

**PERANCANGAN IKLAN TV BERBASIS ANIMASI 2D
TENTANG POTENSI WISATA
KABUPATEN MAGELANG**

SKRIPSI



disusun oleh

Nur Setyo Pambudi

14.21.0766

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**PERANCANGAN IKLAN TV BERBASIS ANIMASI 2D
TENTANG POTENSI WISATA
KABUPATEN MAGELANG**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

Nur Setyo Pambudi

14.21.0766

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

PERANCANGAN IKLAN TV BERBASIS ANIMASI 2D
TENTANG POTENSI WISATA
KABUPATEN MAGELANG

**PERANCANGAN IKLAN TV BERBASIS ANIMASI 2D
TENTANG POTENSI WISATA
KABUPATEN MAGELANG**

yang disusun oleh

Nur Setyo Pambudi

14.21.0766

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 2 Februari 2016

Dosen Pembimbing,



Nila Feby Puspitasari, S.Kom, M.Cs
NIK. 190302161

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN IKLAN TV BERBASIS ANIMASI 2D
TENTANG POTENSI WISATA
KABUPATEN MAGELANG**

yang disusun oleh

Nur Setyo Pambudi

14.21.0766

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 11 Februari 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Krisnawati, S.Si, MT
NIK. 190302038

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

Hastari Utama, M.Cs
NIK. 190302230

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 11 Februari 2016

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suvanto, 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 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, 11 Februari 2016



Nur Setyo Pambudi

NIM. 14.21.0766

MOTTO

- "Barangsiapa merintis jalan mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga." (HR. Muslim)
- "Tuntutlah ilmu, sesungguhnya menuntut ilmu adalah pendekatan diri kepada Allah Azza wajalla, dan mengajarkannya kepada orang yang tidak mengetahuinya adalah sadaqoh. Sesungguhnya ilmu pengetahuan menempatkan orangnya, dalam kedudukan terhormat dan mulia (tinggi). Ilmu pengetahuan adalah keindahan bagi ahlinya di dunia dan di akhirat." (HR. Ar-Rabii')
- "Niscaya Allah akan meninggikan beberapa derajat orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat." (Qur'an Al mujadalah 11)
- Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah
- Jadikanlah kekecewaan masa lalu menjadi senjata sukses dimasa depan
- Pengetahuan adalah kekuatan
- Jadikanlah ilmu berguna bagi diri sendiri dan orang lain.

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini karena kepada-Nya kami meminta petunjuk dan hidayah.

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Kedua Orang tua, Ibu dan Bapak tersayang yang selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya.
- Kakak-kakakku (Lia dan Rina), kalian adalah motivator, semangat dan yang pendukungku
- Teman-teman transfer TI angkatan 2014.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang.
- Almamater tercinta

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian skripsi dengan judul **“Perancangan Iklan Tv berbasis Animasi 2D tentang Potensi Wisata Kabupaten Magelang ”** dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa kita panjatkan kepada junjungan Nabi Agung kita Nabi Muhammad *shallahu ‘alaihi wa sallam*, para keluarganya dan para sahabat-sahabatnya.

Selesainya penelitian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini :

1. Bapak Prof. DR. M. Suyanto M.M, selaku Ketua STMIK Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, MT, selaku ketua jurusan Teknik Informatika STMIK Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Nila Feby P S.Kom., M.Cs selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia membimbing, memberikan arahan, perhatian, waktu, dukungan dan motivasi kepada peneliti.
4. Ibu Armadyah Amborowati, S.Kom., M.Eng selaku Dosen Wali.
5. Segenap dosen dan staf STMIK Amikom Yogyakarta.
6. Bapak Edi Susanto selaku kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang beserta jajarannya.
7. Segenap keluarga besar Syawal di Magelang, Bapak Samudiyono dan Ibu Sugiyarti yang tak henti-hentinya memberikan dukungan dan do'a kepada peneliti.

8. Mbak Lia dan Mbak Rina yang selalu memberikan dorongan motivasinya.
9. Nursita P yang selalu memberikan perhatian, semangat, dan dukungan yang spesial kepada peneliti.
10. Om edi dan Tante Ani atas segala fasilitas yang telah diberikan.
11. Ando, Lirih, Azri, Mb Riza, Aga dan teman-teman transfer '14 segala canda, sedih, gundah, ramai yang dilalui bersama.

Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Yogyakarta, Februari 2016
Peneliti,

Nur Setyo P

DAFTAR ISI

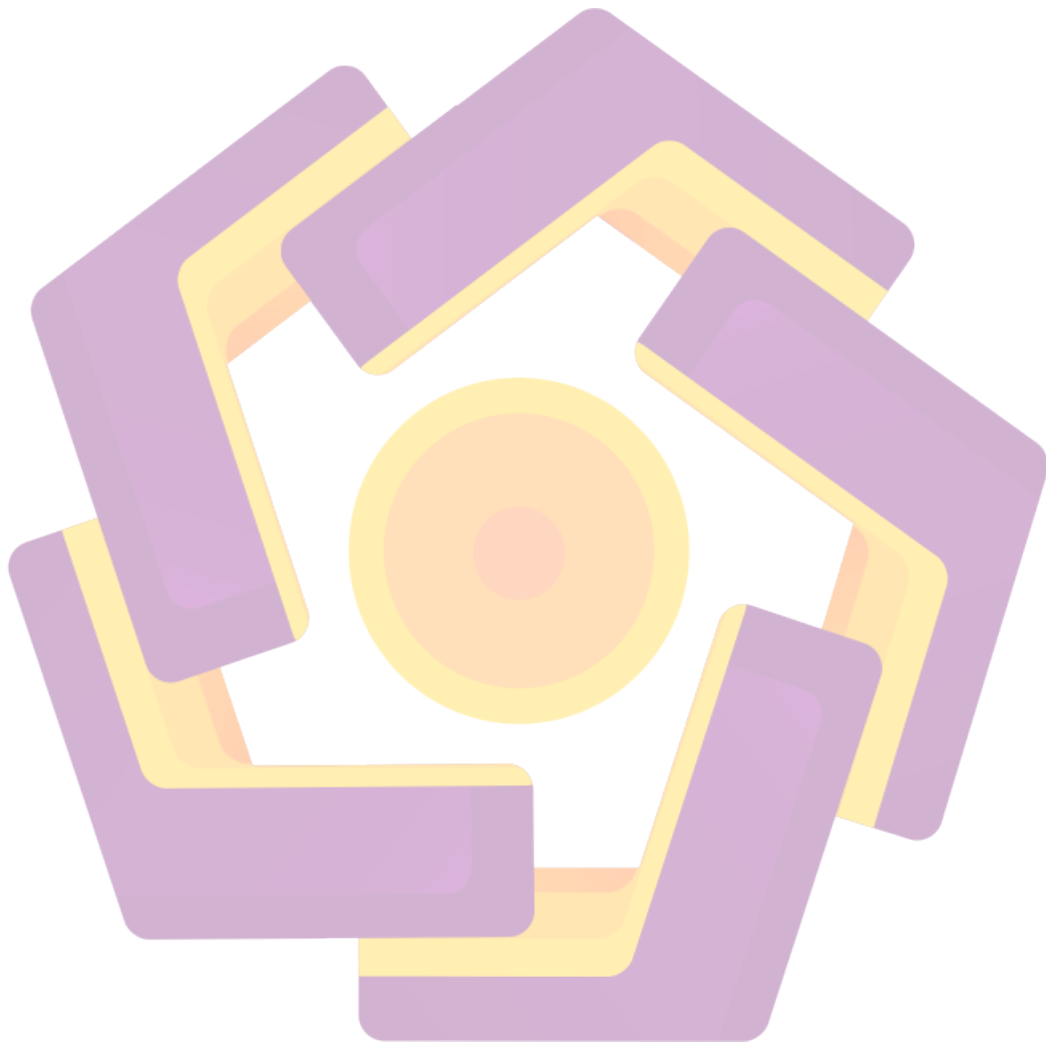
JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti.....	4
1.5.2 Manfaat Bagi Kabupaten Magelang.....	4
1.6 Metodologi Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Pengertian Multimedia	8
2.2.1 Elemen Multimedia.....	9
2.2.1.1 Teks.....	9
2.2.1.2 Grafik	9

2.2.1.3	Gambar.....	9
2.2.1.4	Video.....	12
2.2.1.5	Animasi.....	12
2.2.1.6	Audio.....	13
2.2.1.7	Interaktifitas.....	13
2.2.2	Penggunaan Multimedia.....	14
2.3	Pengertian Animasi.....	14
2.3.1	Macam-macam Animasi.....	15
2.3.1.1	Animasi Sel (<i>Cell Animation</i>).....	15
2.3.1.2	Animasi <i>Frame (Frame Animation)</i>	16
2.3.1.3	Animasi Karakter (<i>Character Animation</i>).....	16
2.3.1.4	<i>Computational Animation</i>	17
2.3.1.5	Animasi <i>Clay</i>	17
2.3.1.6	Animasi Digital.....	17
2.3.2	Prinsip Animasi.....	18
2.3.2.1	<i>Squash and Strech</i>	18
2.3.2.2	<i>Anticipation</i>	18
2.3.2.3	<i>Staging</i>	18
2.3.2.4	<i>Straiht-Ahead Action and Pose-to-Pose</i>	19
2.3.2.5	<i>Follow-Through and Overlapping Action</i>	19
2.3.2.6	<i>Slow In-Slow Out</i>	20
2.3.2.7	<i>Arch</i>	20
2.3.2.8	<i>Secondary Action</i>	20
2.3.2.9	<i>Timing</i>	20
2.3.2.10	<i>Exaggeration</i>	21
2.3.2.11	<i>Solid Drawing</i>	21
2.3.2.12	<i>Appeal</i>	21
2.4	Animasi Komputer.....	22
2.4.1	Animasi 2D.....	22
2.4.1.1	<i>Tweening</i>	23
2.4.1.2	<i>Morphing</i>	23

2.4.1.3	<i>Onion Skinning</i>	23
2.4.1.4	<i>Rotoscoping</i>	23
2.4.2	Animasi 3D	23
2.5	Definisi <i>Motion Graphic</i>	25
2.5.1	Sejarah <i>Motion Graphic</i>	25
2.5.2	Elemen-elemen <i>Motion Graphic</i>	26
2.5.3	Karakteristik <i>Motion Graphic</i>	26
2.6	Iklan.....	27
2.6.1	Definisi Iklan.....	27
2.6.1.1	Penyebaran Informasi.....	27
2.6.1.2	Penawaran gagasan, barang atau jasa.....	28
2.6.1.3	Persuasi agar sesuai dengan keinginan pengiklan.....	28
2.6.1.4	Non Personal	28
2.6.1.5	Sponsor yang jelas	28
2.6.2	Tujuan Iklan	28
2.6.2.1	Iklan Informatif	28
2.6.2.2	Iklan Persuasif	29
2.6.2.3	Iklan Pengingat.....	29
2.6.2.4	Iklan Penambah Nilai	29
2.6.2.5	Iklan Bantuan Aktivitas Lain	29
2.6.3	Manfaat Iklan	30
2.6.4	Konsep Produksi Iklan	30
2.6.5	Tahap Pra Produksi	30
2.6.5.1	Ide dan Konsep.....	31
2.6.5.2	Tema.....	31
2.6.5.3	Skenario dan Naskah.....	31
2.6.5.4	<i>Storyboard</i>	32
2.6.6	Tahap Produksi	32
2.6.6.1	Pembuatan Karakter Animasi	33
2.6.6.2	Perekaman Suara.....	33
2.6.6.3	Pewarnaan Karakter	33

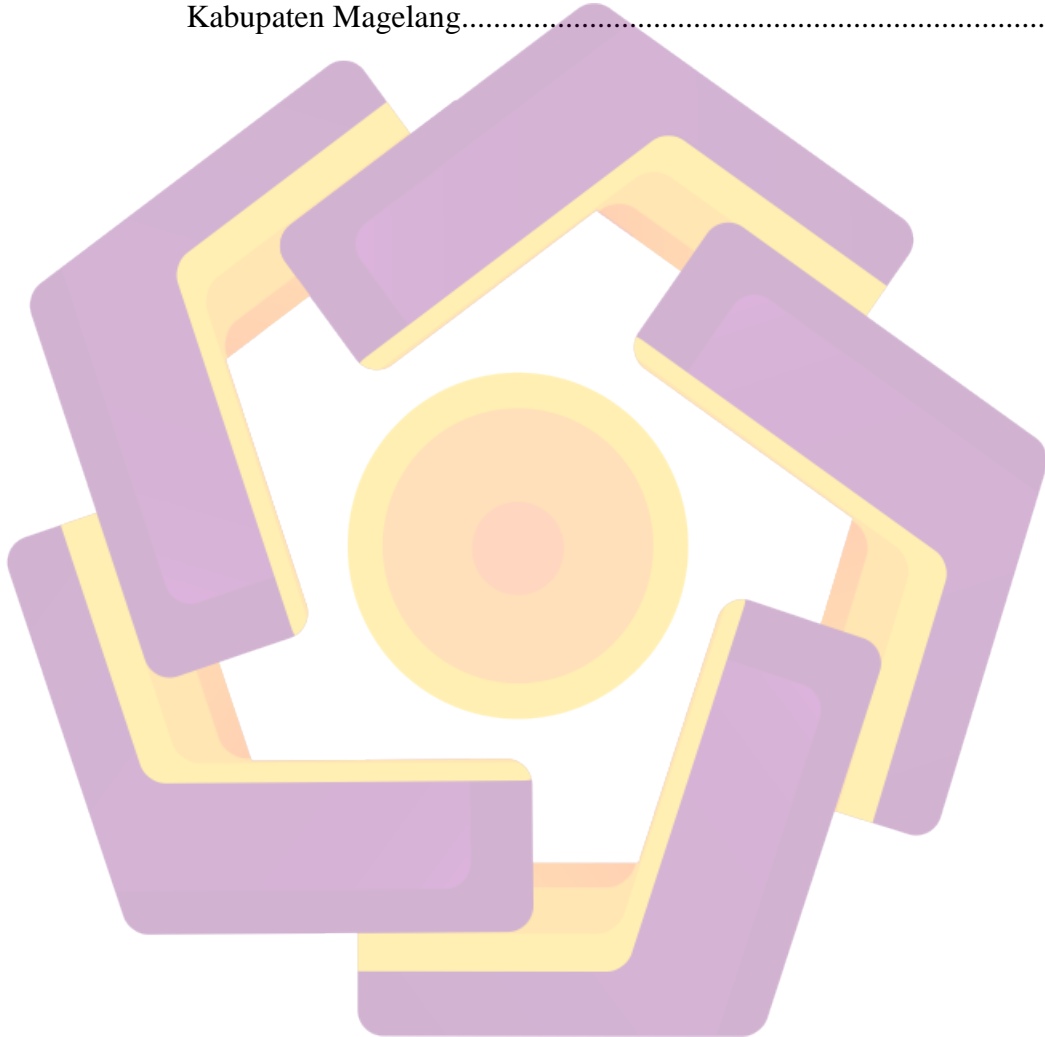
2.6.6.4 <i>Editing Animasi</i>	33
2.6.7 Tahap Pasca Produksi	34
2.6.7.1 <i>Editing Audio</i>	34
2.6.7.2 <i>Compositing dan Visual Effect</i>	34
2.6.7.3 <i>Editing Video</i>	34
2.6.7.4 <i>Finishing</i>	35
2.6.7.5 <i>Rendering</i>	35
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	36
3.1 Analisis Sistem	36
3.1.1 Identifikasi Masalah	36
3.1.2 Analisis SWOT	37
3.2 Analisis Kebutuhan	39
3.2.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	39
3.2.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	39
3.2.2.1 Kebutuhan Perangkat Keras	39
3.2.2.2 Kebutuhan Perangkat Lunak	40
3.2.2.3 Kebutuhan SDM	40
3.3 Tahap Pra Produksi	41
3.3.1 Ide Iklan Televisi	41
3.3.2 Tema Iklan	41
3.3.3 <i>Storyboard</i>	41
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Produksi	53
4.1.1 Pengambilan Foto Wisata	53
4.1.2 Proses Gambar dan Pewarnaan	55
4.1.3 Animasi dan <i>Editing</i>	64
4.1.4 <i>Editing Backsound</i>	76
4.2 Pasca Produksi	75
4.2.1 <i>Rendering</i>	76
4.2.2 Penilaian Iklan Potensi Wisata Kabupaten Magelang	78
BAB V PENUTUP	81

5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

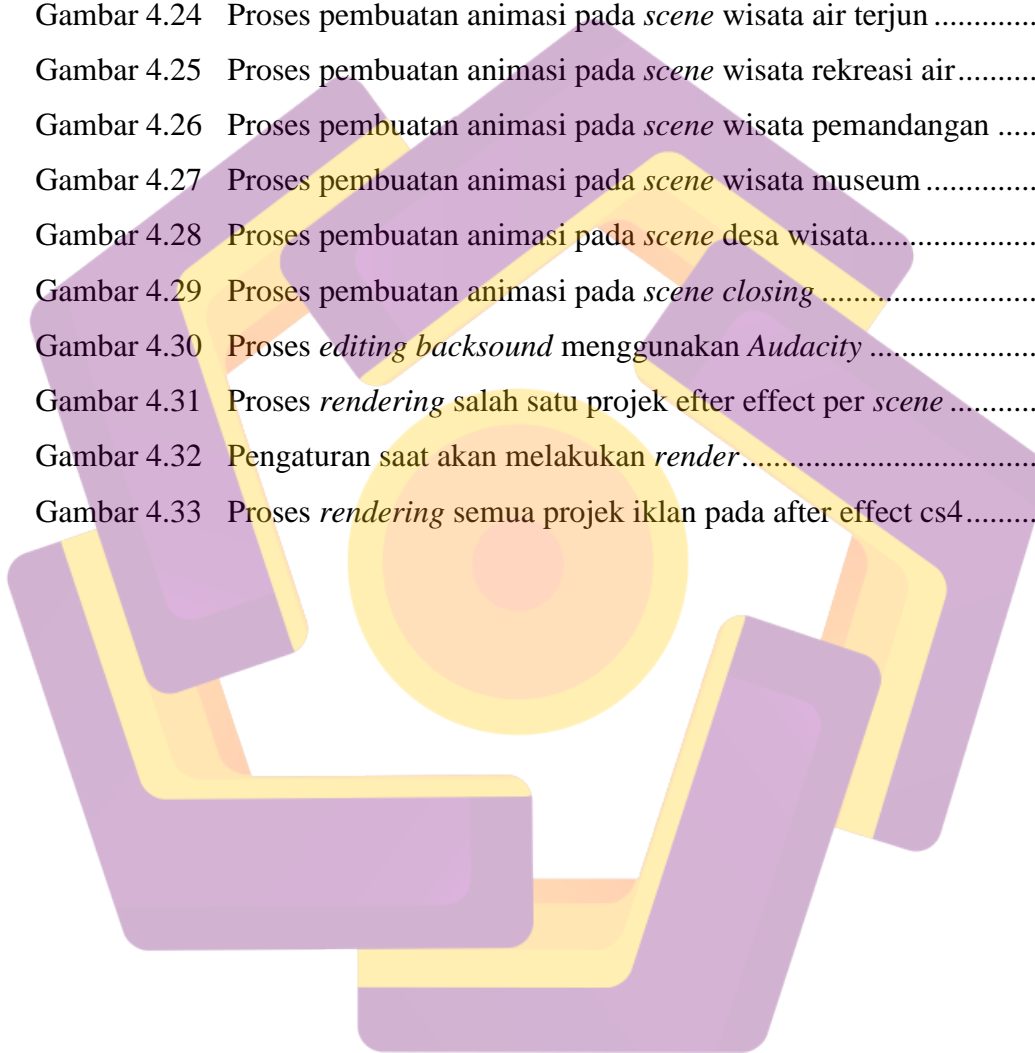
Tabel 2.1	Contoh <i>Storyboard</i>	32
Tabel 3.1	Analisis SWOT	37
Tabel 4.1	Hasil Penilaian Kuisisioner Iklan Animasi 2D Potensi Wisata Kabupaten Magelang.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Animasi sel.....	16
Gambar 2.2	<i>Squash and Strech</i>	18
Gambar 2.3	<i>Staging</i>	19
Gambar 2.4	<i>Straight-Ahead Action</i>	19
Gambar 2.5	<i>Slow In-Slow Out</i>	20
Gambar 2.6	<i>Timing</i>	21
Gambar 2.7	<i>Solid Drawing</i>	21
Gambar 2.8	<i>Appeal</i>	22
Gambar 2.9	<i>Rigging</i>	24
Gambar 2.10	<i>Motion capture</i>	24
Gambar 4.1	Candi Pawon	54
Gambar 4.2	Air Terjun Kedung Kayang.....	54
Gambar 4.3	Telaga Bledar	55
Gambar 4.4	Peta Benua Amerika.....	56
Gambar 4.5	Hasil <i>tracing</i> peta benua Amerika.....	56
Gambar 4.6	Proses pewarnaan peta benua Amerika.....	57
Gambar 4.7	Hasil <i>tracing</i> dan pewarnaan peta Indonesia, Asean dan benua Australia	58
Gambar 4.8	Proses pembuatan objek tata surya	58
Gambar 4.9	Proses <i>tracing</i> dan pewarnaan peta Kabupaten Magelang.....	59
Gambar 4.10	Pembuatan gambar vektor candi	59
Gambar 4.11	Pembuatan tulisan nama-nama candi	60
Gambar 4.12	Proses <i>tracing</i> dan pembuatan gambar air terjun.....	60
Gambar 4.13	Proses pembuatan tulisan nama-nama wisata candi	61
Gambar 4.14	Proses pembuatan gambar vektor <i>rafting</i> dan perahu	61
Gambar 4.15	Proses pembuatan gambar vektor gunung.....	62
Gambar 4.16	Proses pembuatan gambar vektor wayang dan gunung.....	63
Gambar 4.17	Proses pembuatan gambar vektor rumah joglo dan delman.....	63
Gambar 4.18	Composition Settings	65

Gambar 4.19	Cara membuat teks di layar after effect cs4.....	65
Gambar 4.20	Cara masukan <i>file per layer</i> ke dalam after effect.....	66
Gambar 4.21	Proses <i>zooming</i> peta Indonesia dengan <i>tool camera</i>	67
Gambar 4.22	Proses pembuatan <i>scene</i> peta Kabupaten Magelang.....	68
Gambar 4.23	Proses pembuatan animasi pada <i>scene</i> wisata candi.....	69
Gambar 4.24	Proses pembuatan animasi pada <i>scene</i> wisata air terjun.....	70
Gambar 4.25	Proses pembuatan animasi pada <i>scene</i> wisata rekreasi air.....	71
Gambar 4.26	Proses pembuatan animasi pada <i>scene</i> wisata pemandangan.....	72
Gambar 4.27	Proses pembuatan animasi pada <i>scene</i> wisata museum.....	73
Gambar 4.28	Proses pembuatan animasi pada <i>scene</i> desa wisata.....	74
Gambar 4.29	Proses pembuatan animasi pada <i>scene closing</i>	75
Gambar 4.30	Proses <i>editing backsound</i> menggunakan <i>Audacity</i>	76
Gambar 4.31	Proses <i>rendering</i> salah satu projek efter effect per <i>scene</i>	77
Gambar 4.32	Pengaturan saat akan melakukan <i>render</i>	77
Gambar 4.33	Proses <i>rendering</i> semua projek iklan pada after effect cs4.....	78



INTISARI

Teknologi yang terus semakin berkembang membuat kemudahan mendapatkan sebuah informasi. Salah satu yang berkembang yaitu multimedia. Multimedia dapat berupa gambar, teks, audio, animasi dan video. Iklan merupakan bentuk perwujudan dari multimedia yang dikemas secara menarik. Selain itu iklan digunakan sebagai media promosi yang menawarkan barang atau jasa dengan menyampaikan keunggulan produk atau jasa tersebut.

Penyampaian iklan dalam bentuk video dapat membantu memasarkan barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan pembuatan iklan dalam bentuk video mampu memberikan gambaran kepada para konsumen untuk bisa percaya pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan baik perusahaan kecil atau besar.

Dinas Pariwisata Kabupaten Magelang merupakan sebuah instansi yang bergerak dalam bidang pariwisata di kabupaten Magelang. Terdapat aneka pariwisata yang indah dan mempesona. Selama ini dinas pariwisata kabupaten Magelang berupaya mempromosikan wisatanya dengan cara membuat brosur, pamflet, majalah dan jenis iklan media cetak lainnya. Namun belum pernah dibuat iklan dalam media elektronik khususnya iklan tv. Guna memaksimalkan promosi yang dilakukan maka penulis tertarik untuk merancang dan membuat iklan tv yaitu “Perancangan Iklan Tv Berbasis Animasi 2D tentang “Potensi Wisata Kabupaten Magelang”.

Kata Kunci: animasi, iklan, potensi, promosi

ABSTRACT

Technology is ever growing making it easy to get an update. One of the principal developing multimedia. Multimedia may include images, text, audio, animation and video. Advertising is a form of embodiment of a multimedia attractively packaged. In addition to use as a media advertising campaign that offers goods or services by communicating the benefits of the product or service.

Submission of ads in video form can help market the goods or services offered. With the creation of ads in video form able to give an overview to the consumer to be able to believe in the products or services offered by a company either small or large company.

Magelang District Tourism Office is an agency that specializes in the field of tourism in the district of Magelang. There are a variety of beautiful and enchanting tourism. During this time Magelang district tourism office strives to promote tourism by making brochures, pamphlets, magazines and other print media advertising types. But never made advertisements in the electronic media, especially television advertising. To maximize the campaign carried the writer interested to design and make a TV ad called "The Design 2D Animation TV ads based on The Tourism Potential Magelang district".

Keyword: Ads, animation, potential, promotion

