

**IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PERUMAHAN GRAHA PERMAI LAND BANJARNEGARA  
DENGAN METODE MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



Di susun oleh:

**GINANJAR PUTRA UTAMA**

**18.11.2186**

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

**IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PERUMAHAN GRAHA PERMAI LAND BANJARNEGARA  
DENGAN METODE MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi S1 Informatika



Di susun oleh:

**GINANJAR PUTRA UTAMA**

**18.11.2186**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PERUMAHAN GRAHA PERMAI LAND BANJARNEGARA  
DENGAN METODE MOTION GRAPHIC**

yang disusun dan diajukan oleh

**Ginjar Putra Utama**

**18.11.2186**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 6 Desember 2021

**Dosen Pembimbing,**

**Supriatin, M.kom**

**NIK. 190302239**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PERUMAHAN GRAHA PERMAI LAND BANJARNEGARA  
DENGAN METODE MOTION GRAPHIC**

yang disusun dan diajukan oleh

**Ginjar Putra Utama**  
**18.11.2186**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 18 Agustus 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**  
**NIK. 190302215**

\_\_\_\_\_

**Tonny Hidayat, M.Kom**  
**NIK. 190302182**

\_\_\_\_\_

**Supriatin, M.Kom**  
**NIK. 190302239**

\_\_\_\_\_

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 24 Agustus 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Hanif Al Fatta,S.Kom., M.Kom.**  
**NIK. 190302096**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **Ginajar Putra Utama**  
NIM : **18.11.2186**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

### **IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERUMAHAN GRAHA PERMAI LAND BANJARNEGARA DENGAN METODE MOTION GRAPHIC**

Dosen Pembimbing : **Supriatin, M.Kom**

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan **gagasan**, rumusan dan penelitian **SAYA** sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 18 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



**Ginajar Putra Utama**

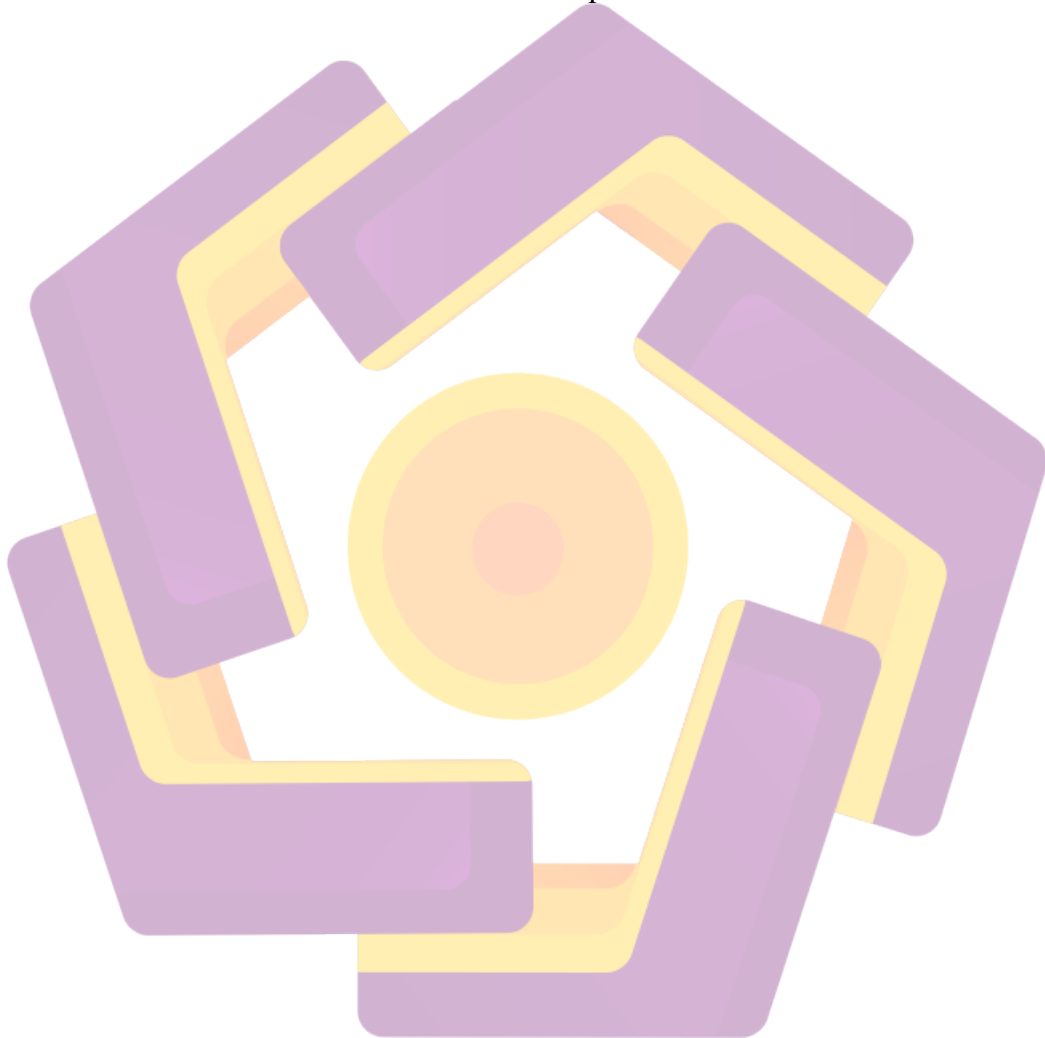
## MOTTO

*“Kesenangan bukan dicari, tetapi diciptakan”*

- Pidi Baiq

*“Aku tahu aku tidak dapat mengubah kehidupan, tapi mungkin aku bisa mengubah cara pandangku terhadap kehidupan”*

- Pidi Baiq



## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan berkat yang luar biasa kepada saya, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya juga berterimakasih kepada orang-orang yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, semangat dan mendoakan beserta motivasi agar terus menjadi pribadi yang lebih baik.
2. Kakak saya yang memberikan semangat dan cerita untuk memotivasi dalam kehidupan yang lebih baik.
3. Teman - teman kelas informatika 06 angkatan 2018 yang telah memberikan kenangan indah maupun duka selama masa kuliah. Walaupun terhabat kita bertemu pada saat memasuki pandemi terima kasih telah memberikan warna pada masa kuliah.
4. Sahabat - sahabat saya terima kasih (Jaka, Gempur, dinda, Davi, Adam, Anggi, Herman, Agil, Adnan) dan untuk orang telah memberikan semangat sampai pendadaran dan kenangan. Untuk Mba Cornel terima kasih bimbingan dan masukan selama pengerjaan project ini sehingga berjalan dengan lancar.
5. Graha permai land Banjarnegara selaku perumahan untuk objek penelitian telah memberikan izin sebagai tugas akhir saya dan banyak memberikan pembelajaran dan membantu sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir.
6. Ibu Supriatin M.Kom sebagai dosen pembimbing yang selalu memberikan saran untuk membangun sehingga tugas akhir ini berjalan dengan lancar.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Iklan animasi 2 dimensi sebagai media promosi graha permai land Banjarnegara dengan metode motion graphic” ini sesuai dengan waktu yang diharapkan. Tidak lupa sholawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan umat yaitu Nabi besar Muhammad SAW.

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

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan. Walaupun tergolong sangat sederhana, tanpa bantuan dari berbagai pihak pastinya penulis akan mengalami kesulitan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Hanif Al Fatta,S.Kom., M.Kom.selaku dekan fakultas ilmu komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Supriatin M.Kom selaku dosen pembimbing serta memberikan saran sehingga pengerjaan skripsi selesai dengan baik.

Yogyakarta, 18 Agustus 2022

Penulis



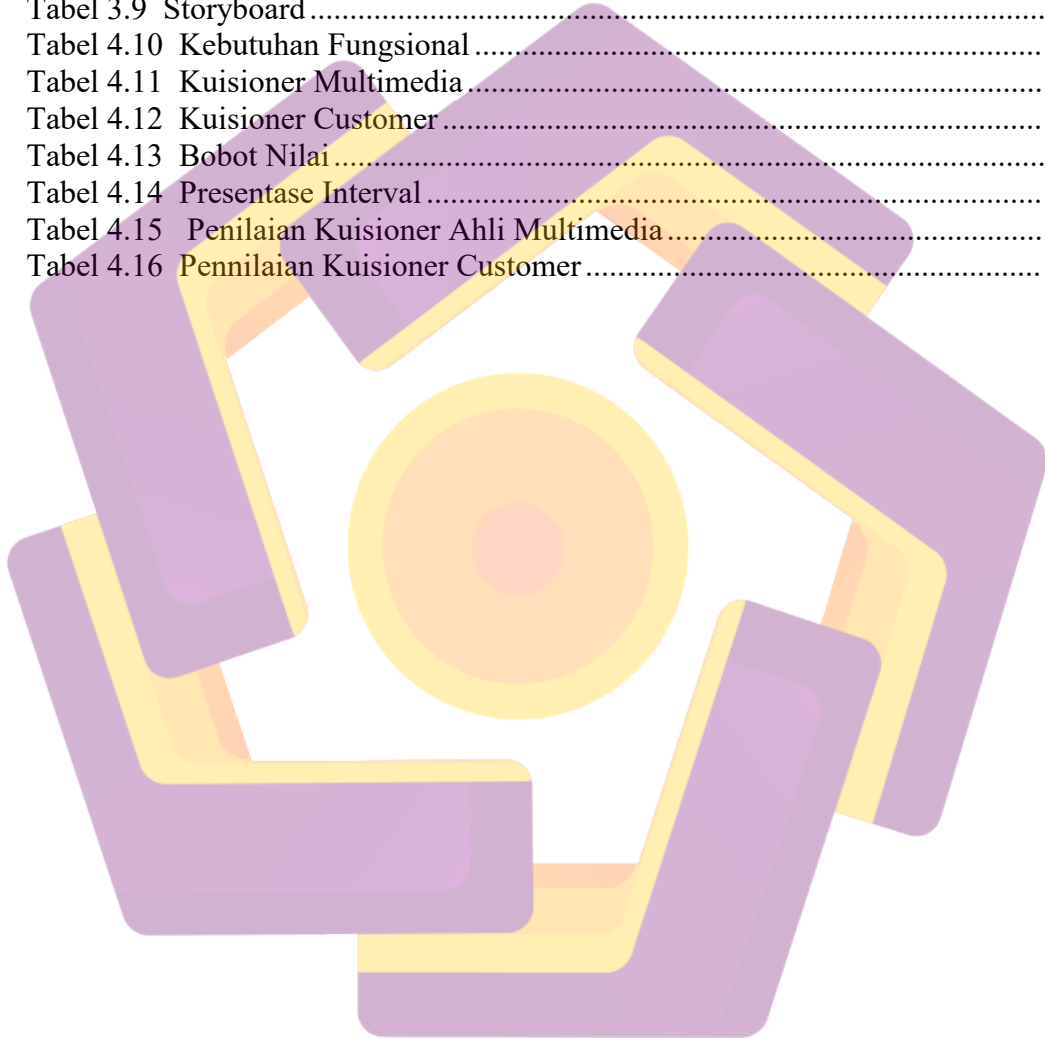
## DAFTAR ISI

IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA PROMOSI.....	i
IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA PROMOSI.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
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.....	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Properti.....	7
2.2.2 Multimedia.....	7
2.2.3 Definisi Iklan.....	10
2.2.4 Motion Graphic.....	10
2.2.5 Definisi Animasi.....	11
2.3 Analisa.....	11
2.3.1 Analisa kebutuhan sistem.....	12
2.2.6 Teknik Pembuatan Animasi.....	12
2.4 Tahap Produksi.....	16
2.4.1 Tahap pra-produksi.....	16
2.4.2 Tahap produksi.....	17
2.4.3 Tahap pasca produksi.....	19
2.5 Evaluasi.....	19
2.5.1 Sejarah Skala <i>Likert</i> .....	20
2.5.2 Skala <i>Likert</i> .....	20
2.5.3 Rumus Presentase Skala <i>Likert</i> .....	21
BAB III.....	23
ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	23
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	23
3.1.1 Tentang Graha Permai Land Banjarnegara.....	23
3.2 Alur Penelitian.....	23
3.3 Pengumpulan Data.....	24
3.3.1 Wawancara.....	24
3.3.2 Observasi.....	24
3.3.3 Literatur.....	26
3.4 Analisis Masalah.....	26
3.4.1 Analisis SWOT.....	26
3.4.2 Kelemahan dari media lama.....	28
3.4.3 Solusi yang ditawarkan.....	28

3.5 Analisis Kebutuhan	3.5.1 Kebutuhn Fungsional .....	29
	3.5.2 Kebutuhan non fungsional .....	29
3.6 Pra Produksi .....		31
	3.6.1 Ide dan Konsep .....	31
	3.6.2 Storyboard .....	33
BAB IV .....		36
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		36
4.1	Produksi .....	36
	4.1.1 Pembuatan Aset Gambar .....	36
	4.1.2 Perekaman Narasi .....	37
4.2	Pasca Produksi .....	39
	4.2.1 Pembuatan animasi .....	40
	4.2.2 <i>Editing</i> .....	41
4.3	Hasil Akhir .....	44
4.4	Evaluasi .....	45
	4.4.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional / Informasi Dengan Hasil Akhir	45
	4.4.2 Uji Kuisisioner .....	46
4.5	Implementasi .....	53
	4.5.1 Publish Media Online .....	54
	4.5.2 Penyerahan Ke Pihak Marketing Graha permai .....	54
BAB V .....		55
PENUTUP .....		55
5.1	Kesimpulan .....	55
5.2	Saran .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....		56

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya .....	6
Tabel 2.2 Evaluasi Skala <i>Likert</i> .....	21
Tabel 2.3 Presentase Nilai .....	21
Tabel 3.4 Tabel SWOT .....	27
Tabel 3.5 Kebutuhan Hardware .....	30
Tabel 6.3 Software .....	30
Tabel 3.7 Brainware .....	31
Tabel 3.8 Naskah .....	32
Tabel 3.9 Storyboard .....	34
Tabel 4.10 Kebutuhan Fungsional .....	45
Tabel 4.11 Kuisisioner Multimedia .....	47
Tabel 4.12 Kuisisioner Customer .....	48
Tabel 4.13 Bobot Nilai .....	50
Tabel 4.14 Presentase Interval .....	51
Tabel 4.15 Penilaian Kuisisioner Ahli Multimedia .....	51
Tabel 4.16 Penilaian Kuisisioner Customer .....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen - elemen Multimedia [7].....	8
Gambar 2 .2 Storyboard.....	17
Gambar 3.3 Alur Penelitian.....	23
Gambar 4.4 Produksi Aset Animasi.....	36
Gambar 4.5 Tool Fill.....	37
Gambar 4.6 Hasil Pewarnaan.....	37
Gambar 4.7 Perekaman Narasi.....	37
Gambar 4.8 Noise Reduction.....	38
Gambar 4.9 Memaksimalkan Vokal.....	38
Gambar 4.10 Menambahkan Vokal Enhancer.....	39
Gambar 4.11 Mengatur Volume Suara.....	39
Gambar 4.12 Membuat New Compositing.....	40
Gambar 4.13 Aset Animasi.....	40
Gambar 4.14 Mengatur Position.....	40
Gambar 4.15 Mengatur Kecepatan Video.....	41
Gambar 4.16 Track Audio.....	42
Gambar 4.17 Memasukkan Transisi.....	43
Gambar 4.18 Export.....	43
Gambar 4.19 Setting Export.....	44
Gambar 4.20 Proses Rendering.....	44
Gambar 4.21 Hasil Akhir.....	45
Gambar 4.22 Mengunggah Video Ke Instagram.....	54
Gambar 4.23 Penyerahan Hasil.....	54

## INTISARI

Iklan merupakan salah satu cara promosi yang paling ampuh untuk menyampaikan suatu pesan atau mempromosikan sesuatu. Graha Permai Land adalah salah satu perumahan yang cukup elit di kota Banjarnegara, Jawa tengah. Lokasi cukup strategis, dekat dengan kota dan tempat perbelanjaan. Namun permasalahan yang terjadi di perumahan ini adalah perumahan ini tergolong masih baru di bangun 2018, harga yang cukup tidak terlalu mahal, dengan kualitas cukup bagus. Jadi bel banyak orang mengetahui keuntungan dan keunggulan, agar lebih banyak orang yang tahu tentang Graha Permai land Banjarnegara, penulis memilih judul Iklan animasi 2D sebagai media promosi perumahan Graha permai land Banjarnegara dengan metode motion graphic. Bentuk animasi itu sendiri dipilih karena penulis merasa media untuk alat bantu pemasaran seperti animasi sekarang lebih dapat diterima dan lebih mudah untuk menyampaikan informasi di masyarakat karena tampilannya dan jalan cerita yang unik dan membantu media pemasaran untuk Graha permai land. Dengan adanya animasi sebagai media pemasaran memberikan yang lebih menarik, efektif.

Tujuan Riset ini adalah untuk membuat pengiklanan properti jadi lebih bagus instan serta menarik, ialah memakai iklan animasi 2 dimensi spesifiknya pada Perumahan Graha permai land yang terdapat di Kabupaten Banjarnegara yang nantinya dari iklan tersebut hendak menarik pembeli untuk menghuni di perumahan tersebut.

Dalam pembuatan iklan animasi 2 dimensi ini berbasis motion graphic, penulis menggunakan software multimedia seperti Adobe after effect, premier pro, illustrator sebagai penunjang dalam pengerjaan iklan animasi 2 dimensi ini.

**Kata kunci :** animasi, 2 dimensi, iklan, perumahan, motion graphic

## ABSTRACT

*Advertising is one of the most powerful promotional ways to convey a message or promote something. Graha Permai Land is one of the elite housing complexes in the city of Banjarnegara, Central Java. The location is quite strategic, close to the city and shopping areas. However, the problem that occurs in this housing is that this housing is still relatively new to be built in 2018, the price is quite not too expensive, with quite good quality. So the bell for many people to know the advantages and disadvantages, so that more people know about Graha Permai land Banjarnegara, the author chose the title of 2D animated advertisement as a media for promotion of Graha Permai land Banjarnegara housing with the motion graphic method. The form of animation itself was chosen because the author feels that the media for marketing tools such as animation is now more acceptable and easier to convey information to the public because of its appearance and unique storyline and helps marketing media for Graha Cantik Land. With the animation as a marketing medium, it provides a more interesting, effective way.*

*The purpose of this research is to make property advertising better, instant and interesting, by using a specific 2-dimensional animated advertisement on Graha Indah land housing located in Banjarnegara Regency which later on from the advertisement will attract buyers to live in the housing.*

*In making this 2-dimensional animation ad based on motion graphics, the author uses multimedia software such as Adobe After Effects, Premiere Pro, Illustrator as a support in working on this 2-dimensional animated ad.*

**Keywords:** *animation, 2-dimensional, advertising, housing, motion graphic*