

**ANALISIS DAN PEMBUATAN ANIMASI 2D VIDEO IKLAN
DN.SHOESCLEAN MENGGUNAKAN TEKNIK PARALLAX
DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Wlem Gratandla Yosky

18.61.0135

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**ANALISIS DAN PEMBUATAN ANIMASI 2D VIDEO IKLAN
DN.SHOESCLEAN MENGGUNAKAN TEKNIK PARALLAX
DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Wiem Gratandia Yosky

18.61.0135

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PEMBUATAN ANIMASI 2D VIDEO IKLAN
DN.SHOESCLEAN MENGGUNAKAN TEKNIK PARALLAX
DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wiem Gratandla Yosky

18.61.0135

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 Juni 2022

Dosen Pembimbing,

Moch Farid Fauzi, M.Kom

NIK. 190302284

PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS DAN PEMBUATAN ANIMASI 2D VIDEO IKLAN DN.SHOESCLEAN MENGGUNAKAN TEKNIK PARALLAX DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wiem Gratandia Yosky

18.01.0135

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 Juni 2022

Nama Penguji

Tanda Tangan

Kusnawi, S.Kom., M.Eng

NIK. 190302112

Robert Marco, M.T

NIK. 190302228

Moch Farid Fauzi, M.Kom

NIK. 190302284

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 27 Juni 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M.Kom

NIK. 190302096

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 mana pun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dicantumkan 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, 27 Juni 2022

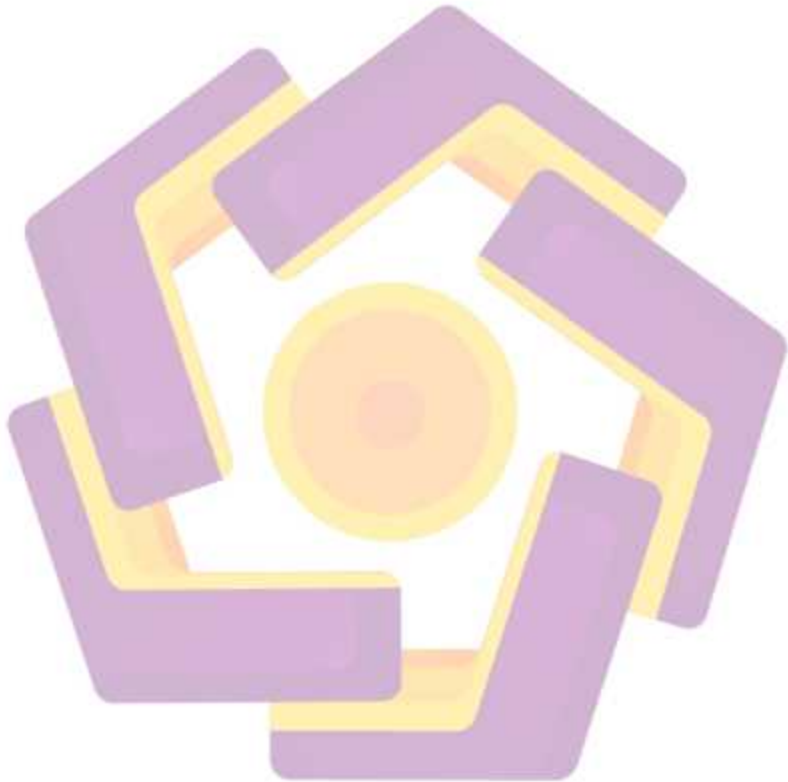


Wiem Gintand
Wsky

NIM.18.61.0135

MOTTO

“Allah tau yang terbaik untuk kita jadilah terus berharap, berusaha dan berdoa karena semua butuh proses dan pasti akan mencapai garis akhir sesuai takdir”



PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih dan persembahan skripsi kepada:

1. Bapak, Ibu dan Kakak yang tiada henti mendoakan untuk kelancaran skripsi serta telah memberi dukungan berupa semangat, motivasi dan finansial.
2. Bapak Moch. Farid Fauzi, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang membangun dalam penulisan skripsi ini.
3. Pihak DN.Shoesclean terutama kepada Mas Dimas selaku pemilik yang telah memperbolehkan penulis melakukan penelitian.
4. Sahabat dan teman-teman, Vivi, Laska, Adit, Yedida, Bayu dan Tri serta seluruh teman BCI angkatan 18 yang selalu memberi dukungan.
5. Seluruh pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis dan Pembuatan Animasi 2D Video Iklan DN.Shoesclean Menggunakan Teknik *Parallax* dan *Motion Graphic*” sebagai salah satu syarat kelulusan Program Sarjana (S1) Jurusan Informatika Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta serta untuk memperoleh gelar sarjana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis selama mengikuti masa pendidikan sarjana sampai dengan penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Moch. Farid Fauzi, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi.
3. Segenap dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
4. Teman-teman BCI-18 yang telah menempuh pendidikan bersama dengan kerja sama yang sangat luar biasa.
5. Seluruh pihak yang telah membantu penulis mulai dari awal pendidikan sarjana sampai dalam penulisan skripsi ini.

Penulis telah berusaha sebaik mungkin dalam penulisan skripsi ini, namun penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu segala saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini juga dapat bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iviii
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xixxii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xv xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan.....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis.....	5
1.6.3 Metode Perancangan Animasi 2D.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Periklanan.....	9
2.2.1 Pengertian Periklanan.....	9
2.2.2 Penetapan Tujuan Periklanan.....	9

2.3	Animasi.....	10
2.3.1	Pengertian Animasi.....	10
2.3.2	Sejarah dan Perkembangan Animasi.....	11
2.3.3	Prinsip Animasi.....	12
2.4	Jenis-jenis Animasi.....	18
2.5	Teknik Motion Graphic.....	20
2.6	Teknik Parallax.....	22
2.7	Analisis Masalah.....	23
2.7.1	Analisis SWOT.....	23
2.7.2	Strategi SWOT.....	24
2.7.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	26
2.8	Metode Perancangan Animasi 2D.....	26
2.8.1	Pra Produksi.....	27
2.8.2	Produksi.....	28
2.8.3	Pasca Produksi.....	28
2.9	Evaluasi.....	28
2.9.1	Skala Likert.....	28
2.9.2	Metode Pengukuran Skala Likert.....	29
BAB III	31
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
3.1.1	Visi dan Misi.....	31
3.2	Alur Penelitian.....	32
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.3.1	Metode Wawancara.....	33
3.3.2	Metode Observasi.....	34
3.3.3	Metode Kepustakaan.....	34
3.4	Analisis Masalah.....	34
3.4.1	Analisis SWOT.....	34
3.4.2	Kelemahan dari Media Lama.....	36
3.4.3	Solusi yang Ditawarkan.....	37
3.5	Analisis Kebutuhan.....	37
3.5.1	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	37

3.5.2	Kebutuhan Non Fungsional	37
3.5.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware)	38
3.6	Pra Produksi	39
3.6.1	Ide dan Konsep	39
3.6.2	Naskah	40
3.6.3	Storyboard	41
BAB IV		47
4.1	Produksi	47
4.1.1	Perancangan Grafis	47
4.1.2	Perancangan Audio	50
4.2	Pasca Produksi	51
4.2.1	Compositing	51
4.2.1.1	Compositing Setting	51
4.2.1.2	Import File PSD	52
4.2.1.3	Proses Penganimasian	52
4.2.1.4	Pengeditan Audio Rekaman Suara	56
4.2.2	Editing	58
4.2.3	Rendering	59
4.3	Evaluasi	59
4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir	60
4.3.2	Kuisisioner Faktor Multimedia	61
4.3.3	Kuisisioner Faktor Informasi	61
BAB V		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		69

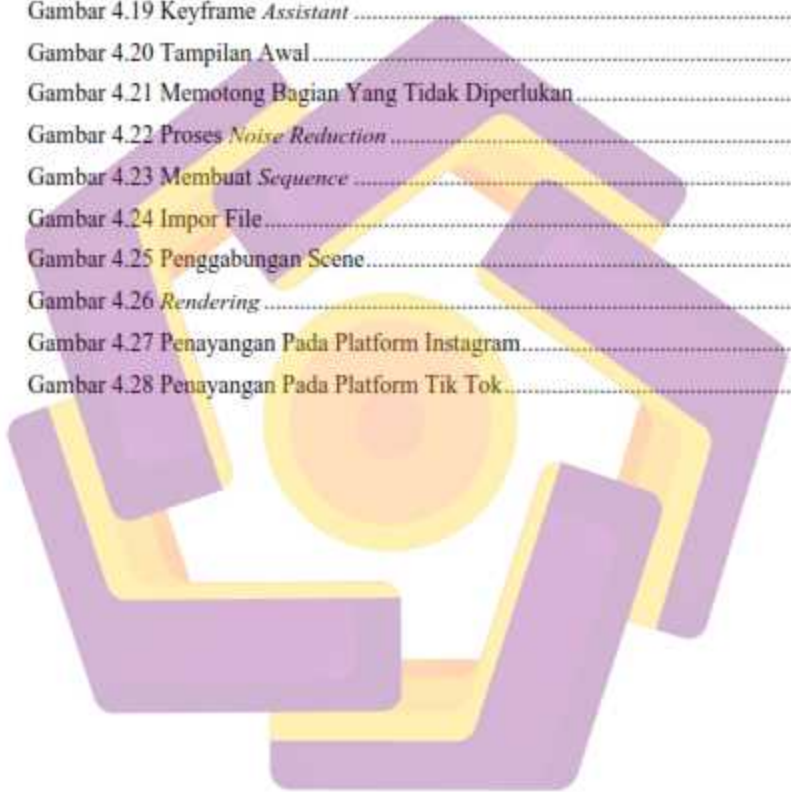
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks	25
Tabel 3.1 Analisis SWOT	35
Tabel 3.2 Kebutuhan Hardware	38
Tabel 3.3 Kebutuhan Software	38
Tabel 3.4 Kebutuhan Brainware	39
Tabel 3.5 Storyboard	42
Tabel 4.1 Evaluasi Kebutuhan Fungsional	60
Tabel 4.2 Pengujian Faktor Multimedia	61
Tabel 4.3 Pengujian Faktor Informasi	61
Tabel 4.4 Skor Pertanyaan	62
Tabel 4.5 Kriteria Interpretasi Skor	62
Tabel 4.6 Rekapitulasi Kuesioner Faktor Multimedia dan Faktor Informasi	63
Tabel 4.7 Rekapitulasi Kuesioner Faktor Multimedia dan Faktor Informasi	63
Tabel 5.1 Daftar Responden Praktisi Multimedia	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahapan Metode MDLC	3
Gambar 2.1 Squash and Stretch	12
Gambar 2.2 <i>Anticipation</i>	13
Gambar 2.3 <i>Staging</i>	13
Gambar 2.4 <i>Straight-Ahead Action</i>	14
Gambar 2.5 <i>Pose to Pose</i>	14
Gambar 2.6 <i>Follow-Through and Overlapping Action</i>	15
Gambar 2.7 <i>Slow In-Slow out</i>	15
Gambar 2.8 <i>Arcs</i>	16
Gambar 2.9 <i>Secondary Action</i>	16
Gambar 2.10 <i>Timing</i>	17
Gambar 2.11 <i>Exaggeration</i>	17
Gambar 2.12 <i>Solid Drawing</i>	18
Gambar 2.13 <i>Appeal</i>	18
Gambar 2.14 Tahapan Pembuatan Video Klip	27
Gambar 3.1 Alur Penelitian	32
Gambar 4.1 Tampilan Pembuatan <i>New Document</i>	47
Gambar 4.2 Pemilihan <i>Brush</i>	48
Gambar 4.3 Pembuatan Sketsa <i>Background</i>	48
Gambar 4.4 Pembuatan Sketsa Objek	48
Gambar 4.5 <i>Line and Coloring Background</i>	49
Gambar 4.6 <i>Line dan Coloring Objek</i>	49
Gambar 4.7 Penggabungan <i>Background</i> dan Objek	49
Gambar 4.8 Tampilan Audacity	50
Gambar 4.9 <i>Backsound</i> dan <i>Sound Effect</i>	51
Gambar 4.10 <i>Compositing Setting</i>	52
Gambar 4.11 <i>Import File PSD</i>	52
Gambar 4.12 3D Layer <i>button</i>	53
Gambar 4.13 Memunculkan settingan <i>Camera</i>	53s

Gambar 4.14 Setting <i>Camera</i>	53
Gambar 4.15 Menyusun Layer dan Setting Awalan <i>Camera</i>	54
Gambar 4.16 Membuat Pergerakan dan Fokus Kamera	54
Gambar 4.17 Tampilan detik 0.....	55
Gambar 4.18 <i>Keyframe position, scale dan opacity</i>	55
Gambar 4.19 <i>Keyframe Assistant</i>	56
Gambar 4.20 Tampilan Awal.....	56
Gambar 4.21 Memotong Bagian Yang Tidak Diperlukan.....	57
Gambar 4.22 Proses <i>Noise Reduction</i>	57
Gambar 4.23 Membuat <i>Sequence</i>	58
Gambar 4.24 Impor File.....	58
Gambar 4.25 Penggabungan <i>Scene</i>	59
Gambar 4.26 <i>Rendering</i>	59
Gambar 4.27 Penayangan Pada Platform Instagram.....	65
Gambar 4.28 Penayangan Pada Platform Tik Tok.....	65



INTISARI

Persaingan usaha pada era ini semakin ketat, tidak luput pula usaha jasa cuci sepatu yang semakin menjamur. Para pengusaha dibidang ini dituntut agar lebih kreatif dan inovatif agar usahanya makin bisa dikenal banyak orang dan berkembang menjadi lebih maju, salah satu caranya yaitu dengan iklan atau promosi. Iklan ini pada umumnya digunakan untuk memberikan informasi mengenai sebuah perusahaan.

DN.Shoesclean merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa cuci sepatu. Penulis mencoba menganalisis permasalahan promosi dalam DN.Shoesclean. Salah satu permasalahan dalam DN.Shoesclean ini adalah hanya pernah sekali membuat iklan yang berbentuk gambar dan belum pernah sama sekali menggunakan video sebagai iklan atau promosinya. Penulis mencoba untuk membantu DN.Shoesclean menyampaikan informasi mengenai usahanya dengan membuat sebuah video iklan. Penulis melakukan penelitian dengan metode pengumpulan data melalui wawancara. Dalam pembuatan video iklan ini penulis menggunakan dua teknik pembuatan video yaitu teknik *parallax* dan teknik *motion graphic*.

Video iklan berbasis animasi 2D ini diharapkan menghadirkan kesan terhadap orang yang menonton karena berisi kombinasi antara gambar, gambar yang digerakkan dan suara. Tujuan akhirnya, video iklan ini dapat mempromosikan atau menyampaikan informasi mengenai usaha DN.Shoesclean.

Kata kunci : Video iklan, *parallax*, *motion graphic*, promosi, DN.Shoesclean

ABSTRACT

Business competition in this era is getting tighter, it doesn't escape the business of shoe washing services which are increasingly mushrooming. Entrepreneurs in this field are required to be more creative and innovative so that their business can be recognized by many people and develop to be more advanced, one way is by advertising or promotion. These ads are generally used to provide information about a company.

DN.Shoesclean is one of the businesses engaged in shoe washing services. The author tries to analyze the problem of promotion in DN.Shoesclean. One of the problems in DN.Shoesclean is that he has only ever made an advertisement in the form of an image and has never used video as an advertisement, advertising or promotion. The author tries to help DN.Shoesclean convey information about his business by making a video ad. The author conducts research with data collection methods through interviews. In making this advertising video the author uses two video-making techniques, parallax techniques and motion graphic techniques.

This 2D animation-based video advertisement is expected to present an impression on people who watch because it contains a combination of images, moving images and sound. The end goal, this video ad can promote or convey information about DN.Shoesclean's business.

Keywords: Advertising video, parallax, motion graphic, promotions, DN.Shoesclean