaik dalam menyelesaikan masalah.
3. Dosen pembimbing saya (Bapak Rizqi Sukma) yang selalu solutif dalam memberikan bimbingan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Para dewan penguji saya (Bapak Akhmad Dahlan dan Bapak Bayu Setiaji) yang telah mendukung lancarnya sidang dan memberikan masukan-masukan ilmu untuk perbaikan skripsi.
5. Team DWP (Dannis Wedding Partners) yang selalu menjadi team pengembira, terutama sahabat saya Purwo Dannis Irawan yang mengizinkan saya untuk melakukan penelitian pada perusahaan jasanya.
6. Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan support dan doa (Monica, Poernama, Weny, Synta, Hanata, Putri, Widya Wardhani, Bagus, Nurul).
7. Seseorang yang spesial (Sony Medika Jaya) terimakasih telah menjadi penyemangat, pemantau sekaligus pengarah terbaik saat saya melakukan penelitian ini, dan tidak pernah lupa untuk selalu mendoakan kelancaran skripsi saya.

Terima Kasih

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk persyaratan kelulusan jenjang Program Strata satu (S1) jurusan Teknik Informatika pada Universitas AMIKOM Yogyakarta. Dalam pembuatan skripsi ini, tentu saja penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku ketua Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta
3. Bapak Sudarmawan, MT, selaku Ketua Jurusan S1-Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Akhmad Dahlan, M.Kom dan Bapak Bayu Setiaji, M.Kom, selaku tim penguji pendadaran yang telah mendukung lancarnya sidang.
6. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian pembuatan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan serta masih jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran sangat diperlukan, dan semoga bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 12 Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah.....	3
1.3.Batasan Masalah.....	3
1.4.Tujuan Penelitian	3
1.5.Manfaat Penelitian	3
1.6.Metode Penelitian	4
1.6.1. Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2. Metode Analisis.....	5
1.6.3. Metode Pembuatan Iklan.....	5
1.6.4. Metode Testing.....	6
1.6.5. Metode Implementasi	6
1.7.Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	9

2.1. Tinjauan pustaka	9
2.2. Definisi Multimedia	11
2.2.1. Sejarah Multimedia.....	11
2.2.2. Elemen Multimedia	11
2.3. Video	13
2.3.1. Format File Video.....	13
2.4. Definisi Iklan	14
2.5. Jenis Iklan	15
2.5.1. Iklan Komersial	15
2.5.2. Iklan Non Komersial	15
2.5.3. Iklan Corporate	15
2.5.4. Iklan Informatif	16
2.5.5. Iklan Persuasif	16
2.5.6. Iklan Pengingat	16
2.5.7. Iklan Penambah Nilai	17
2.5.8. Iklan Bantuan Aktivitas Lain	17
2.5.9. Iklan Layanan Masyarakat.....	17
2.6. Langkah Langkah dalam Strategi Merancang Iklan	18
2.7. Definisi Animasi	18
2.7.1. Teknik Teknik Animasi	19
2.7.2. Prinsip Animasi	21
2.8. Konsep Teknik <i>Motion Graphic</i>	27
2.8.1. <i>Motion Graphic</i>	27
2.8.2. Sejarah <i>Motion Graphic</i>	28
2.8.3. Konsep Dasar Perancangan Teknik <i>Motion Graphic</i>	29
2.8.4. Prinsip Dasar <i>Motion Graphic</i>	30
2.9. Metode Pembuatan Iklan.....	31
2.9.1. Proses Pra Produksi	31
2.9.2. Proses Produksi	33

2.10. Skala Linkert	34
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	38
3.1. Tinjauan Umum	38
3.1.1. Sejarah Dannis Wedding Partners	38
3.1.2. Logo Dannis Wedding Partners	39
3.1.3. Lokasi	39
3.1.4. Jasa	39
3.2. Analisis Masalah	39
3.2.1. Wawancara	40
3.2.2. Analisis Swot	40
3.2.2.1. Kelemahan	44
3.2.2.2. Solusi	44
3.2.3. Analisis Kebutuhan Fungsional	45
3.2.4. Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	46
3.2.4.1. Analisis Kebutuhan Perangkat Keras	46
3.2.4.2. Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak	46
3.2.4.3. Analisis Kebutuhan Pengguna	47
3.3. Rancangan Pra-Produksi	47
3.3.1. Perancangan Ide dan Konsep	47
3.3.2. Rancangan Naskah	47
3.3.3. Perancangan Storyboard	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1. Tahap Produksi	56
4.1.1. Pembuatan Aset Animasi	56
4.1.2. Pembuatan Animasi	63
4.1.2.1. Sequence 1 : Pengenalan Perusahaan	63
4.1.2.2. Sequence 2 : Pengenalan Bidang Usaha Perusahaan	70
4.1.2.3. Sequence 3 : Contoh Pelayanan Perusahaan	72

4.1.2.4. Sequence 4 : Fasilitas Yang Ditawarkan	74
4.1.2.5. Sequence 5 : Layanan Perusahaan.....	76
4.1.2.6. Sequence 6 : Kerjasama Perusahaan Dengan Perusahaan Lain.....	78
4.1.2.7. Sequence 7 : Kontak Perusahaan.....	79
4.1.2.8. All Sequence : Transisi.....	80
4.1.3. Perekaman Suara	82
4.1.3.1. Narasi.....	82
4.1.3.2. Perekaman Suara	83
4.1.3.3. Editing Suara	84
4.2. Tahap Pasca Produksi.....	86
4.2.1. Final Editing.....	86
4.2.2. Rendering.....	90
4.3. Pengujian	91
4.3.1. Menentukan Interval.....	91
4.3.2. Menentukan Nilai Ideal Keseluruhan Responden	92
4.3.3. Menentukan Frekuensi dan Presentase Pertanyaan	93
4.3.3.1. Aspek Informatif.....	93
4.3.3.2. Aspek Desain dan Animasi Editing Suara.....	99
4.3.4. Mengunggah pada Sosial Media.....	108
BAB V PENUTUP.....	110
5.1. Kesimpulan.....	110
5.2. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	114

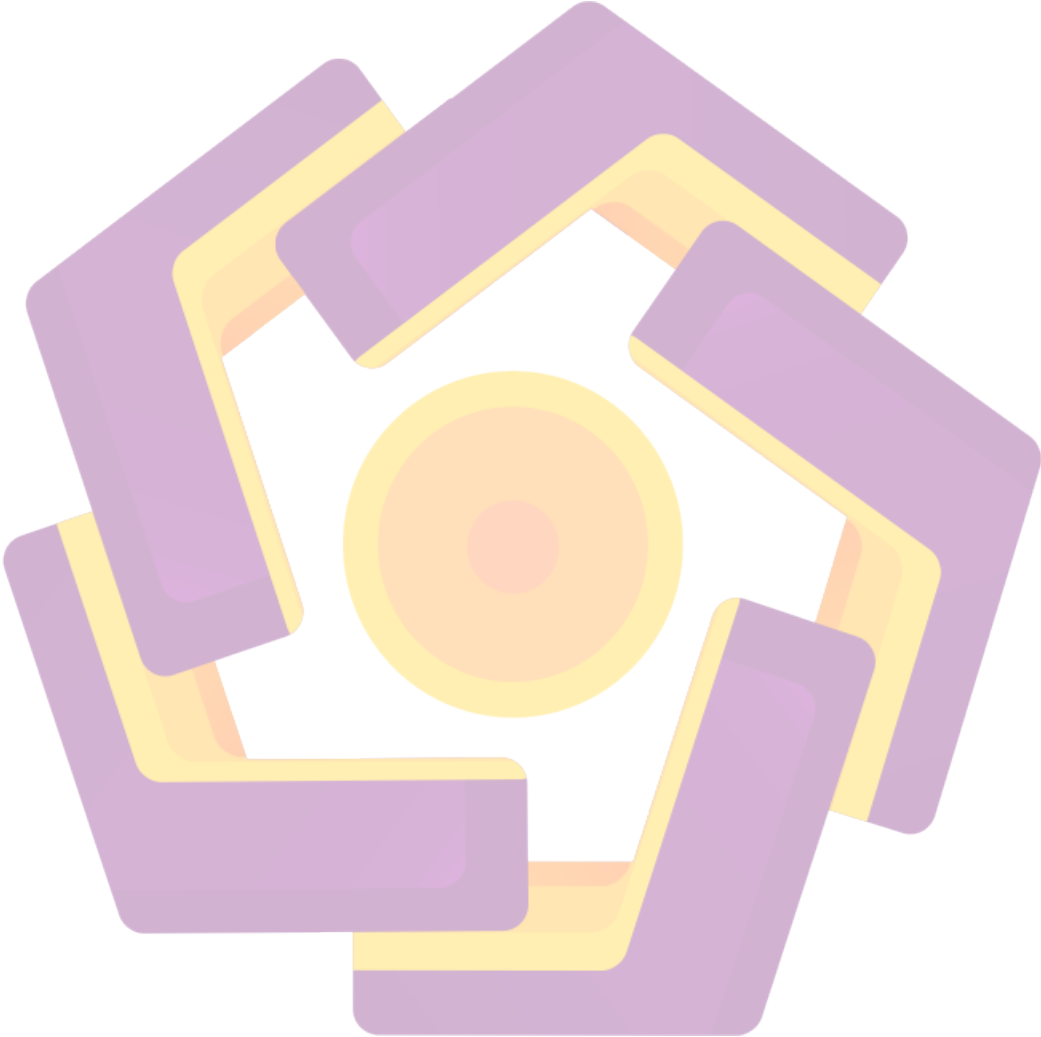
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Format Video	13
Tabel 2.2 Skor Tabel Skala Linkert	35
Tabel 2.3 Skor Kriteriaum	36
Tabel 2.4 Penilaian Angket	37
Tabel 3.1 Analisis <i>SWOT</i>	41
Tabel 3.2 <i>Storyboard</i>	50
Tabel 4.1 Kategori Skor Jawaban	92
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Pertanyaan 1	94
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Pertanyaan 2	95
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Pertanyaan 3	96
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Pertanyaan 4	97
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Pertanyaan 5	98
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Pertanyaan 6	99
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Pertanyaan 7	100
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Pertanyaan 8	101
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner Pertanyaan 9	102
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner Pertanyaan 10	103
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner Pertanyaan 11	104

Tabel 4.13 Hasil Kuesioner Pertanyaan 12 105

Tabel 4.14 Hasil Nilai Rata-rata Kuesioner Aspek Informatif 106

Tabel 4.15 Hasil Nilai Rata-rata Kuesioner Aspek Desain dan Animasi ... 107



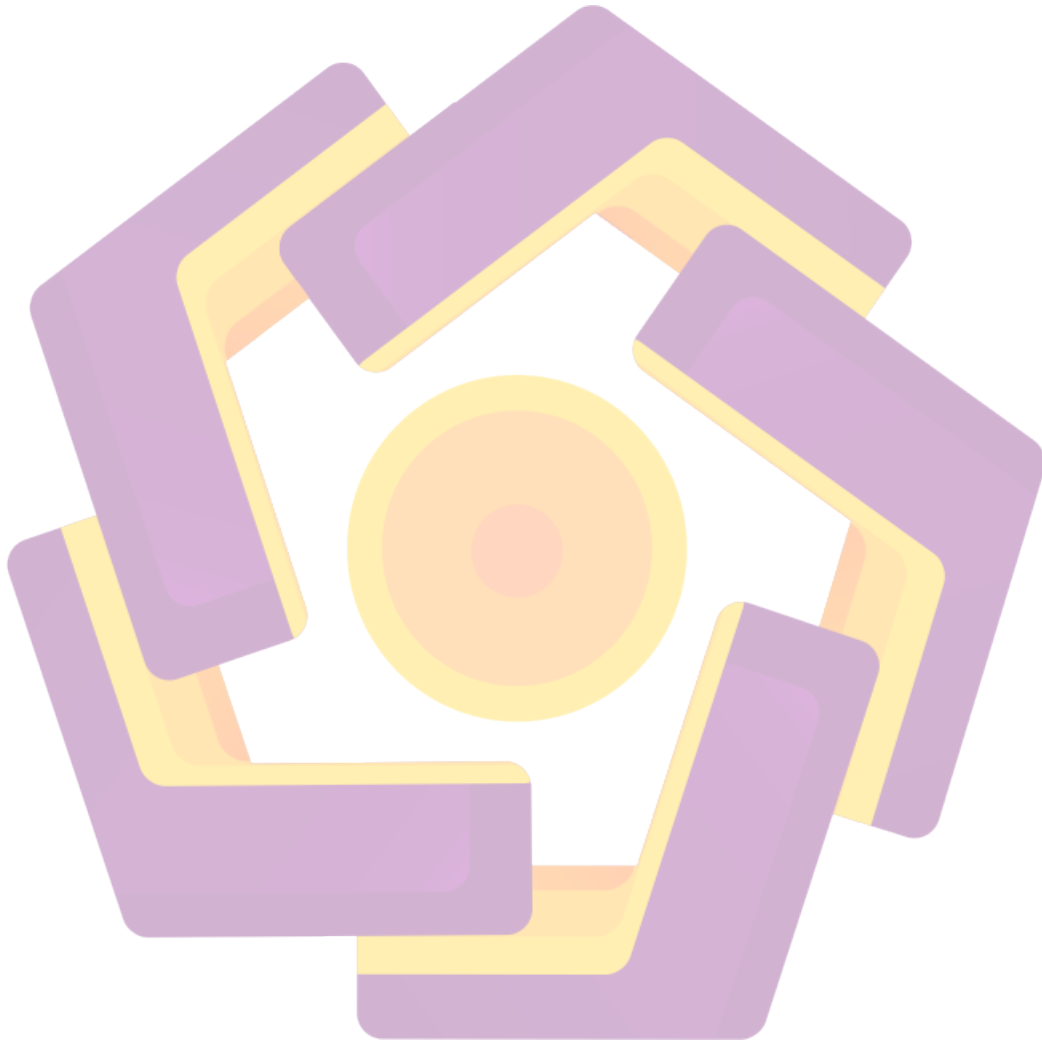
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Anticipation pada Donald Bebek	21
Gambar 2.2.	Sequesh dan Stretch pada Animasi Bola	21
Gambar 2.3.	Staging.....	22
Gambar 2.4.	Straight-Ahead Action dan Pose-to-Pose.....	23
Gambar 2.5.	Follow-Through dan Overlapping Action.....	23
Gambar 2.6.	Slow In and Slow Out.....	24
Gambar 2.7.	Arcs.....	24
Gambar 2.8.	Secondary Action.....	25
Gambar 2.9.	Timing.....	25
Gambar 2.10.	Exaggeration	26
Gambar 2.11.	Step Solid Drawing.....	26
Gambar 2.12.	Appeal dalam Animasi Toy Story.....	27
Gambar 2.13.	Contoh Story Board.....	33
Gambar 2.14.	Rating Scale.....	36
Gambar 3.1.	Logo Dannis Wedding Partners	39
Gambar 4.1.	Membuat dokumen baru	56
Gambar 4.2.	Memasukkan sketsa	57
Gambar 4.3.	Pen tool	57
Gambar 4.4.	Pen tool	57
Gambar 4.5.	Shape tool.....	57
Gambar 4.6.	Pembuatan kepala karakter	58
Gambar 4.7.	Shape builder tool	58
Gambar 4.8.	Kepala karakter setelah diedit dengan Shape builder Tool	58
Gambar 4.9.	Karakter pasangan pengantin sudah jadi.....	59
Gambar 4.10.	Karakter pasangan pengantin sudah jadi.....	59

Gambar 4.11. <i>Reflect tool</i>	60
Gambar 4.12. Jendela <i>reflect tool</i>	60
Gambar 4.13. Hasil akhir pegangan bunga	60
Gambar 4.14. Hasil akhir pegangan bunga	61
Gambar 4.15. Tahap awal pembuatan kelopak bunga	61
Gambar 4.16. Tahap akhir pembuatan kelopak bunga.....	62
Gambar 4.17. Penggabungan objek	62
Gambar 4.18. Pewarnaan semua objek	63
Gambar 4.19. Pemilihan asset.....	64
Gambar 4.20. Pilihan <i>composition</i>	64
Gambar 4.21. Pemilihan <i>footage</i>	65
Gambar 4.22. File yang telah diimport	66
Gambar 4.23. <i>Composition property</i>	66
Gambar 4.24. Jendela <i>solid layer</i>	67
Gambar 4.25. <i>Solid layer</i>	67
Gambar 4.26. <i>Parameter masking</i>	68
Gambar 4.27. Hasil <i>Masking</i>	68
Gambar 4.28. <i>Setting opacity</i>	69
Gambar 4.29. <i>Garis pen tool</i>	69
Gambar 4.30. <i>Parameter stroke</i>	69
Gambar 4.31. Penggunaa <i>position</i>	70
Gambar 4.32. <i>Key frame position</i>	71
Gambar 4.33. <i>Vector</i> bunga yang sudah dianimasi.....	72
Gambar 4.34. <i>Key frame scalen</i>	72
Gambar 4.35. <i>Icon Parent</i>	73
Gambar 4.36. <i>Key frame position</i> dan <i>opacity</i>	73
Gambar 4.37. Hasil animasi <i>position</i>	73
Gambar 4.38. Penerapan animasi <i>position</i> dan <i>masking</i>	74
Gambar 4.39. <i>Key frame position</i> dan <i>masking</i>	74

Gambar 4.40. Penerapan <i>3D layer</i>	75
Gambar 4.41. <i>Key Frame 3D layer</i>	75
Gambar 4.42. Hasil akhir <i>sequence 4</i>	76
Gambar 4.43. <i>Key frame scale</i>	76
Gambar 4.44. <i>Key frame scale</i>	77
Gambar 4.45. Contoh Animassi <i>stroke</i> dan <i>scale</i>	77
Gambar 4.46. <i>Sequence enam</i>	78
Gambar 4.47. Hasil akhir <i>sequence tujuh</i>	79
Gambar 4.48. Penggunaan <i>linearwipe</i> untuk transisi.....	80
Gambar 4.49. <i>Time line Linear Wipe</i>	81
Gambar 4.50. Penggunaan <i>CC Radial ScaleWipe</i> untuk transisi.....	81
Gambar 4.51. <i>Time line CC Radial ScaleWipe</i>	82
Gambar 4.52. Alat Perekam suara	84
Gambar 4.53. Proses perekaman suara	84
Gambar 4.54. Efek <i>noise reduction</i>	85
Gambar 4.55. jendela <i>editing noise reduction</i>	86
Gambar 4.56. Halaman awal <i>Adobe premiere pro</i>	87
Gambar 4.57. Pemilihan <i>directory</i>	87
Gambar 4.58. <i>Import file</i>	88
Gambar 4.59. Pembuatan <i>sequence</i> baru	88
Gambar 4.60. Pemilihan tipe <i>video</i>	89
Gambar 4.61. <i>Time line video</i>	89
Gambar 4.62. <i>Razor tool</i>	89
Gambar 4.63. <i>Audio mixer</i>	90
Gambar 4.64. Pemilihan format <i>video</i>	91
Gambar 4.65. Proses <i>rendering</i>	91
Gambar 4.66. Tampilan Parameter Viewers Instagram Ads	108
Gambar 4.67. Tampilan Rata-Rata Usia yang Menonton Iklan.....	109

Gambar 4.68. Tampilan Upload Video di Facebook 109



INTISARI

Dannis Wedding Partners adalah perusahaan penyedia layanan jasa. Jasa yang ditawarkan dari Dannis Wedding Partners yang utama adalah sebagai wedding organizer. *Wedding Organizer* itu sendiri adalah suatu jasa khusus yang secara pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Untuk mendukung sebuah kemajuan, perusahaan membutuhkan suatu media promosi salah satu media untuk mempromosikan perusahaan adalah pembuatan video promosi.

Video merupakan salah satu media promosi yang banyak digunakan untuk menampilkan dan menjelaskan suatu perusahaan dan produk perusahaan. Dengan perkembangan teknologi video promosi dapat digunakan pada situs web maupun sebagai media pendukung presentasi saat mengadakan meeting dengan perusahaan lain yang bersangkutan.

Terdapat beberapa teknik dalam pembuatan video promosi, salah satunya adalah teknik motion graphic. Penggabungan teks, foto atau gambar yang akan di sajikan dalam video dengan teknik motion graphic.

Kata Kunci : Dannis Wedding Partners, Video Promosi, Motion Graphic.

ABSTRACT

Dannis Wedding Partners is a service provider company. The services offered from Dannis Wedding Partners are the main wedding organizer. Wedding Organizer itself is a special service that personally helps bride and groom in the planning and supervision of the implementation of a series of wedding events in accordance with a predetermined schedule. To support a progress, companies need a media promotion of one of the media to promote the company is the creation of promotional videos.

Video is one of the media campaign that is widely used to display and explain a company and company products. With the development of promotional video technology can be used on the website or as a media support presentation during a meeting with other companies concerned.

There are several techniques in making promotional video, one of them is motion graphic technique. Merging text, photos or images to be presented in the video with motion graphic technique.

Keywords: Dannis Wedding Partners, Promotional Video, Motion Graphic.