

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO INFOGRAFIS "WHY  
ORANGURAN SHOULD BE SAVED " SEBAGAI MEDIA INFORMASI  
PADA LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT (LSM) CENTRE FOR  
ORANGUTAN PROTECTION (COP)**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Syaidar Darul**

**12.12.6671**

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO INFOGRAFIS “WHY  
ORANGUTAN SHOULD BE SAVED” SEBAGAI MEDIA INFORMASI  
PADA LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT (LSM) CENTRE FOR  
ORANGUTAN PROTECTION**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Syaidar Darul**

**12.12.6671**

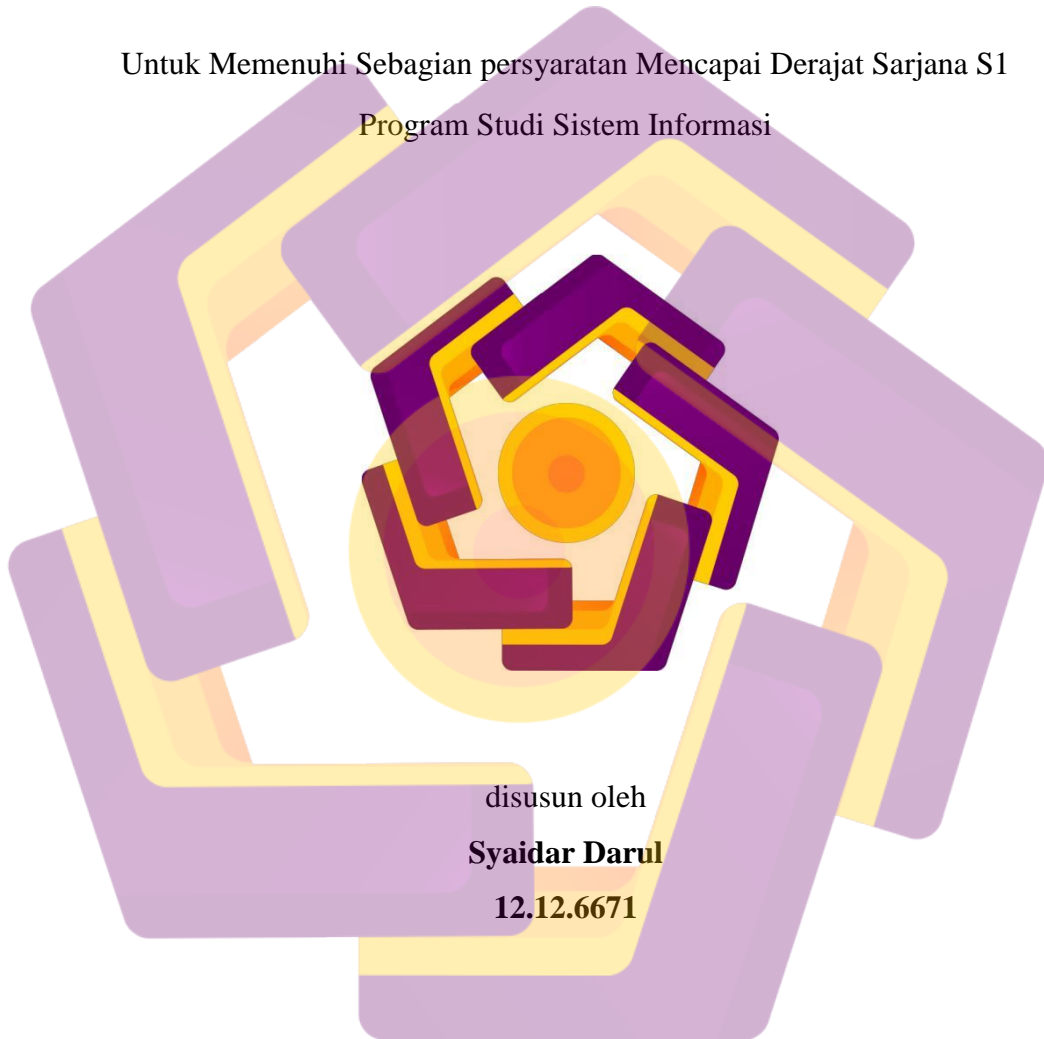
**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMSI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOYAKARTA  
YOYAKARTA  
2019**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO INFOGRAFIS “WHY  
ORANGUTAN SHOULD BE SAVED” SEBAGAI MEDIA INFORMASI  
PADA LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT (LSM) CENTRE FOR  
ORANGUTAN PROTECTION**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

**Syaidar Darul**

**12.12.6671**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOYAKARTA  
YOYAKARTA**

**2019**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO INFOGRAFIS “WHY  
ORANGUTAN SHOULD BE SAVED” SEBAGAI MEDIA INFORMASI  
PADA LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT (LSM) CENTRE  
FOR ORANGUTAN PROTECTION (COP)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Syaidar Darul**

**12.12.6671**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 25 April 2019

**Dosen Pembimbing,**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

**NIK. 190302215**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO INFOGRAFIS “WHY  
ORANGUTAN SHOULD BE SAVED” SEBAGAI MEDIA INFORMASI  
PADA LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT (LSM) CENTRE  
FOR ORANGUTAN PROTECTION (COP)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Syaidar Darul**

**12.12.6671**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 25 April 2019

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

**NIK. 190302215**

**Bety Wulan Sari, M.Kom**

**NIK. 190302254**

**Donni Prabowo, M.Kom**

**NIK. 190302253**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 25 April 2019

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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

**NIK. 190302038**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 25 April 2019

METERAI  
TEMPEL  
ACD34AFF685830200  
6000  
ENAM RIBURUPIAH  
Syaidar Darul  
12.12.6671



## MOTTO

**“When you want something, all the universe conspires in helping you to achieve it.”**

–Paulo Coelho–

**“A mind needs books like a sword needs a whetstone.”**

– Tyrion Lannister–

**Apa gunanya ilmu kalau tidak memperluas jiwa seseorang sehingga ia berlaku seperti samudera yang menampung sampah-sampah?**

–Emha Ainun Nadjib–

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi ALLAH tuhan semesta alam atas keberkahan rahmat dan karunianya sehingga karya Skripsi ini telah di selesaikan dan mengucapkan banyak terima kasih dan persembahan karya skripsi ini kepada :

1. Ibu dan Bapak yang tak pernah menyerah memperjuangkan, mendoakan dan mendukungu.
2. Teman teman yang selalu mendukung dan meberi motivasi untuk terus memilih jalan yang saya terbaik
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi. Terimakasih atas bimbingan, bantuan serta saran bapak selama ini.



## KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta shalawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi teladan yang sangat mulia dalam menuntut umatnya.

Skripsi dengan Judul “Perancangan dan Pembuatan Video Infografis "Why Orangutan Should Be Saved" Sebagai Media Informasi Pada Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Centre for Orangutan Protection (COP)” ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk meraih gelar sarjana Strata-1 pada jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku ketua jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan bantuan bagi penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Ibu, Bapak , Adik dan teman - teman yang selalu memberikan dukungan dan do'a.

5. Bapak dan Ibu Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.



## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN .....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABLE .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
INTISARI .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Metode Penelitian.....	5
1.5.1 Metode pengumpula Data.....	5
1.6 Metode Analisis .....	5
1.7 Metode Perancangan .....	6
1.7.1 Metode Implementasi .....	6
1.8 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II .....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.2 Video.....	10
2.3 Infografis dan penerapannya.....	12
2.4 Animasi.....	15

2.5	Prinsip Dasar animasi.....	16
2.6	Pengembangan Video Infografis.....	19
2.7	Video Infografis .....	20
2.8	Metode Perancangan .....	20
2.8.1	Tahap Pra Produksi .....	21
2.8.1.1	Konsep .....	21
2.8.1.2	Pengumpulan Data.....	21
2.8.1.3	Naskah.....	22
2.8.1.4	Storyboard .....	22
2.8.1.1	Tahap Produksi .....	23
2.8.2.1	Video.....	23
2.8.2.2	Audio.....	24
2.8.3	Tahap Pasca Produksi .....	24
2.8.3.1	Compositing atau Video Editing .....	24
2.8.3.2	Rendering.....	25
2.9	Konsep Motion Graphic.....	25
2.9.1	Sejarah Motion Graphic .....	25
2.9.2	Konsep Dasar Motion Graphic.....	26
2.10	Media Informasi.....	27
2.11	Metode Analisis .....	27
2.11.1	Analisa Data .....	27
2.11.2	Pengolahan Data Kuisisioner.....	28
2.11.3	Skala Likert .....	28
2.11.4	Menentukan jumlah responden .....	31
BAB III	.....	33
3.1	Tinjauan umum .....	33
3.1.1	Deskripsi Objek.....	33
3.2	Mekanisme Media Promosi Terdahulu .....	34
3.2.1	Struktur Organisasi .....	35
3.2.2	Definisi Analisis.....	36
3.2.3	Langkah-Langkah Analisis Masalah.....	36
3.3	Identifikasi Masalah .....	37
3.3.1	Wawancara.....	37
3.3.2	Hasil Analisis Masalah.....	38

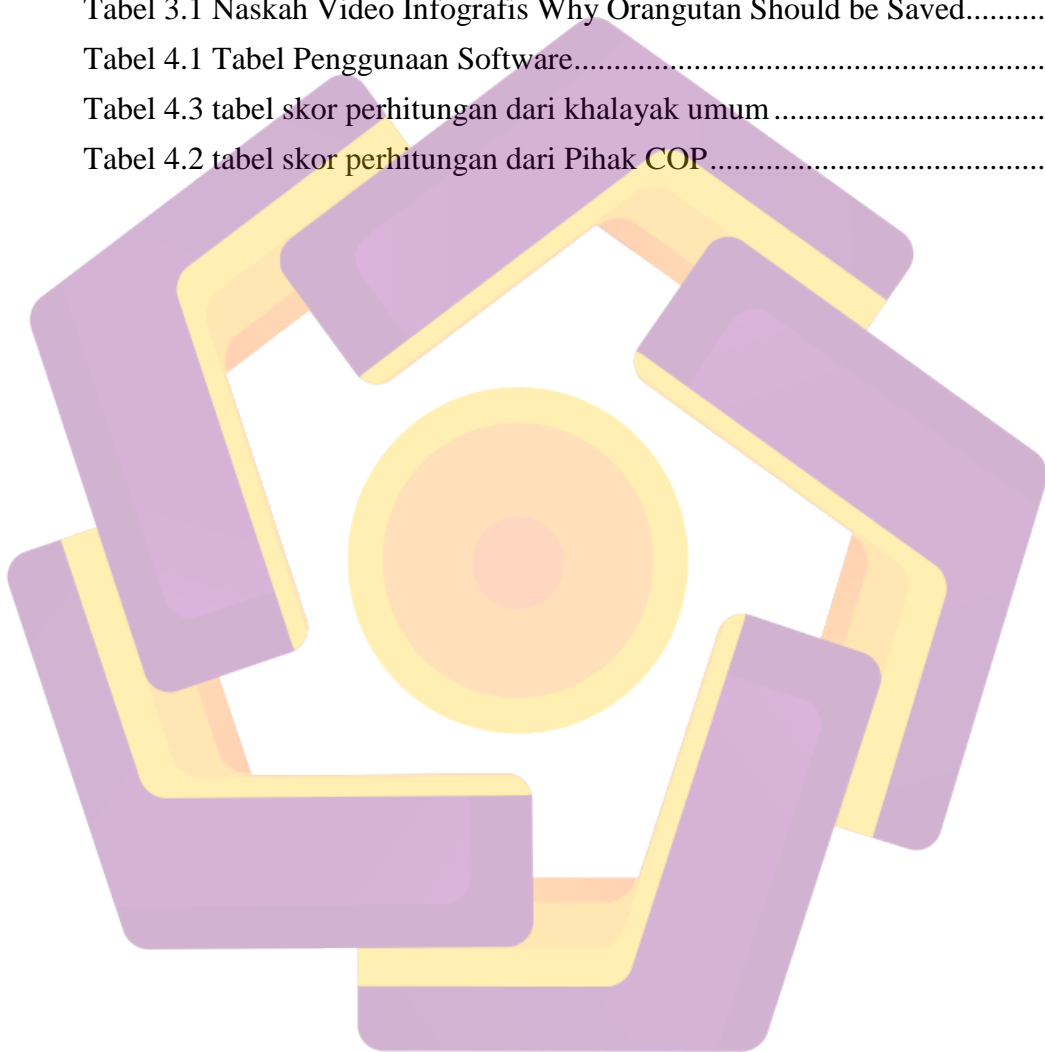
3.3.3 Solusi yang Diterapkan .....	38
3.3.4 Solusi yang dipilih .....	39
3.5 Studi Kelayakan .....	39
3.5.1 Kelayakan teknis .....	39
3.5.2 Kelayakan Operasional .....	40
3.5.3 Kelayakan Ekonomi .....	40
3.5.4 Kelayakan Hukum.....	40
3.6 Analisis Kebutuhan Sistem .....	41
3.6.1 Kebutuhan Fungsional .....	41
3.6.2 Kebutuhan Non-Fungsional .....	42
3.7 Rancangan Praproduksi.....	44
3.7.1 Ide Cerita.....	44
3.7.2 Pembuatan Naskah .....	45
3.7.3 Pembuatan Storyboard .....	47
<b>BAB IV Implementai dan Pembahasan</b> .....	<b>51</b>
4.1 Pembahasan.....	51
4.2 Implementasi .....	52
4.3 Produksi.....	52
4.3.1 Drawing (Penggambaran) .....	52
4.3.1.2 Pembuatan Object .....	53
4.3.1.3 Pemisahan Layer .....	54
4.3.1.4 Penyimpanan File.....	55
4.3.1.5 Coloring (Pewarnaan) .....	56
4.3.1.6 Dubbing (Perekam Suara) .....	57
4.4 Pasca Produksi .....	62
4.4.1 Editing Video .....	62
4.4.2 Pembuatan Compotition.....	62
4.5 Editing Adobe After Effect.....	64
4.6 Rendering.....	72
4.7 Testing.....	72
4.7.1 Pengujian Kuisisioner .....	72
4.7.1.1 Pengujian Pihak Object.....	73
4.7.1.2 Pengujian Pihak Masyarakat Umum.....	75
4.8 Penerapan Campaign Media Sosial.....	79

4.8.1 Beriklan di Instagram Ads .....	79
4.9 Beriklan di Instagram untuk menjangkau target Audiens.....	78
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93



## Daftar Table

Tabel 2.1 Tabel bobot nilai .....	29
Tabel 2.2 Tabel skor <i>kriterium</i> .....	29
Tabel 2.3 Tabel presentasi nilai .....	30
Tabel 3.1 Naskah Video Infografis Why Orangutan Should be Saved.....	45
Tabel 4.1 Tabel Penggunaan Software.....	51
Tabel 4.3 tabel skor perhitungan dari khalayak umum .....	75
Tabel 4.2 tabel skor perhitungan dari Pihak COP.....	74



## Daftar Gambar

Gambar 2.1 Contoh gambar Infografis I.....	12
Gambar 2.2 Contoh gambar infografis RAPBN 2017 .....	14
Gambar 2.3 Contoh Video Infografis.....	15
Gambar 2.4 Contoh Storyboard .....	23
Gambar 3.2 Logo pixel Centre for Orangutan Protection (COP) .....	34
Gambar 3.2 Contoh Brosur Kampanye Orangutan .....	35
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Centre for Orangutan Protection .....	35
Gambar 4.1 Contoh Pembuatan Dokumen Baru.....	53
Gambar 4.2 Contoh Pen Tools .....	54
Gambar 4.3 Contoh Shape Tools .....	54
Gambar 4.4 Contoh Pemisahan Layer .....	55
Gambar 4.5 Contoh Penyimpanan Dalam Format <i>Adobe Illustrator</i> (*Ai).....	55
Gambar 4.6 Contoh object vector yang telah diwarnai.....	56
Gambar 4.7 Contoh Pembuatan aset pendukung .....	56
Gambar 4.8 Import File Adobe Audition CC .....	57
Gambar 4.9 Import file Adobe Audition CC .....	58
Gambar 4.10 Crop Audio Adobe Audition CC.....	58
Gambar 4.11 Normalize Adobe Audition CC.....	59
Gambar 4.12 Capture Noise Adobe Audition CC.....	59
Gambar 4.13 Noise Reduction Adobe Audition CC.....	60
Gambar 4.14 Speech Volume Leveler Adobe Audition CC.....	60
Gambar 4.15 Vocal Enhancer Adobe Audition CC .....	61
Gambar 4.16 Manual Pitch Corection Adobe Audition CC .....	61
Gambar 4.17 Save File Adobe Audition CC.....	62
Gambar 4.18 Compositing Setting pada Adobe After Effect .....	63
Gambar 4.19 Contoh Hasil Import.....	64
Gambar 4.20 Tampilan Scene 1 .....	65
Gambar 4.21 Tampilan Transform.....	65
Gambar 4.22 Tampilan Scene 2 .....	66
Gambar 4.23 Tamplan Scene 3 .....	66
Gambar 4.24 Tampilan Scene 4 .....	67
Gambar 4.25 Tampilan Scene 5 .....	68



Gambar 4.26 Tampilan Scene 6 .....	68
Gambar 4.27 Tampilan Scene 7 .....	69
Gambar 4.28 Tampilan Scene 8 .....	70
Gambar 4.29 Tampilan Scene 9 .....	70
Gambar 4.30 Final Editing di Adobe Premiere Pro .....	71
Gambar 4.31 Final Editing di Adobe Premiere Pro .....	71
Gambar 4.32 Proses Rendering di Adobe After Effect.....	72
Gambar 4.32 Diagram Hasil Kuisisioner.....	76
Gambar 4.33 Contoh gambar akun yang telah menjadi Instagram bisnis.....	79
Gambar 4.34 Contoh gambar konten Instagram .....	80
Gambar 4.35 Contoh gambar menggiring audience ke laman Profil.....	81
Gambar 4.36 Contoh gambar menargetkan audience ke laman Web .....	82
Gambar 4.37 Contoh gambar menentukan anggaran .....	84
Gambar 4.38 Contoh gambar preview iklan .....	85
Gambar 4.39 Contoh gambar View Insight .....	87
Gambar 4.40 Contoh View Insight berdasarkan jenis kelamin.....	88
Gambar 4.41 Contoh gambar traffic view insight berdasarkan usia dan lokasi.....	89
Gambar 4.41 Contoh gambar waktu mengunjungi postingan.....	89

## INTISARI

Pusat perlindungan orangutan (COP) adalah satu-satunya organisasi asal Indonesia yang dapat membebaskan satwa endemik di Indonesia khusus orangutan dan habitatnya. Pusat perlindungan orangutan (COP) bekerja di mana saja orangutan membutuhkan pertolongan dari kekejaman pedagang satwa liar, sirku, dan kebun binatang demi perlindungan petani. Saat ini orangutan adalah hewan yang dilindungi undang-undang Republik Indonesia. dijelaskan UUD no 5 tahun 1990 pasal 21 ayat 2 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya dan Peraturan No. 7 tahun 1999 Tentang Pengawetan Jenis Tumbuhan dan Satwa. dalam mengkampanyekan pelestarian orangutan, serta mengenalkan ke masyarakat infografis sebagai media yang mudah dipahami masyarakat saat ini.

Centre for Orangutan Protection (COP) telah melakukan kampanye kegiatan mereka lewat media brosur, *social media*, dan foto dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai fenomena yang terjadi di habitat orangutan.

Media ini sudah berjalan dengan sangat baik namun masih terlihat sangat minim dan cakupan audiensi kurang meluas sehingga pihak manajemen ingin meningkatkan target audiensi dalam menyampaikan isu-isu yang terjadi dengan cara membuat video infografis yang dapat didistribusikan secara digital melalui *social media* seperti *Facebook, Instagram, Twitter, YouTube* serta situs *website* yang dimiliki Centre for Orangutan Protection (COP). Namun, dikarenakan keterbatasan sumberdaya manusia dan financial Centre for Orangutan Protection (COP) belum mampu untuk membuat video infografis sendiri dalam mengkampanyekan pelestarian orangutan yang terancam punah akibat pengalihan fungsi hutan.

**Kata kunci:** Multimedia, Media , Infografis, Informasi.

## ABSTRACT

*The orangutan protection center (COP) is the only Indonesian organization that can free endemic animals in Indonesia, specifically orangutans and their habitat. The orangutan protection center (COP) works wherever orangutans need help from the cruelty of wildlife traders, circuses and zoos for the protection of farmers. Currently orangutans are animals protected by the laws of the Republic of Indonesia. it was stated in Article 21 paragraph 2 of the 1990 Constitution on Conservation of Natural Resources and their Ecosystems and Regulation No. 7 of 1999 concerning Preservation of Plants and Animals. in campaigning for orangutan conservation, as well as introducing infographics to the public as a medium that is easily understood by today's society.*

*The Center for Orangutan Protection (COP) has carried out their campaign activities through the media, social media, and photographs in conveying information to the public about the phenomena that occur in the habitat of orangutans.*

*This media has been going very well but still looks very minimal and controlling the audience is less widespread so the management wants to increase the target audience on issues that occur by making infographic videos that can be transferred to digital through social media such as Facebook, Instagram, Twitter, YouTube and a website owned by the Center for Orangutan Protection (COP). However, due to limited human resources and the Financial Center for the Protection of Orangutans (COP) have not been able to make their own infographic videos in campaigning for the preservation of orangutans that are endangered due to forest conversion.*

**Keywords:** *Multimedia, Media , Infographic, Informatio*