

**PENGIMPLEMENTASIAN TEKNIK STOP MOTION DENGAN BENTUK
CLAYMATION DALAM PEMBUATAN
IKLAN PRODUK TRUCO**

(Studi Kasus: Truco)

SKRIPSI



disusun oleh

Aditya Anugrah Hidayat

15.11.8558

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

**PENGIMPLEMENTASIAN TEKNIK STOP MOTION DENGAN BENTUK
CLAYMATION DALAM PEMBUATAN
IKLAN PRODUK TRUCO**

(Studi Kasus: Truco)

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Aditya Anugrah Hidayat

15.11.8558

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGIMPLEMENTASIAN TEKNIK STOP MOTION DENGAN
BENTUK CLAYMATION DALAM PEMBUATAN**

**IKLAN PRODUK TRUCO
(Studi Kasus: Truco)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Aditya Anugrah Hidayat
15.11.8558**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 5 Desember 2018

Dosen Pembimbing,

Amir Fatah Sofyan, S.T., M.Kom.

NIK. 190302047

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGIMPLEMENTASIAN TEKNIK STOP MOTION DENGAN
BENTUK CLAYMATION DALAM PEMBUATAN**

**IKLAN PRODUK TRUCO
(Studi Kasus: Truco)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aditya Anugrah Hidayat

15.11.8558

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Juli 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Amir Fatah Sofyan, S.T., M.Kom.

NIK. 190302047

Arif Akbarul Huda, S.Si, M.Eng

NIK. 190302287

Uyock Anggoro Saputro, M.Kom

NIK. 190302419

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 29 Juli 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, S.Kom, M.Kom

NIK. 190302096

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, 29 Juli 2022



Aditya Anugrah Hidayat

NIM. 15.11.8558

Motto

”The journey of a thousand miles begins with one step.”

(Lao Zhu)

”Get busy living or get busy dying.”

(Stephen King)

”Lebih baik menyesal membeli, daripada menyesal tidak membeli”

(Aditya Anugrah Hidayat)



PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah tidak lupa saya panjatkan kepada-Nya. Dia yang berkuasa atas segalanya dan Dia pula yang menentukan segalanya. Dengan rasa syukur yang mendalam skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Orangtuaku tercinta yang telah berjasa dan dengan doanya selalu mengiringi langkahku, memberikan motivasi baik moril maupun material. Semoga Allah swt melindungi dan memberikan syurga kepada keduanya;
2. Kepada keluarga tercinta yang selalu mengingatkan untuk menyelesaikan skripsiku;
3. Sahabat yang selalu memberi saran dan bantuan kepada saya selama kuliah maupun selama mengerjakan skripsi ini;
4. Teman-teman Universitas AMIKOM Yogyakarta kalian selalu di hati dan akan selamanya di hati;
5. Truco yang telah mengizinkan saya untuk membuat video iklan ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala kuasa dan nikmat yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengimplementasian Teknik *Stop Motion* dengan Bentuk *Claymation* dalam Pembuatan Iklan Produk Truco”. Selain merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta, skripsi ini merupakan wujud aplikasi dari pengetahuan yang penulis peroleh selama mengikuti perkuliahan. Penulis mencoba merancang dan membuat video iklan untuk Truco.

Penulis menyadari bahwa selesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari peran banyak pihak yang senantiasa membantu dan mendukung penulis. Oleh karena itu penghargaan dan ucapan rasa terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada Bapak Amir Fatah Sofyan, S.T., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada ;

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta;
2. Bapak/ibu selaku dosen penguji, yang telah banyak memberikan masukan yang berarti demi penyempurnaan skripsi ini;
3. Bapak/Ibu dosen, staff dan karyawan Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan yang bermanfaat;
4. Truco yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian;

5. Seluruh rekan satu perjuangan yang telah bersama-sama senasib dan sepenanggungan dalam rasa kekeluargaan menjalani pendidikan ini;
6. Teman dan sahabat dimanapun berada yang selalu memberikan semangat;
7. Keluarga tercinta yang telah memberikan inspirasi dalam menjalankan kehidupan;
8. Orang tua tercinta yang tiada pernah lelah memberikan do'a dan cintanya.

Yogyakarta, 30 Juli 2022

Penulis,

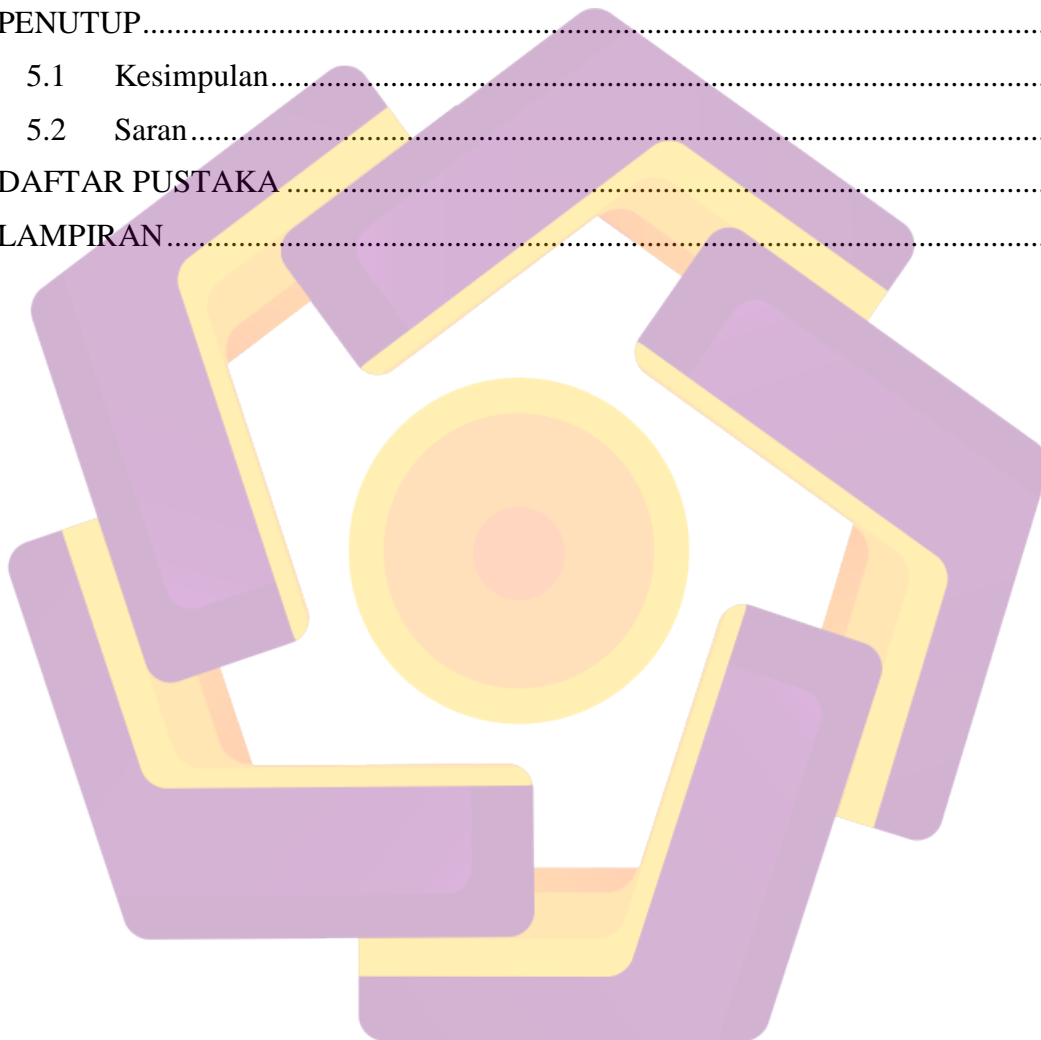
Aditya Anugrah Hidayat

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	III
PENGESAHAN	IV
Motto	VI
Persembahan	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
INTISARI.....	XV
ABSTRACT	XVI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Batasan Masalah.....	1
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat dari Penelitian	2
1.5.1 Bagi Peneliti.....	2
1.5.2 Bagi Amikom.....	2
1.6 Metode Penelitian.....	2
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6.2 Metode Pembuatan Video.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.2 Animasi	5
2.2.1 Pengertian Animasi	5
2.2.2 Jenis Animasi	6
2.2.3 Prinsip Animasi	8
2.3 Iklan.....	14
2.3.1 Definisi Periklanan.....	14
2.3.2 Tujuan Periklanan	14

2.3.3	Jenis Jenis Iklan	14
2.3.4	Strategi Merancang Iklan	15
2.4	Tahap Memproduksi Iklan	15
2.4.1	Pra Produksi	15
2.4.2	Tahap Produksi	16
2.4.3	Pasca produksi	17
BAB III	18
ANALISIS DAN PERANCANGAN	18
3.1	Tinjauan Umum.....	18
3.1.1	Latar belakang Truco	18
3.2	Analisis	19
3.2.1	Langkah-Langkah Analisis Masalah.....	19
3.2.2	Hasil Analisis Masalah.....	19
3.3	Solusi yang dapat diterapkan.....	19
3.4	Solusi yang dipilih.....	20
3.5	Analisa Kebutuhan Sistem	20
3.5.1	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras.....	20
3.5.2	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak.....	21
3.5.3	Analisa Kebutuhan Sumber Daya Manusia	21
3.6	Perancangan.....	22
3.7	Pra Produksi	22
3.7.1	Storyboard	22
3.7.2	Audio.....	25
3.7.2.1	Sound Effect	25
3.7.2.2	Background Music	25
BAB IV	26
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	26
4.1	Implementasi/Produksi	26
4.2	Tahapan Produksi	26
4.2.1	Pembuatan Set Stop Motion.....	26
4.2.2	Pengambilan Gambar	27
4.2.3	Clean Up Gambar.....	28
4.3	Paska Produksi	29
4.3.1	Editing Video	29

4.3.2	Proses <i>Compositing</i>	30
4.3.3	Rendering.....	33
4.4	Implementasi 12 Prinsip Animasi	35
4.5	Evaluasi	37
4.5.1	Evaluasi Penulis.....	37
4.5.2	Evaluasi Responden.....	37
BAB V.....		42
PENUTUP.....		42
5.1	Kesimpulan.....	42
5.2	Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....		44
LAMPIRAN.....		45

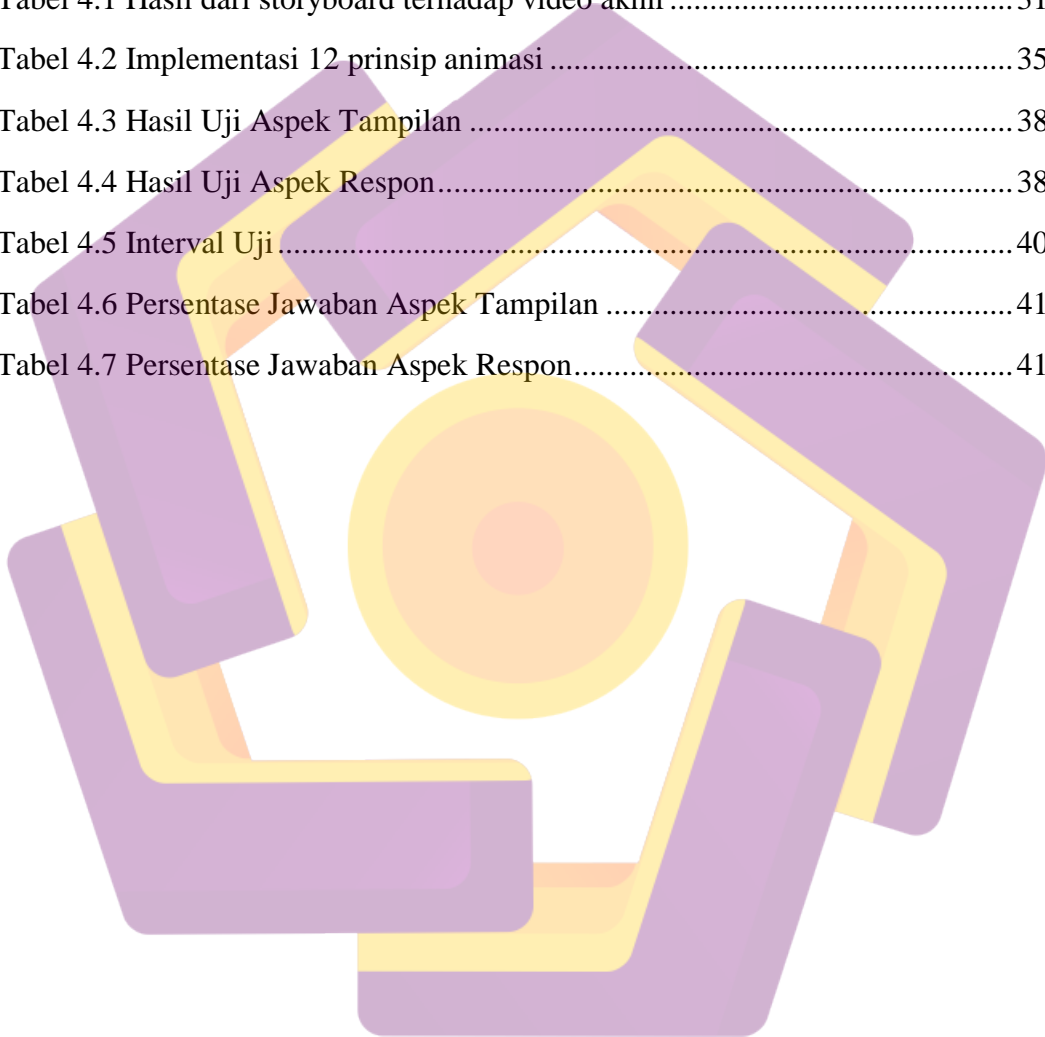


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Animasi 2D.....	6
Gambar 2. 2 Contoh Animasi Stopmotion.....	7
Gambar 2. 3 Contoh Animasi 3D.....	7
Gambar 2. 4 Squash and stretch.....	8
Gambar 2. 5 Anticipation.....	8
Gambar 2. 6 Arcs	9
Gambar 2. 7 Slow in & Slow out	9
Gambar 2. 8 Appeal	10
Gambar 2. 9 Timing	10
Gambar 2.10 Exaggeration	11
Gambar 2.11 Straight Ahead and Pose to Pose.....	11
Gambar 2.12 Staging.....	12
Gambar 2.13 Secondary Action	13
Gambar 2.14 Follow through and Overlapping Action	13
Gambar 2.15 Solid Drawing	14
Gambar 3. 1 Logo Truco.....	18
Gambar 3. 2 Laman Instagram Truco	18
Gambar 3. 3 Halaman panduan membuat iklan di instagram	19
Gambar 4. 1 Langkah-langakh pembuatan iklan	26
Gambar 4. 2 Set Stopmotion	27
Gambar 4. 3 Proses pengambilan gambar.....	28
Gambar 4. 4 Proses menyeleksi objek	28
Gambar 4. 5 Proses pembuatan bayangan	29
Gambar 4. 6 Tahap editing video.....	30
Gambar 4. 7 Hasil compositing.....	30
Gambar 4. 8 Langkah proses rendering	33
Gambar 4. 9 Setting format render.....	34

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hardware.....	20
Tabel 3.2 Software	21
Tabel 3.3 Tahapan Pembuatan video iklan	22
Tabel 3.4 Storyboard iklan.....	23
Tabel 4.1 Hasil dari storyboard terhadap video akhir.....	31
Tabel 4.2 Implementasi 12 prinsip animasi	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Aspek Tampilan	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Aspek Respon.....	38
Tabel 4.5 Interval Uji.....	40
Tabel 4.6 Persentase Jawaban Aspek Tampilan	41
Tabel 4.7 Persentase Jawaban Aspek Respon.....	41



INTISARI

Periklanan merupakan suatu bentuk komunikasi dengan tujuan mengajak orang yang melihat, membaca atau mendengarnya untuk melakukan sesuatu. Promosi yang dilakukan mencakup nama produk atau layanan serta bagaimana produk dan layanan tersebut dapat memberikan manfaat bagi calon pembeli. Periklanan terdapat pada dunia pertelevisian, maupun media cetak, sejak awal tahun 1990an, seiring dengan berkembangnya teknologi kini periklanan memiliki banyak variasi tergantung teknik yang dipakai dalam pembuatannya. Truco adalah brand kolektif Pop culture dan original fandom yang berfokus membuat berbagai macam merchandise dari berbagai macam series dan beroperasi di daerah jogja.

Stop animation adalah animasi yang menggunakan media perekam, misalnya kamera, untuk menangkap pergerakan objek yang di gerakan sedikit demi sedikit. Dalam jenis animasi ini, objek akan diatur untuk memperlihatkan pose tertentu dan kamera akan merekam diatur untuk memperlihatkan pose tertentu dan kamera akan merekam pose objek tersebut. Animasi ini sering disebut juga dengan *Claymation* karena, dalam perkembangannya, jenis animasi ini umumnya digunakan media atau berupa tanah liat (*clay*) sebagai objek animasinya.

Truco sebagai brand sedang membutuhkan iklan untuk mempromosikan produknya, maka digunakanlah teknik *stop motion* dengan *clay* sebagai objek yang dipakai (*Claymation*) karena bisa menggambarkan keunikan produk yang akan dikeluarkan oleh truco.

Kata Kunci: Iklan, Animasi, Truco, *Stopmotion*, *Claymation*.

ABSTRACT

Advertising is a form of communication with the aim of inviting people who see, read or hear it to do something. The promotion includes the name of the product or service and how these products and services can provide benefits to potential buyers. Advertising is found in the world of television, as well as print media, since the early 1990s, along with the development of technology now advertising has many variations depending on the techniques used in making it. Truco is a collective Pop culture and original fandom brand that focuses on making various kinds of merchandise from various series and operates in the Jogja area.

Stop animation is an animation that uses recording media, such as a camera, to capture the movement of objects that are moved little by little. In this type of animation, the object will be set to show a certain pose and the camera will record the set to show a certain pose and the camera will record the pose of the object. This animation is often called Claymation because, in its development, this type of animation generally uses media or clay as the animation object.

Truco as a brand is in need of advertising to promote its products, so the stop motion technique is used with clay as the object used (Claymation) because it can describe the uniqueness of the products that will be released by Truco.

Keywords: Advertising, Animation, Truco, Stopmotion, Claymation.