

**PEMBUATAN DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
PADA BMT AGAWA MAKMUR MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Bagus Arifianto

15.21.0892

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**PEMBUATAN DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
PADA BMT AGAWA MAKMUR MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Bagus Arifianto

15.21.0892

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
PADA BMT AGAWE MAKMUR MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bagus Arifianto

15.21.0892

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 12 Mei 2018

Dosen Pembimbing,

Agus Purwanto, M.Kom

NIK. 190302229

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PADA BMT AGAWA MAKMUR MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bagus Arifianto

15.21.0892

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Februari 2018

Susunan Dewan Penguji

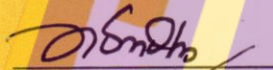
Nama Penguji

Tanda Tangan

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302035



Windha Mega Pradnya D, M.Kom
NIK. 190302185



Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302187



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 17 Februari 2018



DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 190302038



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, 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 terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 17 Februari 2018



Bagus Arifianto

NIM. 15.21.0892

HALAMAN MOTTO

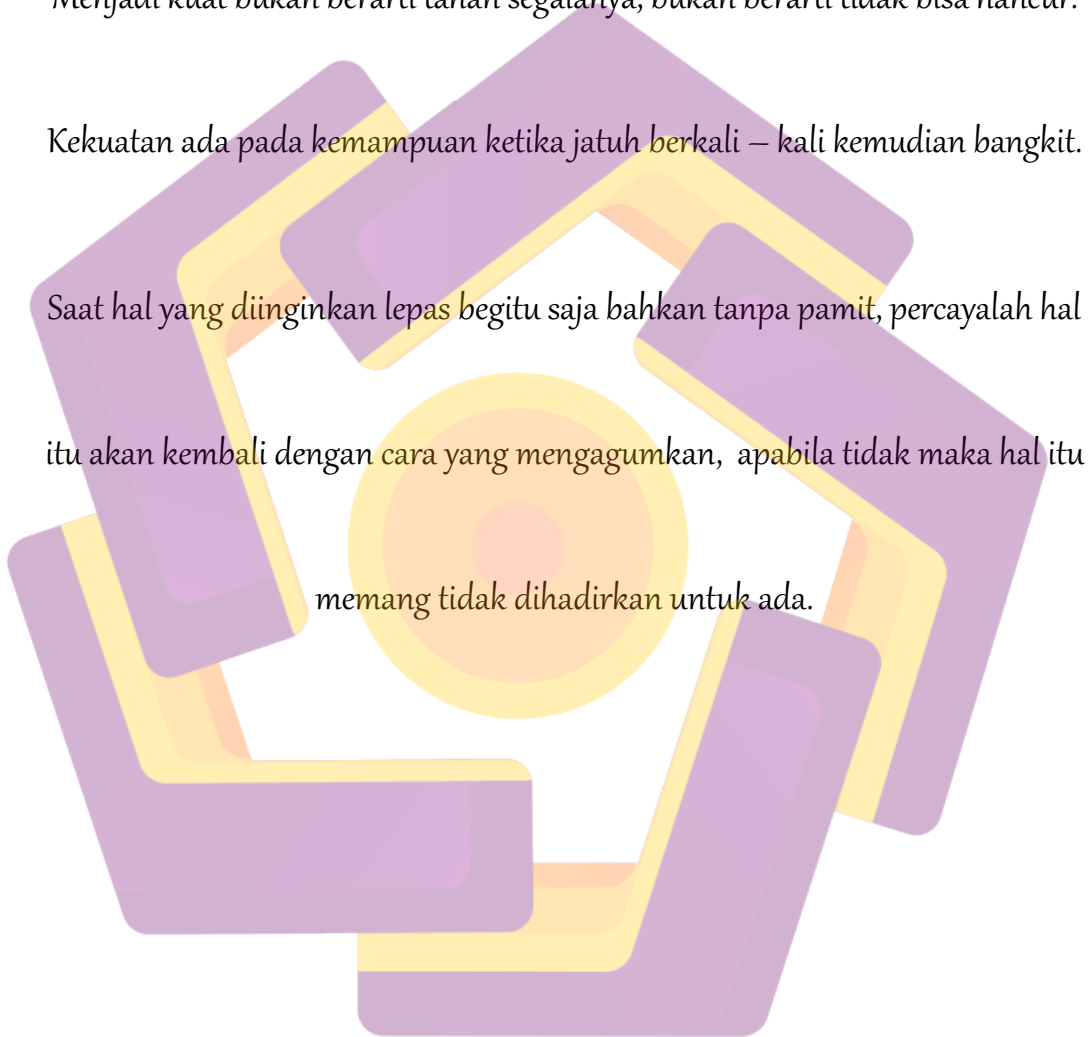
Menjadi kuat bukan berarti tahan segalanya, bukan berarti tidak bisa hancur.

Kekuatan ada pada kemampuan ketika jatuh berkali – kali kemudian bangkit.

Saat hal yang diinginkan lepas begitu saja bahkan tanpa pamit, percayalah hal

itu akan kembali dengan cara yang mengagumkan, apabila tidak maka hal itu

memang tidak dihadirkan untuk ada.



Halaman Persembahan

Setulus hati skripsi ini saya buat, untuk pencapaian cita-cita saya yang segera akan saya wujudkan, satu persatu apa yang saya impikan mulai terwujud karena doa kalian dan dukungan yang tidak ada hentinya, teruntuk keluarga saya **Zaenal Arifin, Hj Baiq Merthawati, dan Alif Aulia Fajr Arifin.** keluarga kecil yang selalu mendampingi saya dengan kebahagiaan didalamnya.

Dukungan tidak hanya datang dari keluarga, teman-teman yang turut membantu saat susah, selalu ada ketika saya membutuhkan, teruntuk **Dwi Ajeng Sasmitha** yang selalu memarahi saya.

Terimakasih untuk kalian yang selalu ada untuk saya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ Pembuatan dan perancangan video promosi pada BMT Agawe Makmur menggunakan teknik *Motion Graphic*”, masih banyak sekali kekurangan yang itu semua tidak lepas karena keterbatasan penulis.

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk persyaratan kelulusan jenjang Program Strata 1(S1) jurusan Teknik Informatika pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA. Dalam pembuatan skripsi ini, tentu saja penulis mendapat banyak sekali bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA;
2. Bapak Sudarmawan, M.Kom selaku Ketua Jurusan S1 Teknik Informatika UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA;
3. Bapak Agus Purwanto, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai;
4. Tim penguji, segenap dosen dan karyawan UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA yang telah memberikan ilmu dan pengalaman;
5. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian pembuatan skripsi ini.

Semoga pembuatan skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca.

Yogyakarta, 17 Februari 2018

Bagus Arifianto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat penelitian bagi penulis,sebagai mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta	4

1.5.2	Manfaat penelitian bagi PT. Panganmas Inti Persada	4
1.5.3	Manfaat penelitian bagi Konsumen.....	4
1.5.4	Manfaat bagi Univesitas Amikom Yogyakarta.....	4
1.6.	Metodologi Penelitian	5
1.6.1.	Pengumpulan Data	5
1.6.2.	Metode Analisis	5
1.6.3.	Metode Produksi.....	6
1.6.3.1	Pra Produksi	6
1.6.3.2	Proses Produksi.....	6
1.6.3.3	Pasca Produksi.....	6
1.6.4.	Evaluasi	6
1.7.	Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI		8
2.1.	Tinjauan Umum	8
2.2.	Definisi Multimedia	9
2.3.	Objek / Elemen Multimedia	11
2.3.1.	Teks	11
2.3.2.	Gambar	11
2.3.3.	Suara	12
2.3.4.	Video	12
2.3.5.	Animasi	13
2.3.6.	Virtual Reality	13
2.4.	Tahap Produksi Multimedia.....	14
2.4.1.	Tahap Pra Produksi	14
2.4.2.	Tahap Produksi.....	15
2.4.3.	Tahap Pasca Produksi.....	15
2.5.	Definisi <i>Motion Graphic</i>	16
2.6.	Karakteristik <i>Motion Graphic</i>	17
2.7.	Animasi	18
2.7.1	Pengertian Animasi	19

2.7.2	Teknik Animasi	19
2.7.1.1	Stop Motion Animation.....	19
2.7.1.2	2D Hybrid Animation.....	19
2.7.1.3	2D Digital Animation.....	19
2.7.3	Prinsip - prinsip Animasi.....	21
2.8.	Sejarah Iklan.....	29
2.8.1	Pengertian Iklan.....	30
2.8.2	Tujuan Iklan	31
2.9.	Analisis SWOT	32
2.9.1	Tabel Matriks SWOT	33
2.10.	Analisis Kebutuhan Sistem	35
2.10.1	Kebutuhan Fungsional.....	36
2.10.2	Kebutuhan Non-Fungsional	36
2.10.2.1	Oprasional	36
2.10.2.2	Kinerja.....	36
2.10.2.3	Keamanan.....	36
2.11	Metode Kuesioner	36
2.11.1	Skala Likert	37
2.11.2	Skor Perhitungan Skala Likert	38
BAB III ANALISIS PERANCANGAN		40
3.1.	Tinjauan Umum	40
3.1.1	BMT Agawe Makmur	40
3.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	41
3.1.2.1	Visi.....	41
3.1.2.2	Misi	41
3.1.3	Produk	41
3.1.3.1	Produk Simpanan	41
3.1.3.2	Produk Simpanan Berjangka.....	42
3.1.3.3	Produk Pembiayaan.....	42
3.1.3.4	Produk Lain	43

3.1.3.5	Menerima Pembayaran.....	44
3.1.4	Logo Perusahaan	44
3.2.	Pengumpulan Data	45
3.2.1	Wawancara	45
3.2.2	Observasi	45
3.3.	Analisis Sistem	47
3.3.1	SWOT.....	47
3.3.1.1	<i>Strenghts</i> (Kekuatan)	48
3.3.1.2	<i>Weakness</i> (Kelemahan).....	49
3.3.1.3	<i>Opportunities</i> (Peluang).....	49
3.3.1.4	<i>Threats</i> (Ancaman).....	50
3.3.2	Matriks SWOT.....	50
3.3.2.1	Kelemahan	53
3.3.2.2	Solusi	53
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	54
3.4.1	Kebutuhan Fungsional	54
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional	55
3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras.....	55
3.4.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	56
3.5	Tahap Pra Produksi	56
3.4.1	Ide Cerita	56
3.4.2	Tema Cerita	57
3.4.3	Naskah (<i>Script</i>).....	57
3.4.4	<i>Storyboard</i>	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Produksi	62
4.1.1	Produk Asal Properti.....	62
4.1.2	Produksi Asset Properti.....	72
4.1.3	Produksi Asset Karakter.....	76
4.1.4	Produksi Suara	80

4.1.4.1	Narasi	80
4.1.4.2	Perekaman Suara.....	81
4.1.4.3	Editing Suara.....	82
4.2	Pasca Produksi	83
4.2.1	Compositing.....	83
4.2.1.1	Frame 1: Masalah yang dihadapi	83
4.2.1.2	Frame 12: Masalah yang dihadapi	86
4.2.2	<i>Editing</i>	90
4.2.3	<i>Rendering</i>	92
4.3	Tahap Pengujian	93
4.3.1	Menentukan Interval	93
4.3.2	Menentukan Nilai Ideal Keseluruhan Responden.....	94
4.3.3	Menentukan Frekuensi dan Presentase Pertanyaan	94
4.3.4	Mengunggah pada Situs Youtube	111
BAB V PENUTUP		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Saran	112
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN.....		116

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matkriks SWOT.....	34
Tabel 2.1	Presentase Nilai.....	29
Tabel 3.1	Matriks SWOT.....	50
Tabel 3.2	Storyboard.....	63
Tabel 4.1	Kategori Skor Jawaban	94

Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Pertanyaan 1	95
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Pertanyaan 2	96
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Pertanyaan 3	96
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Pertanyaan 4	97
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Pertanyaan 5	97
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Pertanyaan 6	98
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Pertanyaan 7	99
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Pertanyaan 8	99
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner Pertanyaan 9	100
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner Pertanyaan 10	100
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner Pertanyaan 11	101
Tabel 4.13 Hasil Kuesioner Pertanyaan 12	101
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner Pertanyaan 13	102
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner Pertanyaan 14	102
Tabel 4.16 Hasil Kuesioner Pertanyaan 15	103
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner Pertanyaan 16	103
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner Pertanyaan 17	104
Tabel 4.19 Hasil Kuesioner Pertanyaan 18	104
Tabel 4.20 Hasil Kuesioner Pertanyaan 19	105
Tabel 4.21 Hasil Kuesioner Pertanyaan 20	105
Tabel 4.22 Hasil Kuesioner Pertanyaan 21	106
Tabel 4.23 Hasil Kuesioner Pertanyaan 22	106

Tabel 4.24 Hasil Kuesioner Pertanyaan 23	107
Tabel 4.25 Hasil Kuesioner Pertanyaan 24	107
Tabel 4.26 Hasil Kuesioner Pertanyaan 25	108
Tabel 4.27 Hasil Kuesioner Pertanyaan 26	108
Tabel 4.12 Hasil Nilai Rata-rata Kuesioner	109

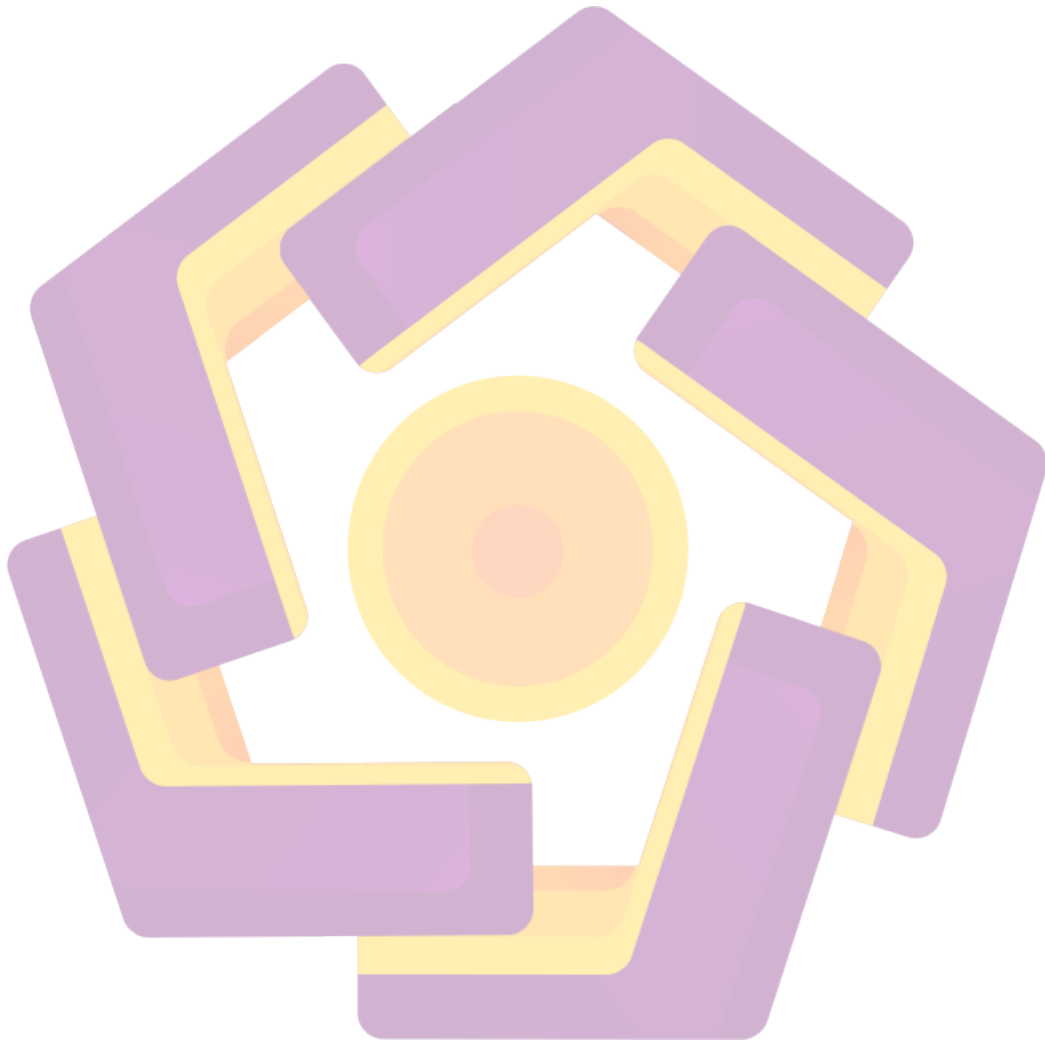
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Storyboard	14
Gambar 2.2 Multi-Sketching	20
Gambar 2.3 Cel-shaded Animation	20
Gambar 2.4 Pose to Pose	21
Gambar 2.5 Timing	22
Gambar 2.6 Stretch and Squash	23
Gambar 2.7 Anticipation	24
Gambar 2.8 Secondary Action	24
Gambar 2.9 Follow through dan overlapping action	25
Gambar 2.10 Slow in and slow out	26
Gambar 2.11 Arch	27
Gambar 2.12 Exaggeration	27
Gambar 2.13 Staging	28
Gambar 2.14 Appeal	28
Gambar 2.15 Solid Drawing	29
Gambar 3.1 Info Produk Pada Brosur	44
Gambar 3.2 Logo BMT Agawe Makmur	44
Gambar 3.3 Brosur BMT Agawe Makmur	47
Gambar 4.1 New Document	73
Gambar 4.2 Pen Tools	73

Gambar 4.3	Menggambar Logo	74
Gambar 4.4	Live Paint Tools	74
Gambar 4.5	Export ke .PNG	75
Gambar 4.6	Asset	76
Gambar 4.7	New Document	77
Gambar 4.8	Pen tools	77
Gambar 4.9	Muka	78
Gambar 4.10	Wajah	78
Gambar 4.11	Telinga	79
Gambar 4.12	Badan	79
Gambar 4.13	Asset Karakter	80
Gambar 4.14	Voice Memos	81
Gambar 4.15	Proses Perekaman Suara	82
Gambar 4.16	Menghilangkan Noise	83
Gambar 4.17	New Composition	84
Gambar 4.18	Pop Up	84
Gambar 4.19	Duik	85
Gambar 4.20	Keyframe	85
Gambar 4.21	Timeline	86
Gambar 4.23	Map	86
Gambar 4.23	Effect pada Layer	87
Gambar 4.24	Text	88
Gambar 4.25	Timeline	88
Gambar 4.26	Camera dan Null Layer	89
Gambar 4.27	Scene 12	90
Gambar 4.28	New Project	91
Gambar 4.29	Import File	91
Gambar 4.30	Penggabungan File	92
Gambar 4.31	Export File	93
Gambar 4.32	Mengunggah pada Situs Youtube	112
Gambar 4.33	Penerimaan Video	112

LAMPIRAN

Lampiran Wawancara	1
Lampiran Kuesioner.....	2



INTISARI

BMT Agawe Makmur merupakan lembaga keuangan mikro. Mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil antara lain mendorong kegiatan menabung menyalurkan dana dengan prosedur yang mudah adalah tujuan utama dari BMT Agawe Makmur. Untuk mendukung sebuah kemajuan, perusahaan membutuhkan suatu media promosi, salah satu media untuk mempromosikan perusahaan adalah pembuatan video promosi.

Video merupakan salah satu media promosi yang banyak digunakan untuk menampilkan dan menjelaskan suatu perusahaan dan tujuan utama perusahaan. Dengan perkembangan teknologi video promosi dapat digunakan pada situs web maupun sebagai media pendukung presentasi saat mengadakan meeting dengan perusahaan lain yang bersangkutan.

Terdapat beberapa teknik dalam pembuatan video promosi, salah satunya adalah teknik motion graphic. Penggabungan teks, foto atau gambar yang akan disajikan dalam video dengan teknik motion graphic.

Kata Kunci: BMT Agawe Makmur, Usaha, Video Promosi, Motion Graphic.

ABSTRACT

BMT Agawe Makmur is a micro finance institution. Developing productive and investment efforts in improving the quality of economic activities of entrepreneurs, encourage saving activities to channel funds with easy procedures is the main goal of BMT Agawe Makmur. To support a progress, companies need a media promotion, of one of the media to promote the company is the creation of promotional videos.

Video is one of the media campaign that is widely used to display and describe a company and the the company's products. With technological development and promotional video can be used on the website and as well as supporting media presentation during a meeting with other companies concerned.

There are several techniques in making promotional video, one of which is a motion graphic technique. Merging text, photos or images that will be presented in the video with motion graphic technique.

Keywords: BMT Agawe Makmur, Business, Promotional Video, Motion Graphic.

