

**IMPLEMENTASI TEKNIK *PARALLAX* DAN *KINETIC*  
*TYPOGRAPHY* DALAM PEMBUATAN IKLAN *MOTION*  
*GRAPHIC* PADA STUDIO KENYANG**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**I Made Aditya Pratama**

**18.11.2062**

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

**IMPLEMENTASI TEKNIK *PARALLAX* DAN *KINETIC*  
*TYPOGRAPHY* DALAM PEMBUATAN IKLAN *MOTION*  
*GRAPHIC* PADA STUDIO KENYANG**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada program Studi Informatika



disusun oleh

**I Made Aditya Pratama**

**18.11.2062**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI TEKNIK *PARALLAX* DAN *KINETIC*  
*TYPOGRAPHY* DALAM PEMBUATAN IKLAN *MOTION*  
*GRAPHIC* PADA STUDIO KENYANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

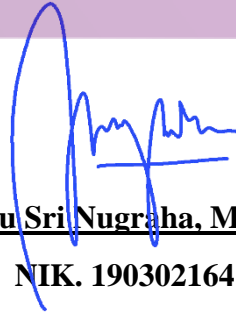
**I Made Aditya Pratama**

**18.11.2062**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 21 Maret 2022

**Dosen Pembimbing,**



**Bhanu Sri Nugraha, M.Kom.**

**NIK. 190302164**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**IMPLEMENTASI TEKNIK *PARALLAX* DAN *KINETIC***  
***TYPOGRAPHY* DALAM PEMBUATAN IKLAN *MOTION***  
***GRAPHIC* PADA STUDIO KENYANG**

yang disusun oleh

**I Made Aditya Pratama**

**18.11.2062**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 17 Juni 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

1. **Bernardhed, M.Kom**  
NIK : 190302243
2. **Alfie Nur Rahmi, M.kom**  
NIK : 190302240
3. **Bhanu Sri Nugraha, M.Kom**  
NIK : 190302164

**Tanda Tangan**



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

Tanggal 06 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, 30 Maret 2022



I Made Aditya Pratama

NIM 18.11.2062

## MOTTO

*We are the result of what we think.*

***Buddha***

*Stay hungry, stay foolish*

***Steve Jobs***

*Whatever you are thinking is what you are attracting.*

***Rhonda Byrne***

*Prosperity is one's ability to endure through so many days ahead.*

***Robert T Kiyosaki***

*Do something at the right time. Don't do things that are not on time.*

***dr. Cahyadi***

*Just go for it*

***Rhonda Benenta***

## PERSEMBAHAN

Puji syukur atas anugerah Tuhan Yang Maha Esa, Sang Hyang Widhi Wasa, dan segala limpahan rahmat-Nya yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, keteguhan dan membekali anugerah ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Laporan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan dan pembuatan skripsi.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak I Komang Nari dan Ibu Ni Wayan Widastri yang selalu memberikan dukungan dan nasehat sehingga saya bisa merampungkan tugas akhir skripsi ini.
3. Kepada dosen pembimbing saya, Bapak Bhanu Sri Nugraha, S.Kom, M.Kom. Terima kasih sudah membimbing saya dari awal sampai akhir, yang sudah memberi kritik dan saran selama penyusunan skripsi ini.
4. Kakak, adik, saudara, teman-teman saya, yang selalu siap membantu dan memberikan dukungan untuk semangat dalam penyusunan skripsi.
5. Ever Jayadi dan Harrys Kumaradana selaku pihak dari Studio Kenyang yang telah membantu mempermudah pengambilan data untuk skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi dengan judul "Implementasi Teknik Parallax dan Kinetic Typography Dalam Pembuatan Iklan Motion Graphic Pada Studio Kenyang”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Bhanu Sri Nugraha, S.Kom. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan motivasi, saran, bantuan dan bimbingan dalam proses menyelesaikan skripsi.
3. Segenap dosen dan staf Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman.
4. Kedua orang tua dan saudara yang tak pernah lelah mendoakan dan memberikan dukungan.
5. Sahabat serta teman-teman 18-S1 Informatika-04 yang memberikan banyak dukungan dan berbagi pengalaman.
6. Berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan serta berbagi pengalaman pada proses penyusunan skripsi ini.

Meskipun penyusunan skripsi ini sudah dilakukan dengan semaksimal mungkin, namun penulis menyadari bahwa usaha tersebut masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.



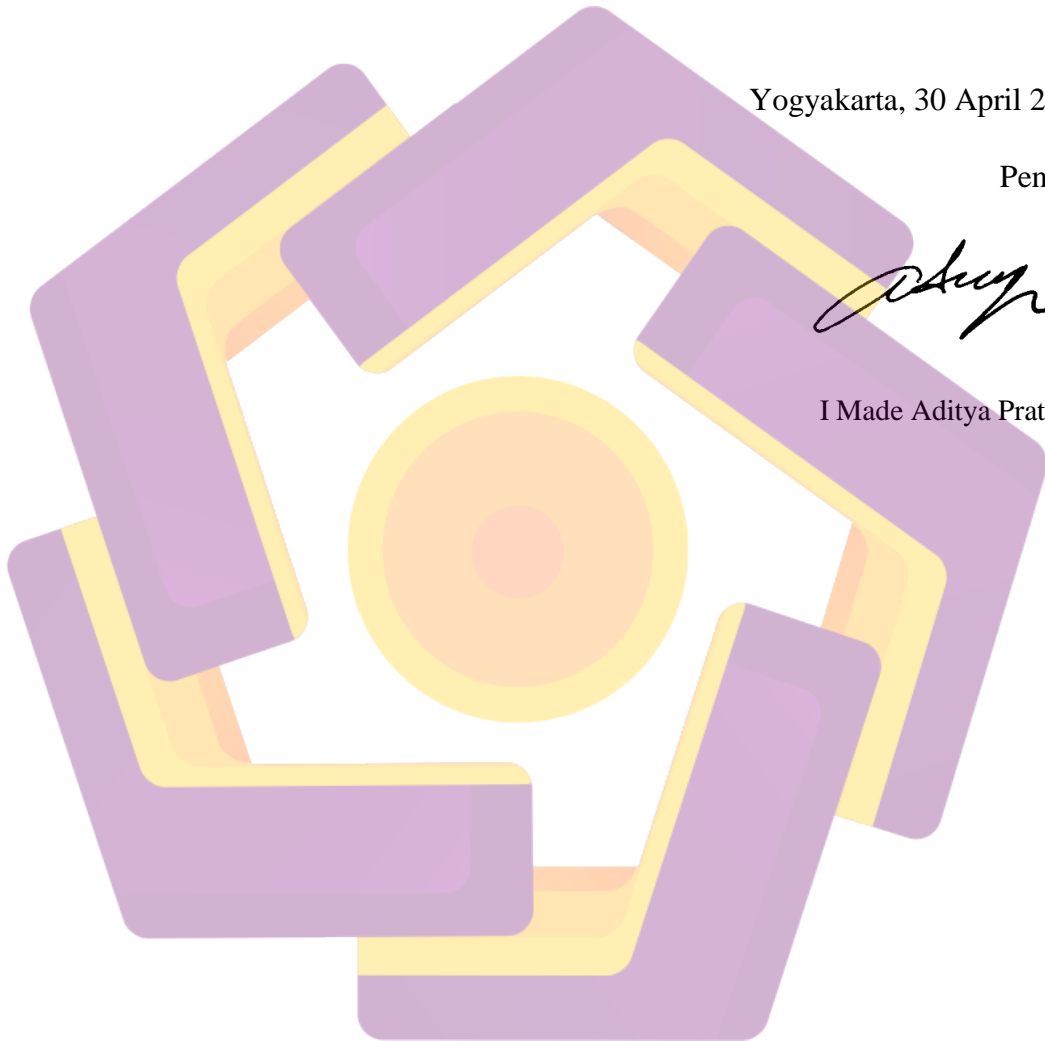
Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat bagi para pembacanya maupun diri penulis sendiri serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 30 April 2022

Penulis



I Made Aditya Pratama



# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN AWAL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Maksud dan 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 SWOT .....	6
1.6.3 Metode Perancangan .....	6
1.6.4 Metode Pengembangan .....	7
1.6.5 Metode Evaluasi.....	7
1.7 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.2 Media Promosi .....	11
2.2.1 Definisi Media Promosi .....	11
2.2.2 Tujuan Media Promosi.....	11
2.2.3 Jenis-jenis Media untuk Promosi .....	12
2.3 Iklan .....	14

2.3.1	Definisi Iklan .....	14
2.3.2	Tujuan Iklan .....	15
2.3.3	Jenis-jenis Iklan.....	15
2.3.4	Strategi Pembuatan Iklan .....	18
2.4	<i>Motion Graphic</i> .....	19
2.4.1	Definisi <i>Motion Graphic</i> .....	19
2.4.2	Sejarah <i>Motion Graphic</i> .....	20
2.4.3	Karakteristik <i>Motion Graphic</i> .....	21
2.5	<i>Parallax Animation</i> .....	22
2.5.1	Definisi <i>Parallax Animation</i> .....	22
2.5.2	Sejarah <i>Parallax Animation</i> .....	22
2.5.3	Metode <i>Parallax Animation</i> .....	23
2.6	<i>Kinetic Typography</i> .....	24
2.6.1	Definisi <i>Kinetic Typography</i> .....	24
2.6.2	Sejarah <i>Kinetic Typography</i> .....	25
2.6.3	Karakteristik <i>Kinetic Typography</i> .....	25
2.6.4	Elemen-elemen <i>Kinetic Typography</i> .....	26
2.7	Tahap Analisis .....	27
2.7.1	Analisis SWOT .....	27
2.7.2	Analisis Kebutuhan.....	29
2.8	Tahap Produksi .....	31
2.8.1	Tahap Pra Produksi .....	31
2.8.2	Tahap Produksi .....	33
2.9	Pengolahan Data Kuesioner.....	35
2.9.1	Skala Likert.....	35
2.9.2	Menentukan Interval .....	36
2.9.3	Rumus Persentase .....	37
<b>BAB III.....</b>		<b>38</b>
<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Tinjauan Umum .....	38
3.1.1	Deskripsi Objek.....	38
3.1.2	Visi dan Misi Studio Kenyang .....	39
3.1.3	Biodata Studio Kenyang .....	39

3.1.4	Data Hasil Projek Studio Kenyang .....	40
3.2	Pengambilan Data .....	41
3.2.1	Wawancara.....	41
3.2.2	Observasi.....	41
3.3	Analisis Masalah.....	43
3.3.1	Kelemahan .....	44
3.3.2	Solusi yang dipilih untuk diterapkan .....	44
3.3.3	Analisis Kebutuhan Fungsional .....	45
3.3.4	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional.....	45
3.4	Pencarian dan Penemuan Ide .....	47
3.5	Rancangan Naskah.....	48
3.6	Rancangan Storyboard.....	52
<b>BAB IV</b>	.....	<b>57</b>
<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>57</b>
4.1	Implementasi.....	57
4.1.1	Produksi .....	58
4.1.2	Pasca Produksi .....	78
4.2.	Hasil Pengujian dan Pembahasan .....	82
4.2.1	<i>Testing</i> .....	83
4.2.2	Implementasi.....	92
<b>BAB V</b>	.....	<b>96</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>96</b>
5.1	Kesimpulan .....	96
5.2	Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>102</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Tabel Swot .....	28
Gambar 2.2 Contoh Story Board .....	32
Gambar 3.1 Logo Studio Kenyang .....	38
Gambar 3.2 Tampilan Referensi Curiosity.....	42
Gambar 3.3 Tampilan Referensi Resoylution Campaign .....	42
Gambar 4.1 Alur Proses Produksi .....	57
Gambar 4.2 Preset Setting .....	58
Gambar 4.3 Layout .....	59
Gambar 4.4 Karakter .....	59
Gambar 4.5 Layering File .....	60
Gambar 4.6 Penyimpanan File .....	61
Gambar 4.7 Import Audio ke Adobe Premiere Pro .....	62
Gambar 4.8 Editing Audio .....	62
Gambar 4.9 Exporting audio to.mp3 .....	63
Gambar 4.10 Composition Setting pada Adobe After Effect .....	64
Gambar 4.11 Importing file asset pada Adobe After Effect .....	65
Gambar 4.12 Memulai Penganimasian .....	65
Gambar 4.13 Pengaturan Keyframe Layer pada Scene 1 .....	66
Gambar 4.14 Hasil Scene 1 .....	66
Gambar 4.15 Pengaturan Keyframe pada Scene 2 .....	67
Gambar 4.16 Hasil Scene 2 .....	67
Gambar 4.17 Pengaturan Keyframe pada Scene 3 .....	68
Gambar 4.18 Hasil Scene 3 .....	68
Gambar 4.19 Pengaturan Keyframe pada Scene 4 .....	69
Gambar 4.20 Hasil Scene 4 .....	69

Gambar 4.21 Pengaturan Keyframe pada Scene 5 .....	70
Gambar 4.22 Hasil Scene 5 .....	70
Gambar 4.23 Pengaturan Keyframe pada Scene 6 .....	71
Gambar 4.24 Hasil Scene 6 .....	71
Gambar 4.25 Pengaturan Keyframe pada Scene 7 .....	72
Gambar 4.26 Hasil Scene 7 .....	72
Gambar 4.27 Pengaturan Keyframe pada Scene 8 .....	73
Gambar 4.28 Hasil Scene 8 .....	73
Gambar 4.29 Pengaturan Keyframe pada Scene 9 .....	74
Gambar 4.30 Hasil Scene 9 .....	74
Gambar 4.31 Pengaturan Keyframe pada Scene 10 .....	75
Gambar 4.32 Hasil Scene 10 .....	75
Gambar 4.33 Pengaturan Keyframe pada Scene 11 .....	76
Gambar 4.34 Hasil Scene 11 .....	76
Gambar 4.35 Pengaturan Keyframe pada Scene 12 .....	77
Gambar 4.36 Hasil Scene 12 .....	77
Gambar 4.37 Rendering per-scene .....	78
Gambar 4.38 New Sequence/Sequence Setting .....	79
Gambar 4.39 Timeline .....	80
Gambar 4.40 Adobe Premiere Pro Export Setting .....	81
Gambar 4.41 Proses Rendering .....	81
Gambar 4.42 Hasil Akhir Video .....	82
Gambar 4.43 Diagram Penelitian Kuesioner .....	91
Gambar 4.44 Mengunggah Video Iklan di Youtube .....	92
Gambar 4.45 Tampilan Video iklan di Youtube .....	93
Gambar 4.46 Mengunggah Video Iklan di Facebook Page .....	94

Gambar 4.47 Tampilan Video di Facebook Page ..... 94  
Gambar 4.48 Mengunggah Video Iklan di Instagram ..... 95  
Gambar 4.49 Tampilan Video di Instagram ..... 95



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka .....	10
Tabel 2.2 Contoh Pengkategorian Skor Jawaban .....	36
Tabel 2.3 Contoh Kriteria Rumus Persentase .....	37
Tabel 3.1 Analisis SWOT .....	43
Tabel 3.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak .....	46
Tabel 4.1 Alur Proses Produksi .....	57
Tabel 4.2 Review Penilaian Video Motion Graphic Studio Kenyang .....	84
Tabel 4.3 Interview Uji Pihak Ahli Multimedia Content Production .....	85
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Ahli Multimedia Content Production Aspek Tampilan dan Aspek Informasi .....	86
Tabel 4. 5 Tabel Hasil Uji Pihak Ahli Multimedia Content Production .....	87
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Mahasiswa dan Masyarakat Umum Aspek Tampilan dan Aspek Informasi .....	88
Tabel 4. 7 Tabel Hasil Uji Mahasiswa dan Masyarakat Umum .....	89



## INTISARI

Kenyang Bersama adalah sebuah studio yang berlokasi di kota Manado yang bergerak di bidang jasa pembuatan game, web, dan animasi pembelajaran. Studio Kenyang Bersama dalam tahap ini masih berupa studio kecil yang masih belum banyak orang mengetahui tentang apa saja jasa yang ditawarkan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk membuat sebuah video iklan sebagai media promosi untuk informasi kepada pelanggan mengenai jasa yang ditawarkan oleh pihak studio. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan studio Kenyang Bersama ini adalah Motion Graphic dengan Implementasi Background Menggunakan Teknik Parallax Animation dan Kinetic Typography.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil dari jasa yang dihasilkan oleh studio Kenyang Bersama sudah sangat baik, di mana itu berarti studio dapat memberikan hasil maksimal sesuai dengan keinginan pelanggan. Namun terdapat beberapa aspek hambatan yang membuat pihak studio merasa kekurangan dalam memasarkan jasanya, seperti ketidaktahuan masyarakat di sekitar daerah tersebut tentang studio yang memasarkan jasa yang diberikan sehingga masyarakat di sana lebih memilih untuk menyewa jasa dari luar daerah.

Dari uraian tersebut terdapat saran yang dapat diberikan kepada pemilik studio Kenyang Bersama untuk lebih memperluas periklanan dengan cara yang lebih menarik sehingga pelanggan dapat mengetahui tentang jasa yang diberikan oleh pihak studio.

**Kata Kunci:** Studio Kenyang, motion graphics, parallax animation, kinetic typography.

## ABSTRACT

Kenyang Bersama is a studio located in the city of Manado which is engaged in the services of making games, web, and learning animations. Studio Kenyang Bersama at this stage is still a small studio that still not many people know about what services are offered. The purpose of this research is to make a video advertisement as a promotional media for information to customers about the services offered by the studio. The technique used in making this Kenyang Bersama studio ad video is Motion Graphic with Background Implementation Using Parallax Animation and Kinetic Typography Techniques.

Based on the data obtained from the results of the study, it shows that the results of the services produced by the Kenyang Bersama studio are very good, which means the studio can provide maximum results according to the wishes of the customer. However, there are several aspects of obstacles that make the studio feel lacking in marketing its services, such as the ignorance of the people around the area about the studio that markets the services provided so that the people there prefer to hire services from outside the area.

From this description, there are suggestions that can be given to the owner of the Kenyang Bersama studio to further expand advertising in a more attractive way so that customers can find out about the services provided by the studio.

**Keywords:** Studio Kenyang, motion graphics, parallax animation, kinetic typography.