

**PERANCANGAN IKLAN VIDEO DARI MOTION GRAPHIC MITRO  
KOPI JOGJA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Fitri Astriana**

**15.12.8529**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PERANCANGAN IKLAN VIDEO DARI MOTION GRAPHIC MITRO  
KOPI JOGJA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Fitri Astriana**

**15.12.8529**

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

**2019**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IKLAN VIDEO DARI MOTION GRAPHIC MITRO  
KOPI JOGJA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**yang dipersiapkan dan disusun oleh**

**Fitri Astriana  
15.12.8529**

**telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 6 Agustus 2019**

**Dosen Pembimbing,**

**Bernadhed, M. Kom**

**NIK. 190302243**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IKLAN VIDEO DARI MOTION GRAPHIC MITRO  
KOPI JOGJA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Fitri Astriana**

**15.12.8529**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 Agustus 2019

**Susunan Dewan Penguji**

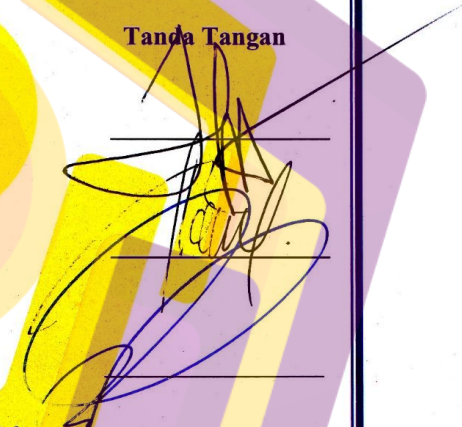
**Nama Penguji**

**Bernadhed, M.Kom**  
**NIK. 190302243**

**Mulia Sulistivono, M.Kom**  
**NIK. 190302248**

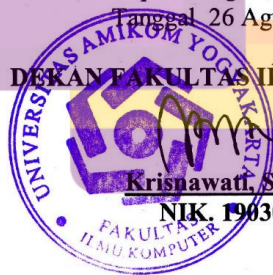
**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**  
**NIK. 190302215**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 26 Agustus 2019

**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, 23 Agustus 2019



Fitri Astriana  
NIM. 15.12.8529

## **MOTTO**

*“Perlakukan orang lain sebagaimana kamu ingin diperlakukan “*

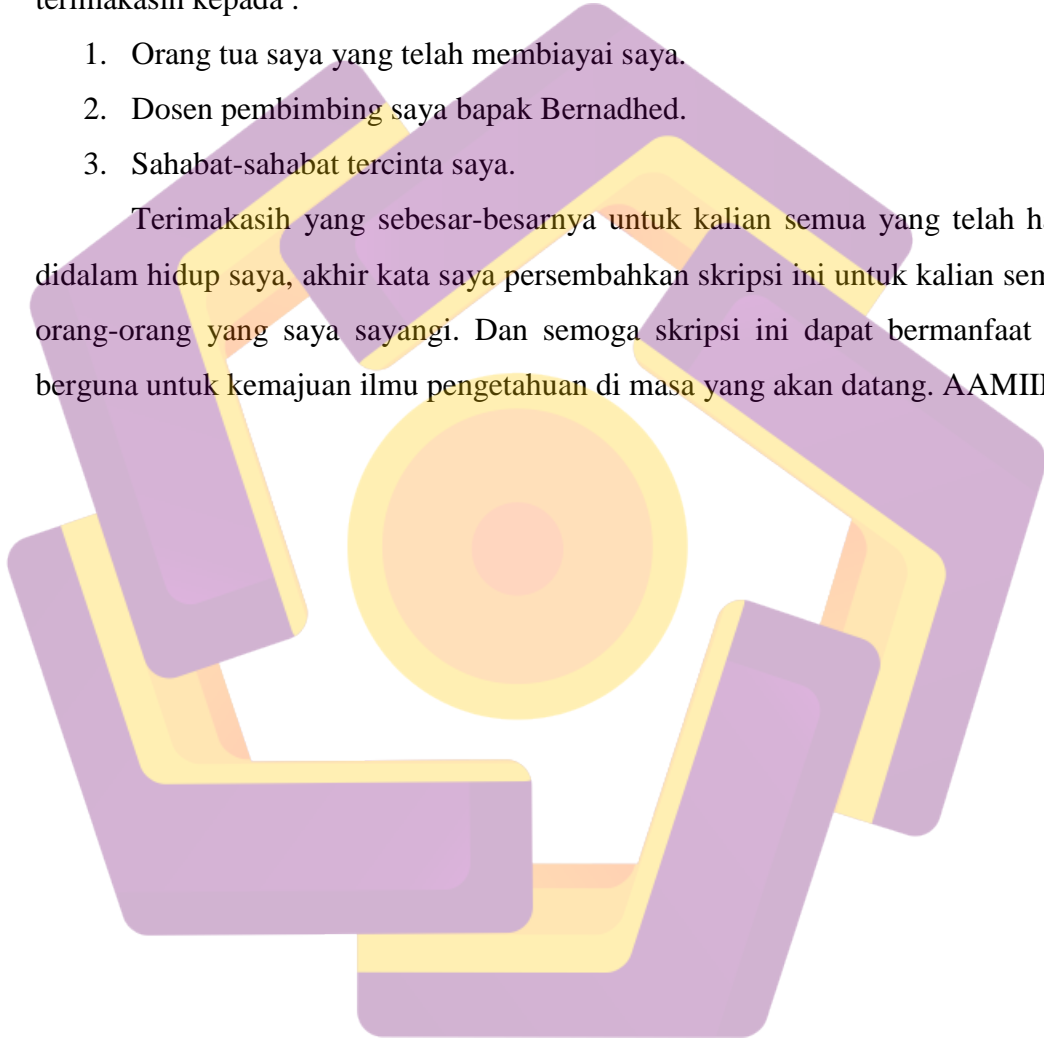


## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan pemilik jiwa dan semesta alam. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Oleh karena itu dengan rasa bahagia saya tuturkan rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Orang tua saya yang telah membiayai saya.
2. Dosen pembimbing saya bapak Bernadhed.
3. Sahabat-sahabat tercinta saya.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua yang telah hadir didalam hidup saya, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang. AAMIIN



## KATA PENGANTAR

Pertama-tama tidak lupa penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Perancangan Iklan Video Dari Motion Graphic Mitro Kopi Jogja Sebagai Media Promosi.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang Program Strata 1 (S1) dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Penulis tentunya menyadari bahwa skripsi yang telah dibuat ini masih banyak kekurangannya. Oleh sebab itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik serta saran yang membangun untuk menambahkan kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 23 Agustus 2019

Fitri Astriana  
NIM. 15.12.8529



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	I
PERSETUJUAN.....	III
PENGESAHAN.....	IV
PERNYATAAN.....	V
MOTTO .....	VI
PERSEMBAHAN.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL .....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
INTISARI .....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2    RUMUSAN MASALAH.....	3
1.3    BATASAN MASALAH.....	3
1.4    TUJUAN PENELITIAN .....	4
1.5    MANFAAT PENELITIAN.....	4
1.6    METODE PENELITIAN .....	5
1.6.1    Metode Pengumpulan Data .....	5
1.6.2    Metode Analisis.....	5
1.6.3    Metode Perancangan .....	6
1.6.4    Metode Evaluasi.....	6
1.7    SISTEMATIKA PENULISAN .....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>

2.1	TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.2	DASAR TEORI.....	9
2.2.1	<i>Definisi Perancangan</i> .....	9
2.2.2	<i>Definisi Pembuatan</i> .....	10
2.3	PENGERTIAN MULTIMEDIA .....	10
2.3.1	<i>Elemen Multimedia</i> .....	10
2.4	DEFINISI ANIMASI.....	12
2.4.1	<i>Jenis Animasi</i> .....	12
2.5	KONSEP DASAR PERIKLANAN .....	18
2.5.1	<i>Periklanan dan Manajemen Periklanan</i> .....	19
2.6	TUJUAN IKLAN .....	20
2.6.1	<i>Periklanan Informatif (informative advertising)</i> .....	20
2.6.2	<i>Periklanan Persuasif (persuasive advertising)</i> .....	21
2.6.3	<i>Periklanan Pengingat (reminder advertising)</i> .....	22
2.6.4	<i>Iklan Penambah Nilai</i> .....	23
2.6.5	<i>Iklan Bantuan Aktivitas Lain</i> .....	23
2.7	MOTION GRAPHIC .....	24
2.7.1	<i>Sejarah Motion Graphic</i> .....	24
2.7.2	<i>Pengertian Motion Graphic</i> .....	26
2.8	PERANCANGAN VIDEO IKLAN .....	27
2.8.1	<i>Tahap Pra Produksi</i> .....	27
2.8.2	<i>Tahap Produksi</i> .....	29
2.8.3	<i>Tahap Pasca Produksi</i> .....	38
2.9	COMPOSITION (KOMPOSISI) .....	38
2.9.1	<i>Interesting of third (teori sepertiga layar)</i> .....	39
2.9.2	<i>Golden mean area (area utama titik perhatian)</i> .....	39
2.9.3	<i>Diagonal Depth</i> .....	39
2.10	TAHAPAN ANALISIS .....	40
2.10.1	<i>Analisis SWOT</i> .....	40
2.11	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM .....	43
2.12	PENGOLAHAN DATA KUESIONER .....	44

<b>BAB III</b> .....	<b>47</b>
3.1    TINJAUAN UMUM.....	47
3.1.1 <i>Deskripsi Singkat Mitro Kopi Jogja</i> .....	47
3.1.2 <i>Struktur Organisasi Mitro Kopi Jogja</i> .....	49
3.1.3 <i>Logo Mitro Kopi Jogja</i> .....	49
3.2    PENGUMPULAN DATA .....	50
3.2.1 <i>Metode Wawancara</i> .....	50
3.2.2 <i>Metode Observasi</i> .....	51
3.3    IDENTIFIKASI MASALAH.....	52
3.3.1 <i>Analisis SWOT</i> .....	52
3.3.2 <i>Kelemahan Media Lama</i> .....	53
3.3.3 <i>Solusi ditawarkan</i> .....	54
3.4    ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM .....	54
3.4.1 <i>Analisis Kebutuhan Fungsional</i> .....	54
3.4.2 <i>Analisis Kebutuhan Non Fungsional</i> .....	55
3.5    PERANCANGAN IKLAN .....	56
3.5.1 <i>Tahap Pra Produksi</i> .....	56
<b>BAB IV</b> .....	<b>62</b>
4.1    PRODUKSI .....	62
4.1.2 <i>Pembuatan Bumper</i> .....	62
4.2    PASCA PRODUKSI.....	64
4.3    RENDERING.....	66
4.4    PEMBAHASAN EVALUASI .....	67
4.4.1 <i>Pengujian Alpha</i> .....	67
4.4.2 <i>Pengujian Beta</i> .....	68
4.4.3 <i>Perhitungan Skala Likert</i> .....	73
4.4.4 <i>Aspek Informasi</i> .....	73
4.4.5 <i>Aspek Multimedia</i> .....	76
4.5    PENERAPAN VIDEO .....	82
<b>BAB V</b> .....	<b>83</b>

5.1	KESIMPULAN.....	83
5.2	SARAN.....	83
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>



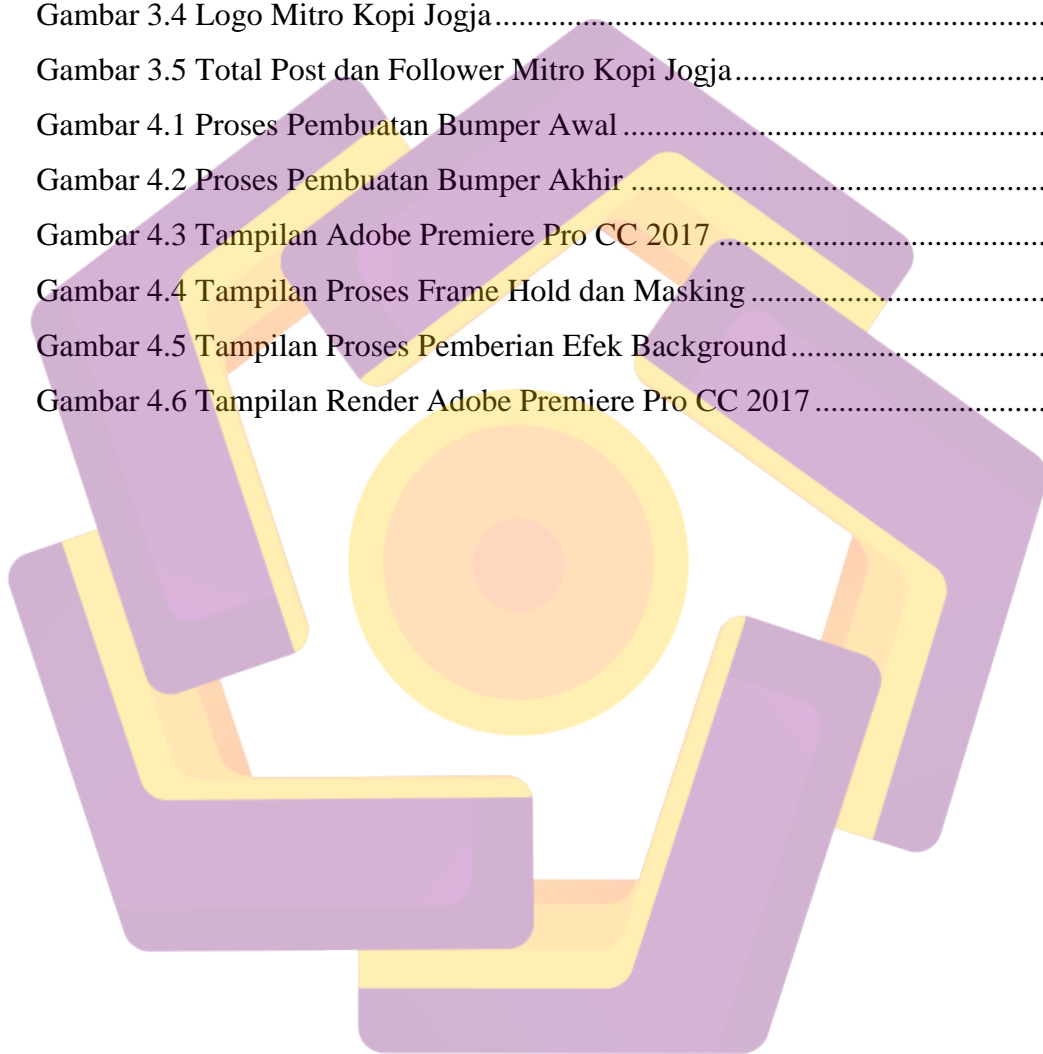
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan iklan yang lama dan iklan yang baru.....	9
Tabel 2.2 Matriks SWOT .....	43
Tabel 2.3 Pengkategorian skor jawaban.....	46
Tabel 3.1 Struktur Organisasi Mitro Kopi Jogja.....	49
Tabel 3.2 Analisis SWOT .....	52
Tabel 3.3 Kebutuhan Perangkat Keras yang Digunakan .....	55
Tabel 3.4 Daftar Perangkat Lunak yang digunakan.....	55
Tabel 3.5 Crew Produksi.....	56
Tabel 3.6 Naskah.....	57
Tabel 3.7 Storyboard.....	59
Tabel 4.1 Tabel Pengujian Alpha.....	67
Table 4.2 Hasil Presentase Kuesioner Aspek Informasi .....	68
Table 4.3 Hasil Presentase Kuesioner Aspek Multimedia.....	70
Tabel 4.4 Presentase Nilai.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Promosi di Halaman Facebook Mitro Kopi Jogja.....	2
Gambar 1.2 Iklan Promosi di Halaman Instagram Mitro Kopi jogja.....	2
Gambar 2.1 Lima Elemen Multimedia .....	10
Gambar 2.2 Animasi (Sumber:Irwin, McGraw-Hill).....	12
Gambar 2.3 Contoh <i>Cell Animation</i> .....	13
Gambar 2.4 Contoh <i>Frame Animation</i> .....	13
Gambar 2.5 Contoh <i>Sprite Animation</i> .....	14
Gambar 2.6 Contoh <i>Path Animation</i> .....	14
Gambar 2.7 Contoh <i>Spline Animation</i> .....	15
Gambar 2.8 Contoh <i>Vector Animation</i> .....	16
Gambar 2.9 Contoh <i>Character Animation</i> .....	16
Gambar 2.10 Contoh <i>Computational Animation</i> .....	17
Gambar 2.11 Contoh penggunaan <i>Morphing</i> .....	18
Gambar 2.12 Contoh Iklan Museum Torture.....	18
Gambar 2.13 Tahapan Proses Manajemen Periklanan.....	19
Gambar 2.14 Iklan Pampers yang bersifat informatif.....	20
Gambar 2.15 Iklan Kodak yang bersifat persuasif.....	21
Gambar 2.16 Iklan Nike ‘Tag’ merupakan contoh iklan pengingat.....	22
Gambar 2.17 Iklan Intel Inside Pentium 4 merupakan contoh iklan penambah nilai .....	23
Gambar 2.18 Iklan Volvo merupakan contoh iklan bantuan aktivitas lain.....	24
Gambar 2.19 Frame dari <i>opening title film</i> yang berjudul <i>Clockstoppers</i> (2002)	26
Gambar 2.20 Contoh Naskah .....	28
Gambar 2.21 Contoh Storyboard .....	29
Gambar 2.22 Contoh Extreme Close Up.....	30
Gambar 2.23 Contoh Close Up .....	31
Gambar 2.24 Contoh Medium Close Up .....	31
Gambar 2.25 Contoh Medium Shot .....	32
Gambar 2.26 Contoh <i>Knee Shoot</i> .....	32
Gambar 2.27 Contoh <i>Medium Long Shot</i> .....	33

Gambar 2.28 Contoh <i>Long Shot</i> .....	34
Gambar 2.29 Contoh <i>Extreme Long Shot</i> .....	34
Gambar 3.1 Mitro Kopi Jogja Depan.....	48
Gambar 3.2 Ruang dalam Mitro Kopi Jogja .....	48
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Mitro Kopi Jogja .....	49
Gambar 3.4 Logo Mitro Kopi Jogja.....	49
Gambar 3.5 Total Post dan Follower Mitro Kopi Jogja.....	52
Gambar 4.1 Proses Pembuatan Bumper Awal .....	62
Gambar 4.2 Proses Pembuatan Bumper Akhir .....	63
Gambar 4.3 Tampilan Adobe Premiere Pro CC 2017 .....	64
Gambar 4.4 Tampilan Proses Frame Hold dan Masking .....	65
Gambar 4.5 Tampilan Proses Pemberian Efek Background.....	66
Gambar 4.6 Tampilan Render Adobe Premiere Pro CC 2017 .....	67



## INTISARI

Mitro Kopi Jogja merupakan café yang terletak di Wedomartani, Sleman. Mitro Kopi Jogja masih memiliki kekurangan dalam hal promosi. Media promosi berguna untuk memudahkan pembeli dalam mengenal dan mengetahui menu yang ada di Mitro Kopi Jogja, Iklan ini juga memberikan kemudahan kepada pembeli dalam memilih menu yang ada di Mitro Kopi Jogja. Iklan ini nantinya akan ditayangkan di instagram . Instagram digunakan sebagai media promosi dan target dari promosi ini adalah semua kalangan yang menggunakan instagram.

Dalam pembuatan video iklan dibutuhkan beberapa software seperti Adobe Photoshop dan Adobe Premiere. Selain software, hardware yang dibutuhkan dalam pembuatan video iklan sangat penting , karena spesifikasi aplikasi pengeditan video sangat tinggi.

Dalam hal ini penulis mengambil judul “**Perancangan Iklan Video dari Motion Graphic Mitro Kopi Jogja sebagai Media Promosi**”.

**Kata Kunci:** *Media Promosi, Motion Graphic*



## **ABSTRACT**

*Mitro Kopi Jogja is a café located in Wedomartani, Sleman . Mitro Kopi Jogja still have shortcomings in terms of promotion. Promotional media is useful for facilitating buyers in recognize and know the menu available at Mitro Kopi Jogja. These ads also provide convenience to the customer to choose the menu at Mitro Kopi Jogja. These ads will be shown on instagram. Instagram is used as a promotional media and the target of this promotion is all people who use Instagram.*

*In making video ads, some software is needed such as Adobe Photoshop and Adobe Premiere. In addition ,the hardware required in process making video ads is very important, because the specifications for video editing applications are very high.*

*In this case the author takes the title” Design of Motion Graphic Video Ads Mitro Kopi Jogja as Media Promotions”.*

**Keywords :** *Media Promotions, Motion Graphic*