

**PENERAPAN TEKNIK POP UP DENGAN MENGGUNAKAN  
SOFTWARE ADOBE AFTER EFFECT PADA IKLAN  
"SMOELLEN KOFFIE" YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Veby Pratama**

**12.11.6487**

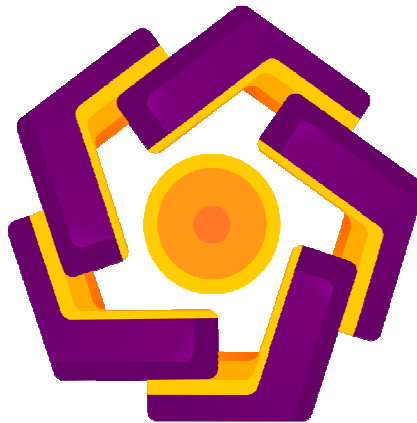
**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2016**

**PENERAPAN TEKNIK POP UP DENGAN MENGGUNAKAN  
SOFTWARE ADOBE AFTER EFFECT PADA IKLAN  
"SMOELN KOFFIE" YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana

pada Program Studi Teknik Informatika



disusun oleh

**Veby Pratama**

**12.11.6487**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2016**

## PERSETUJUAN

### SKRIPSI

**PENERAPAN TEKNIK POP UP DENGAN MENGGUNAKAN  
SOFTWARE ADOBE AFTER EFFECT PADA IKLAN  
"SMOELN KOFFIE" YOGYAKARTA**


yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Veby Pratama**

**12.11.6487**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 2 Desember 2015

Dosen Pembimbing,



**Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng.**

**NIK. 190302105**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN TEKNIK POP UP DENGAN MENGGUNAKAN  
SOFTWARE ADOBE AFTER EFFECT PADA IKLAN  
“SMOELN KOFFIE” YOGYAKARTA**

yang disusun oleh

**Veby Pratama**

**12.11.6487**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 November 2016

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng**  
**NIK. 190302105**

**Erni Seniwati, S.Kom, M.Cs**  
**NIK. 190302231**

**Joko Dwi Santoso, M.Kom**  
**NIK. 190302181**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 9 Desember 2016

**KETUA STM IK AMIKOM YOGYAKARTA**



**Prof. Dr. M. Sayanto, M.M.**  
**NIK. 190302001**

## 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 akademisi di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

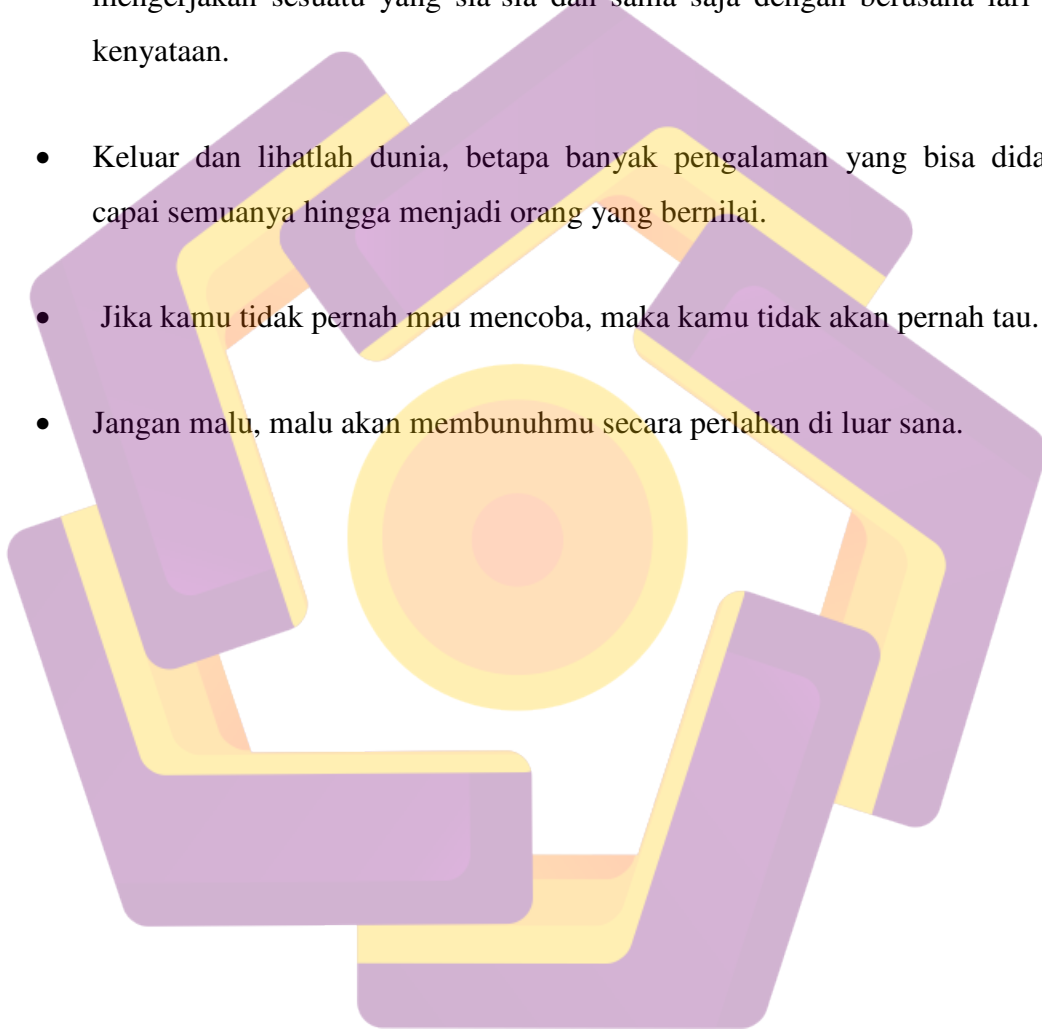
Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 23 November 2016



## MOTTO

- Ciptakan suatu karya setiap harinya, apapun itu.
- Tidak fokus pada tujuan yang didepan mata, akan menghabiskan waktu untuk mengerjakan sesuatu yang sia-sia dan sama saja dengan berusaha lari dari kenyataan.
- Keluar dan lihatlah dunia, betapa banyak pengalaman yang bisa didapat, capai semuanya hingga menjadi orang yang bernilai.
- Jika kamu tidak pernah mau mencoba, maka kamu tidak akan pernah tau.
- Jangan malu, malu akan membunuhmu secara perlahan di luar sana.



## PERSEMBAHAN

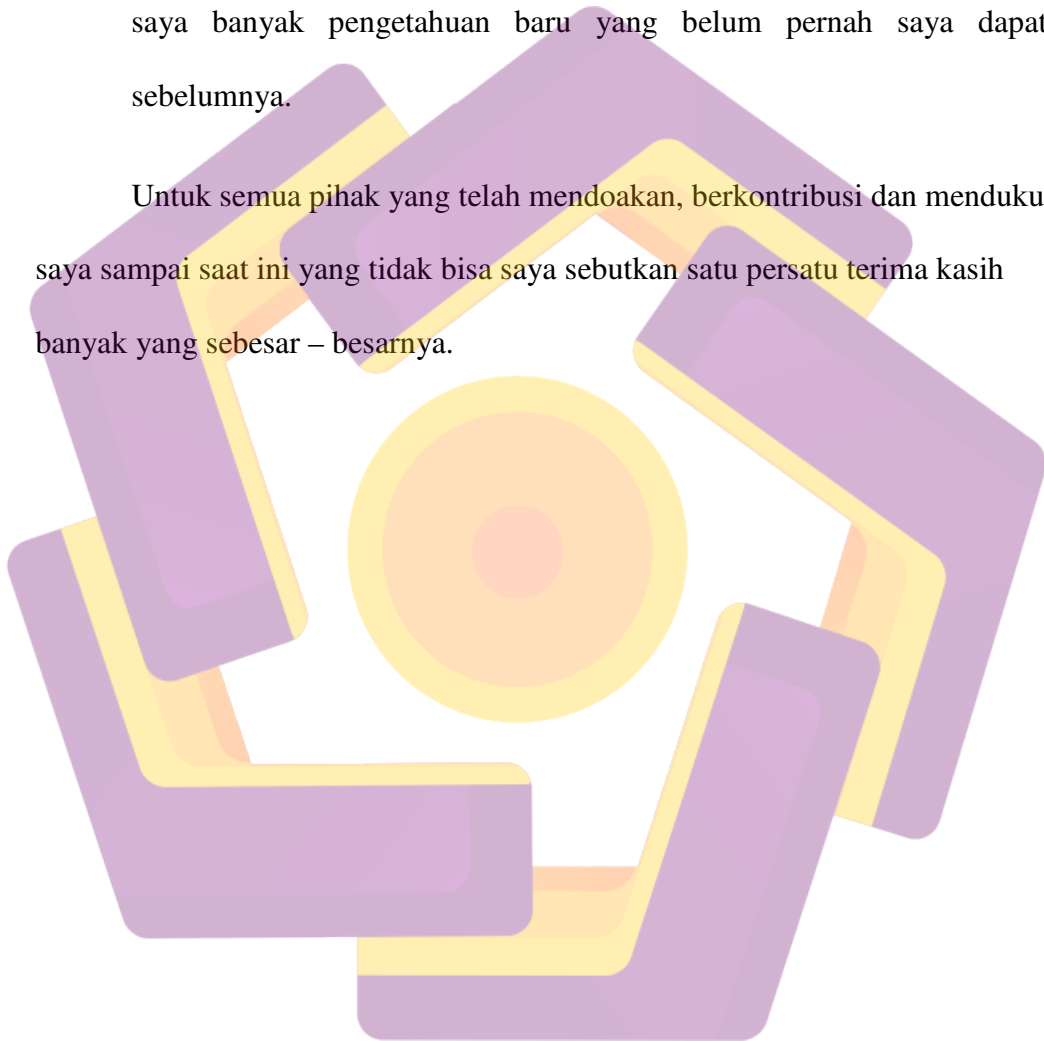
Alhamdulillah sholawat dan salam atas Rasulullah, keluarga, para sahabat, dan segenap pengikutnya hingga akhir zaman. Segala puji milik Allah Subhanahu wata'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah dan taufik-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Kedua orang tua saya untuk Bapak dan Ibu yang saya cintai dan hormati yang selalu memberikan kasih sayang dan kepercayaan serta doa kepada saya agar bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Saya persembahkan skripsi ini untuk Bapak dan Ibu saya.
- Untuk Adik saya Rahmi Oktavia Maudinatul Safira dan Adik saya Zahara Rahmanda Putri tercinta terimakasih atas dukungan dan semangatnya karena kalian berdua saya bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
- Untuk keluarga senasib seperantauan bang Kibo, Momoy, Jek, Peb, Cuur, Baonk, Barkon, Ridwan Loyo, Wagiman, Tomlek, Mboel, Pitax, Dek Rini dan Teman-Teman Kelas 12-S1-TI yang pernah terlibat kerjasama atau tidak, terimakasih atas support yang kalian berikan kepada saya
- Untuk Kerabat, Sahabat, Saudara saya 'coLtay, Rian Nden, Rangga Mamen, Yudhex, Dank Lin, Beken semuanya yg tidak bisa saya sebut satu persatu. Terimakasih atas semua yang kalian berikan.
- Terakhir Untuk Seseorang yang selalu menyemangati dan memarahi dengan sabar hingga Skripsi ini bisa berjalan dengan lancar, terimakasih

juga doa yang selalu disertainya untuk saya, Terimakasih untuk Mifta Rizkiana Hasni.

- Serta STMIK AMIKOM YOGYAKARTA tempat saya belajar menimba ilmu, para Dosen dan juga Mahasiswa-mahasiswanya karena memberikan saya banyak pengetahuan baru yang belum pernah saya dapatkan sebelumnya.

Untuk semua pihak yang telah mendoakan, berkontribusi dan mendukung saya sampai saat ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih banyak yang sebesar – besarnya.





## KATA PENGANTAR

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

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. Bapak Sudarmawan, M.T. selaku ketua jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan masukan bagi penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
5. Semua keluarga besar penulis terutama untuk orang tua yang tidak pernah lelah memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.
6. Teman-teman senasib seperantauan dan seperjuangan selama ini yang luar biasa semangatnya.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu baik dukungan moril maupun materiil, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penyusun menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penyusun, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pengembangan pada bidang multimedia.

Yogyakarta, 23 November 2016

Penyusun

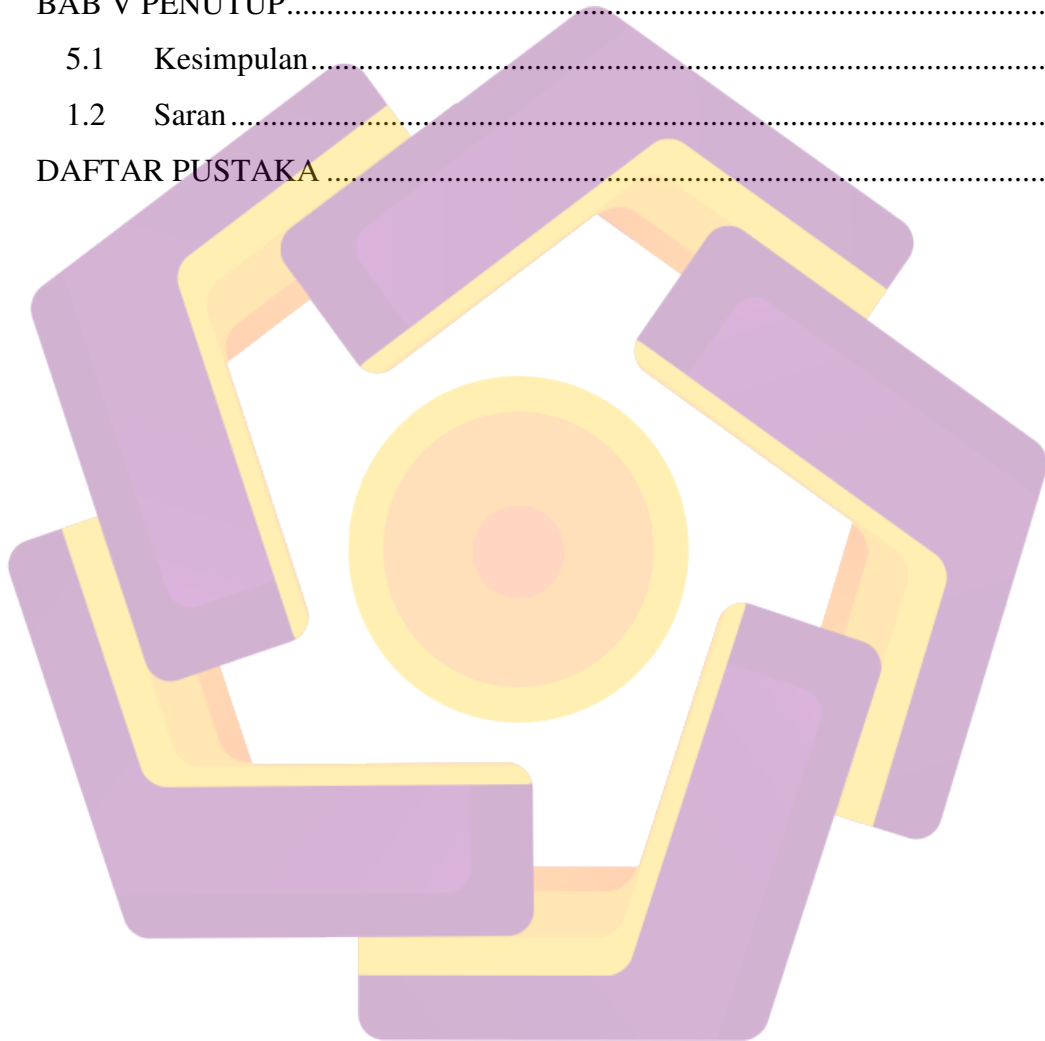
## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMANMOTO .....	v
HALAMANPERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
INTISARI.....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.1.1 Observasi.....	4
1.5.1.2 Wawancara.....	4
1.5.1.3 Studi Literatur .....	4
1.5.2 Metode Perancangan.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.2 Konsep Dasar .....	8

2.2.1	Pengertian Iklan .....	8
2.2.2	Jenis-Jenis Iklan .....	8
2.1.2.1	Iklan Komersil.....	8
2.1.2.1	Iklan tidak Komersil .....	8
2.1.3	Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	9
2.3	Konsep Pop Up.....	9
2.3.1	Sejarah Pop Up.....	9
2.3.2	Pengertian Pop Up .....	11
2.4	animasi .....	12
2.4.1	Jenis Animasi .....	13
2.4.1.1	Animasi sel.....	13
2.4.1.2	Animasi Frame .....	13
2.4.1.3	Animasi Sprite.....	14
2.4.1.4	Animasi Lintasan .....	14
2.4.1.5	Animasi Spline .....	14
2.4.1.6	Animasi Vektor .....	15
2.4.1.7	Animasi Karakter .....	15
2.4.1.8	Computational Animation.....	16
2.4.1.9	Animas Morphing .....	16
2.5	Tahap Produksi .....	16
2.5.1	Pra Produksi .....	17
2.5.1.1	Naskha.....	17
2.5.1.2	Sketsa .....	17
2.5.1.2	Jenis-jenis sketsa .....	17
2.5.1.3	Storyboard.....	19
2.5.1.3.1	Jenis Storyboard.....	19
2.5.1.3.2	Elemen Storyboard.....	22
2.5.2	Produksi .....	24
2.5.3	Pasca Produksi .....	25
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>26</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	26

3.1.1	Smoelen Koffie.....	26
3.1.2	Visi dan Misi .....	27
3.1.3	Logo.....	27
3.2	Analisis Kebutuhan Sistem .....	28
3.2.1	Tahap Produksi.....	30
3.2.1.1	Pra Produksi dan Produksi .....	30
3.2.2	Analisis Kebutuhan Sistem .....	31
3.2.2.1	Analisis Kebutuhan Informasi.....	31
3.2.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak .....	31
3.2.2.3	Kebutuhan Perangkat Keras .....	31
3.2.2.4	Kebutuhan Brainware.....	32
3.3	Rincian Biaya .....	32
3.3.1	Biaya Pembuatan Iklan.....	32
3.4	Studi Kelayakan Sisitem .....	33
3.4.1	Kelayakan Teknis .....	33
3.4.2	Kelayakan Hukum.....	34
3.4.3	Kelayakan Operasional.....	34
3.5	Perancangan Iklan .....	35
3.5.1	Brainstroming Iklan.....	35
3.5.2	Konsep Iklan.....	35
3.5.3	Perancangan Naskah.....	35
3.5.4	Perancangan Storyboard.....	38
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>44</b>
4.1	Tahap Produksi.....	44
4.1.1	Pembuatan Karakter .....	44
4.1.2	Pembuatan Background.....	44
4.1.3	Pengambilan Foto.....	45
4.2	Pasca Produksi.....	46
4.2.1	Manajemen File .....	47
4.2.2	Editing .....	48
4.2.3	Import File.....	49

4.2.4	Pembuatan Pop Up.....	51
4.2.5	Render File.....	56
4.2.6	Penggabungan Project Video.....	57
4.2.7	Hasil Akhir Editing.....	60
4.2.8	Review Testing.....	61
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan.....	64
1.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66

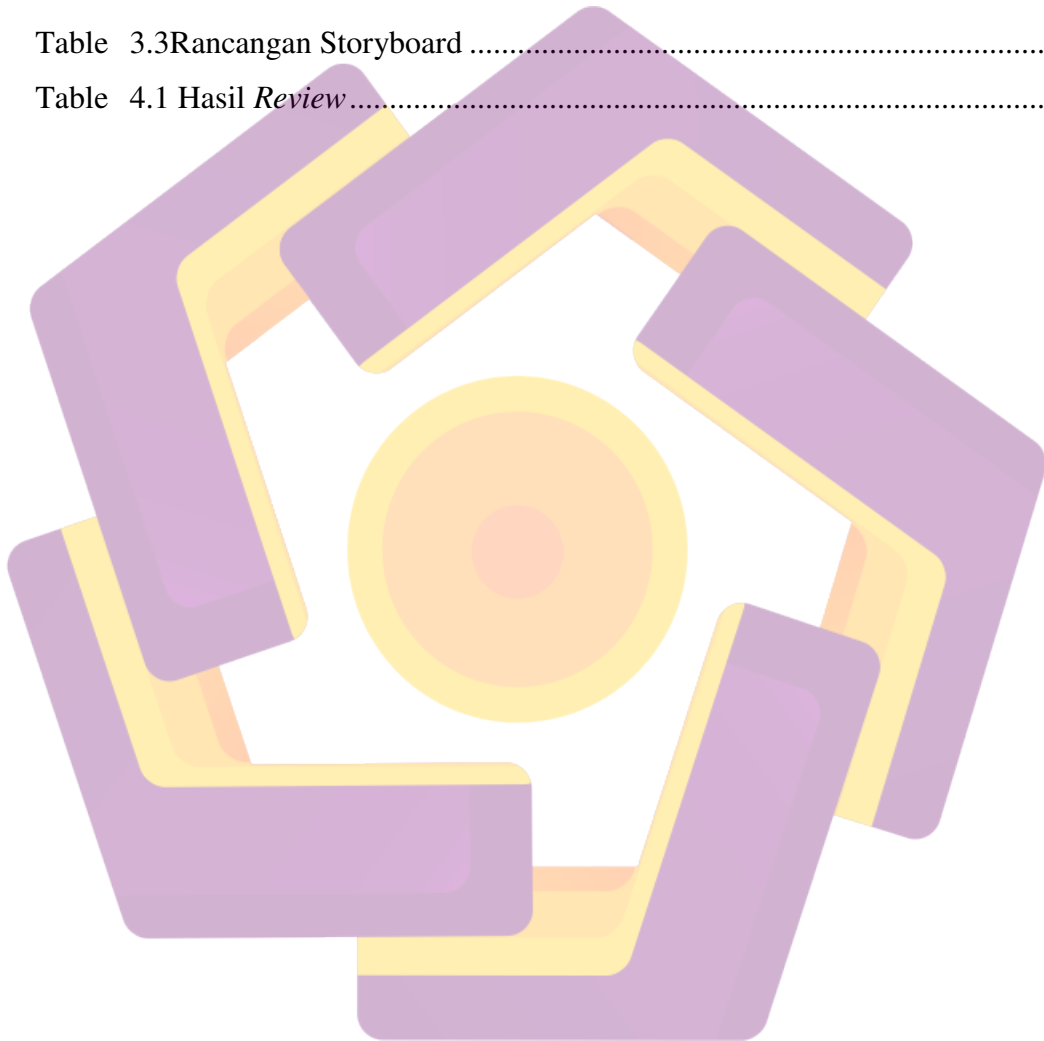


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Contoh <i>Pop Up Book Digital</i> .....	12
Gambar 2.2	<i>Thumbnail Storyboard</i> .....	19
Gambar 2.3	<i>Rough Storyboard</i> .....	20
Gambar 2.4	<i>Clean Up Storyboard</i> .....	21
Gambar 3.1	Logo <i>Smoelen Koffie</i> .....	27
Gambar 4.1	Hasil Karakter .....	44
Gambar 4.2	Pembuatan <i>Background</i> .....	45
Gambar 4.3	Pembuatan <i>Background</i> meja cafe .....	45
Gambar 4.4	Foto menu makan dan minuman .....	46
Gambar 4.5	Manajemen File .....	47
Gambar 4.6	Tampilan <i>Composition Setting</i> .....	49
Gambar 4.7	Tampilan <i>Import File</i> .....	49
Gambar 4.8	Tampilan Jendela <i>Project</i> .....	50
Gambar 4.9	Tampilan Jendela <i>Timeline</i> .....	51
Gambar 4.10	Tampilan <i>Setting Transform</i> .....	52
Gambar 4.11	Tampilan <i>Setting Position Light</i> .....	52
Gambar 4.12	Tampilan <i>Composition Final</i> .....	53
Gambar 4.13	Tampilan Penggabungan keseluruhan <i>Composition</i> .....	54
Gambar 4.14	Tampilan <i>ObjectSolid</i> diganti dengan Foto .....	55
Gambar 4.15	Tampilan <i>Composition Render</i> .....	56
Gambar 4.16	Tampilan <i>setting Sequence</i> .....	57
Gambar 4.17	Tampilan <i>Drag Scene</i> .....	58
Gambar 4.18	Tampilan <i>Sound</i> .....	58
Gambar 4.19	Tampilan <i>Format Video Render</i> .....	59
Gambar 4.20	Tampilan Proses <i>Rendering</i> .....	60
Gambar 4.21	Tampilan Hasil Akhir Editing .....	61

## DAFTAR TABEL

Table 3.1 Strategi Analisis SWOT .....	29
Table 3.2 Rincian Pembuatan Iklan .....	33
Table 3.3 Rancangan Storyboard .....	38
Table 4.1 Hasil <i>Review</i> .....	62

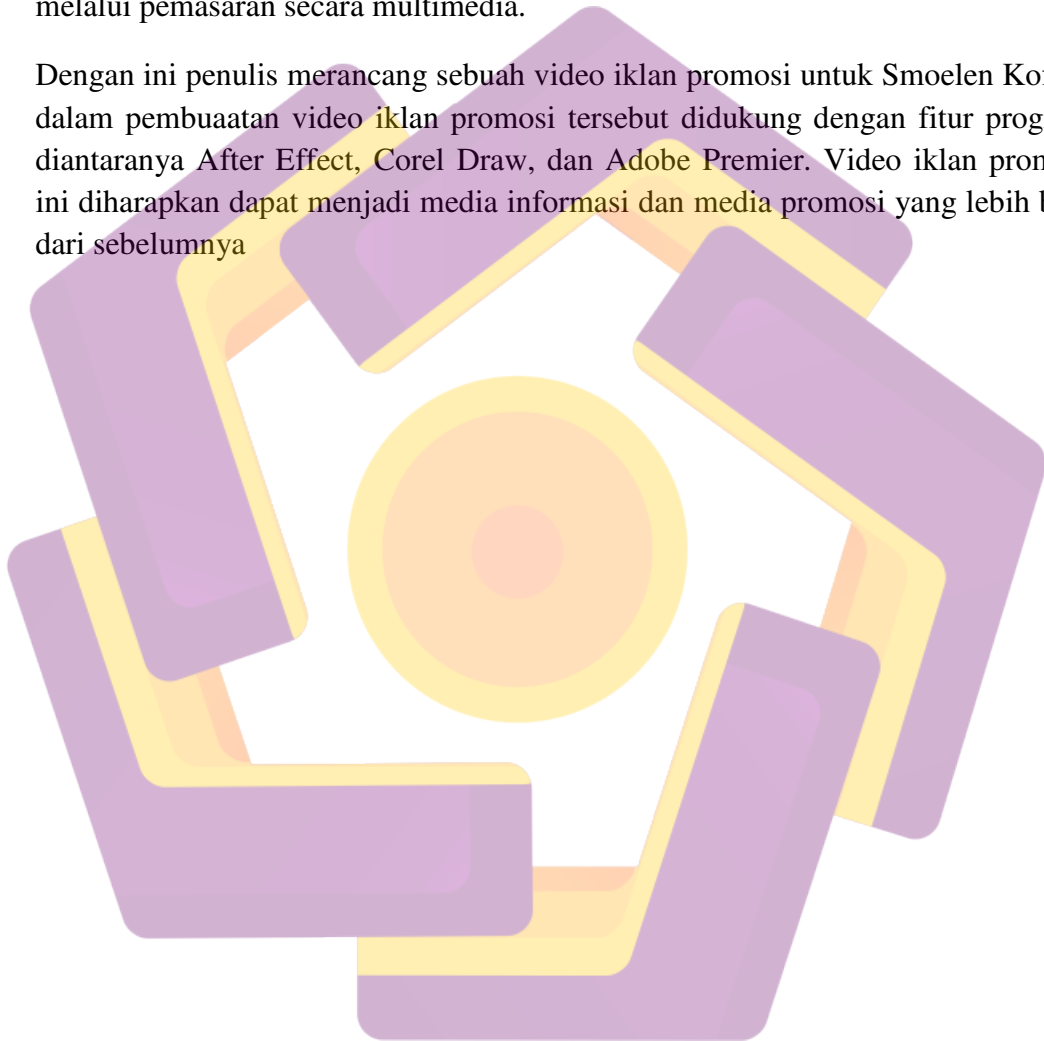




## INTISARI

Smoelen Koffie merupakan salah satu usaha kuliner yang menjajakan beberapa varian makanan dan kopi. Di Yogyakarta, Smoelen Koffie sendiri mempunyai banyak peminat seperti anak muda dan mahasiswa. Dalam proses menuju kesuksesannya yang lebih baik, Smoelen Koffie memerlukan strategi pemasaran untuk menarik pelanggan agar terus bertambah, strategi tersebut dapat dilakukan melalui pemasaran secara multimedia.

Dengan ini penulis merancang sebuah video iklan promosi untuk Smoelen Koffie, dalam pembuatan video iklan promosi tersebut didukung dengan fitur program diantaranya After Effect, Corel Draw, dan Adobe Premier. Video iklan promosi ini diharapkan dapat menjadi media informasi dan media promosi yang lebih baik dari sebelumnya



## ***ABSTRACT***

Smoelen Koffie is one of the culinary business presents several variants of food and coffee. In Yogyakarta, Smoelen Koffie has many enthusiasts such as young children and students. In the process leading to better success, Smoelen Koffie need a marketing strategy to attract customers to continue to grow, these strategies can be done through multimedia marketing.

By those invention the writer have designed a video advertising campaign for Smoelen Koffie. In making this video, it supported by the features of program included After Effect, Corel Dram, and Adobe Premiere. This video advertising campaign is expected to be better an information media and campaign medi

