

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI OBLONG VAN JOGJA  
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Indra Setiawan**

**12.12.6948**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2016**

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI OBLONG VAN JOGJA  
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

**Indra Setiawan**

**12.12.6948**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2016**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI OBLONG VAN JOGJA  
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Indra Setiawan**

**12.12.6948**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
Pada tanggal 10 Febuari 2016

**Dosen Pembimbing,**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

**NIK. 190302215**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI OBLONG VAN JOGJA  
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

yang disusun oleh

**Indra Setiawan**

**12.12.6948**

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
pada tanggal 25 Febuari 2016

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Sudarmawan, MT.**  
**NIK. 190302035**

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

**Bayu Setiaji, M.Kom.**  
**NIK. 190302216**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 10 November 2014

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**



**Prof. Dr. M. Suyanto, MM.**  
**NIK. 190302001**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 atau kelompok lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan kami juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain atau kelompok lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 14 Maret 2016

Indra Setiawan

NIM. 12.12.6948



## PERSEMBAHAN

Puji syukur selalu dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Serta shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW. Jerih payahku dalam skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi, Bapak Roni dan Ibu Kusletari yang selalu memberikan doa dan dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak dan Om saya tercinta ( II Susanti dan Om Senfu) yang selalu memberikan keyakinan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Adlina Husni Putri pacar saya ,teman, sahabat, pemberi saran nasehat yang baik dan selalu mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Sahabat-sahabat saya dari semester 1 (Taufiq, Ari dan Faisal) yang selalu memberikan semangat dan nasehat. Terima kasih.
5. Keluarga besar 12SI-09 yang sudah bersama sama belajar selama 3 tahun ini. Terima kasih .

## **MOTTO**

“Hidup adalah pilihan, dan pilihan itu yang akan menentukan hidupmu”

“Berpikir positif”

“Tidak pernah terhadap apapun”

“Iklas menjalani apapun itu”

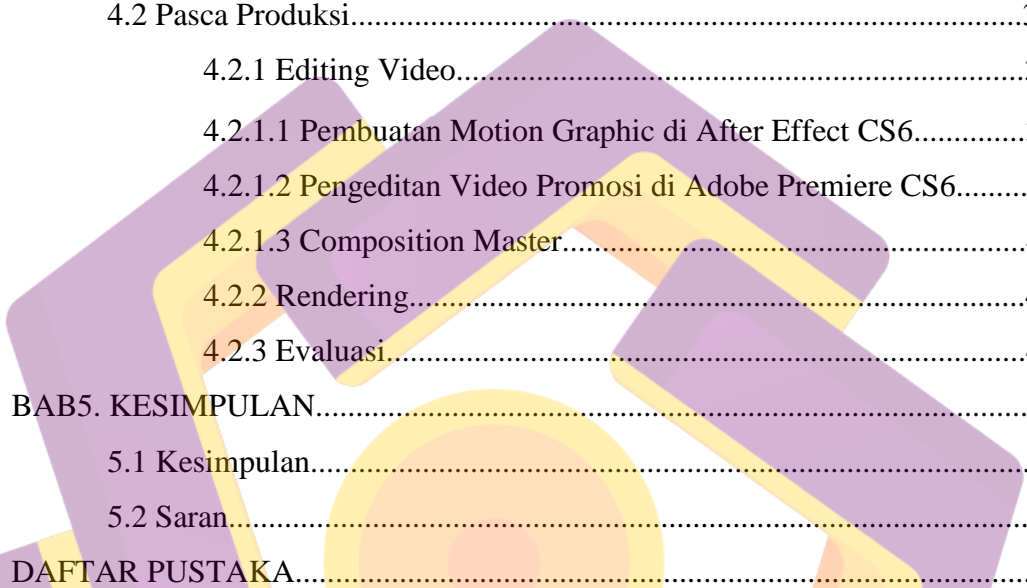


## DAFTAR ISI

BAB 1 . PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan .....	2
1.5 Metode Penelitian.....	2
1.5.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	2
1.5.1.2 Metode Analisis Data.....	3
1.5.1.3 Metode Perancangan/Pembuatan Media Promosi.....	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1.1 Tinjauan Pustaka.....	4
2.1.2 Pengertian Multimedia.....	5
2.1.3 Konsep Dasar Iklan.....	6
2.1.3.1 Periklanan di Televisi.....	6
2.1.3.2 Tujuan Periklanan Televisi.....	7
2.1.4 Jenis Shoot.....	8
2.1.5 Unsur dan Teknik Live Shoot.....	8
2.1.6 Teknik Pengambilan Gambar.....	10
2.1.7 Pergerakan Kamera.....	10
2.1.8 Format Digital Video.....	11
2.1.9 Konsep Dasar <i>Motion Graphic</i> .....	12
2.1.9.1 Pengertian <i>Motion Graphic</i> .....	12
2.1.9.2 Sejarah <i>Motion Graphic</i> .....	12
2.1.9.3 Elemen <i>Motion Graphic</i> .....	13
2.1.9.4 Karakteristik <i>Motion Graphic</i> .....	13
2.2.1 Adobe Premiere CS 6.....	14
2.2.2 Adobe After Effect CS 6.....	14
2.2.3 Analisis Studi Kelayakan.....	14



2.2.3.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kelayaka.....	14
2.2.3.2	Metode Analisis Biaya Manfaat.....	14
2.2.4	Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	15
2.2.4.1	Tahap Pra Produksi.....	15
2.2.4.2	Tahap Produksi.....	16
2.2.4.3	Tahap Pasca Produksi.....	16
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
3.1	Deskripsi Perusahaan.....	18
3.2	Analisis Masalah.....	18
3.2.1	Identifikasi Masalah.....	18
3.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	18
3.3.1	Kebutuhan Perangkat Keras.....	18
3.3.2	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	19
3.3.3	Sumber Daya Manusia.....	19
3.4	Analisis Kelayakan Sistem.....	19
3.4.1	Kelayakan Teknis.....	19
3.4.2	Kelayakan Operasional.....	20
3.4.3	Kelayakan Hukum.....	20
3.4.5	Kelayakan Ekonomi.....	20
3.5	Tahapan Produksi.....	20
3.5.1	Ide Cerita.....	20
3.5.2	Rancangan Naskah Video Promosi.....	20
3.5.3	Storyboard.....	26
<b>BAB 4.</b>	<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>14</b>
4.1	Produksi.....	33
4.1.1	Kegiatan Shooting.....	33
4.1.1.1	Pengaturan Cahaya.....	33
4.1.1.2	Pengaturan Kamera.....	33



4.1.1.3 Kamera.....	33
4.1.1.4 Scene.....	33
4.1.2 Perlengkapan.....	34
4.1.3 Teknik yang Digunakan.....	35
4.1.4 Lokasi Pengambilan Gambar.....	35
4.2 Pasca Produksi.....	36
4.2.1 Editing Video.....	36
4.2.1.1 Pembuatan Motion Graphic di After Effect CS6.....	36
4.2.1.2 Pengeditan Video Promosi di Adobe Premiere CS6.....	38
4.2.1.3 Composition Master.....	46
4.2.2 Rendering.....	47
4.2.3 Evaluasi.....	49
BAB5. KESIMPULAN.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Adegan 1.....	26
Gambar 3.2 Adegan 2.....	26
Gambar 3.3 Adegan 3.....	27
Gambar 3.4 Adegan 4.....	27
Gambar 3.5 Adegan 5.....	27
Gambar 3.6 Adegan 6.....	28
Gambar 3.7 Adegan 7.....	28
Gambar 3.8 Adegan 8.....	28
Gambar 3.9 Adegan 9.....	29
Gambar 3.10 Adegan 10.....	29
Gambar 3.11 Adegan 11.....	29
Gambar 3.12 Adegan 12.....	30
Gambar 3.13 Adegan 13.....	30
Gambar 3.14 Adegan 14.....	30
Gambar 3.15 Adegan 15.....	31
Gambar 3.16 Adegan 16.....	31
Gambar 3.17 Adegan 17.....	31
Gambar 3.18 Adegan 18.....	32
Gambar 3.19 Adegan 19.....	32
Gambar 4.1 Kamera Canon EOS 1100D.....	34
Gambar 4.2 Tripod.....	34
Gambar 4.3 Memori.....	35
Gambar 4.4 Membuat Composition.....	36
Gambar 4.5 Composition Settings.....	37
Gambar 4.6 Membuat Text.....	37
Gambar 4.7 Memberi Gerakan Smooth pada Text.....	38
Gambar 4.8 Opening.....	38

Gambar 4.9 Model Berjalan Bersama.....	39
Gambar 4.10 Model Saling Berbincang.....	39
Gambar 4.11 Model Memasuki Toko Lain.....	40
Gambar 4.12 Bingung Karena Kurang Menyukainya.....	40
Gambar 4.13 Model Memasuki OVJ.....	41
Gambar 4.14 Lambang OVJ.....	41
Gambar 4.15 Koleksi OVJ dengan Harga Terjangkau.....	42
Gambar 4.16 Koleksi OVJ dengan Banyak Pilihan.....	42
Gambar 4.17 Koleksi OVJ dengan Desain Unik Inovatif.....	43
Gambar 4.18 Koleksi OVJ dengan Warna yang Menarik.....	43
Gambar 4.19 Koleksi OVJ dengan Ukuran All Size.....	44
Gambar 4.20 Koleksi OVJ dengan Bahan 100% Cotton.....	44
Gambar 4.21 Konsumen Asing Memilih Produk.....	45
Gambar 4.22 Pelayanan yang Ramah.....	45
Gambar 4.23 Closing.....	46
Gambar 4.24 Bagian Depan OVJ.....	46
Gambar 4.25 Composition Master .....	47
Gambar 4.26 Rendering.....	48
Gambar 4.27 Hasil Video Promosi OVJ.....	48
Gambar 4.28 Kuisisioner.....	50

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pembuatan Media Promosi Oblong Van Jogja Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic”. Skripsi ini disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Sistem Informasi STMIK Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa selama proses hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan kontribusi dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada orang tua dan keluarga yang sudah memberikan dukungan materi dan moral sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini, Adlina Husni Putri yang selalu memberikan dorongan kritik dan saran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Namun, kami menyadari bahwa makalah ini masih ada hal-hal yang belum sempurna dan luput dari perhatian penulis. Baik itu dari bahasa yang digunakan maupun dari teknik penyajiannya. Oleh karenanya, dengan segala kekurangan dan kerendahan hati, kami sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca.

Akhirnya, besar harapan penulis pada skripsi ini dapat memberikan manfaat yang berarti untuk para pembaca.

Yogyakarta, 22 Febuari 2016

Indra Setiawan

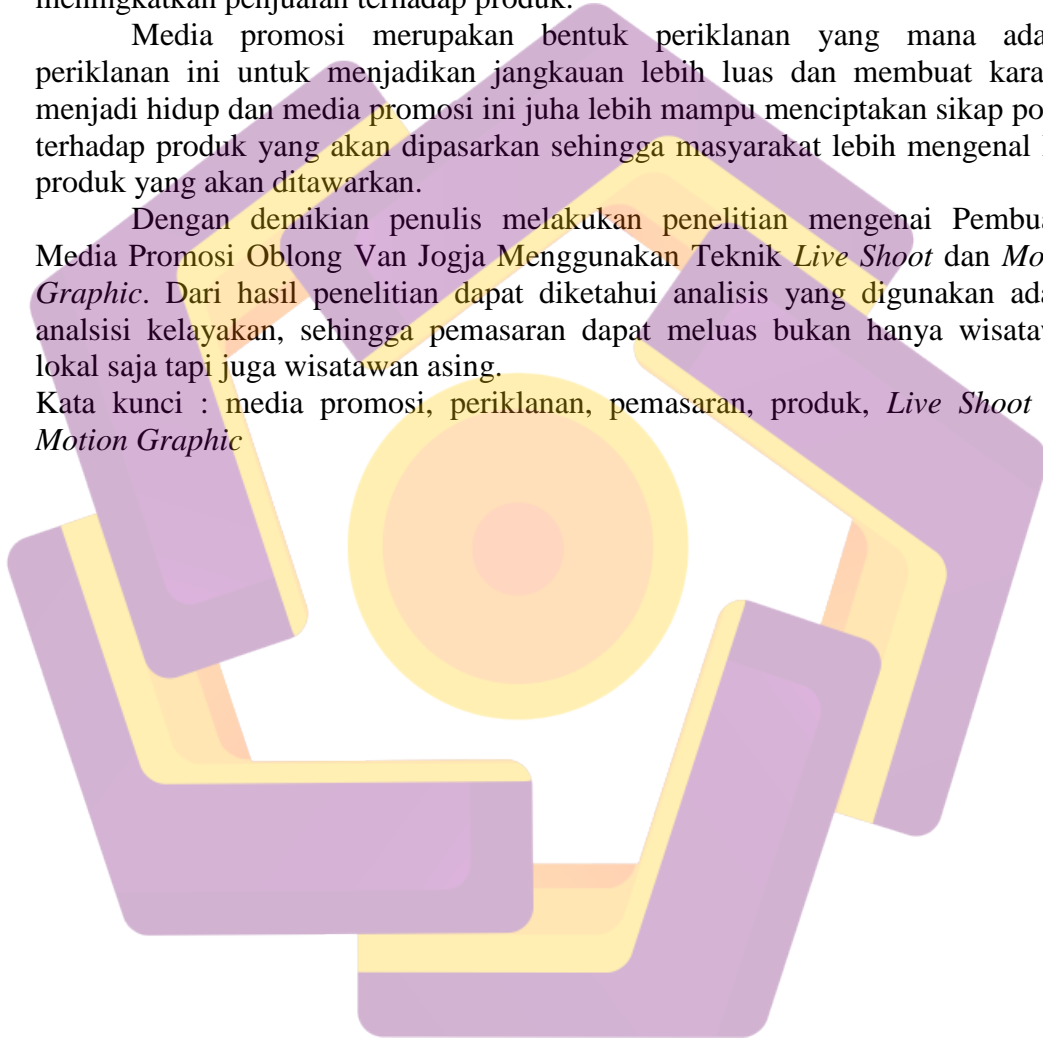
## INTISARI

Pada saat ini persaingan dalam pasar telah meningkat sangat luas, sengitnya persaingan membuat seseorang ketika ingin membuka usaha harus melakukan strategi yang dapat meningkatkan penjualan terhadap produk yang akan dipasarkan. Seiring dengan berkembangnya teknologi bidang pemasaran, maka hal tersebut dapat membantu proses bisnis dan melakukan penjualan dengan lebih mudah. Media promosi merupakan hal yang sangat menunjang untuk meningkatkan penjualan terhadap produk.

Media promosi merupakan bentuk periklanan yang mana adanya periklanan ini untuk menjadikan jangkauan lebih luas dan membuat karakter menjadi hidup dan media promosi ini juga lebih mampu menciptakan sikap positif terhadap produk yang akan dipasarkan sehingga masyarakat lebih mengenal luas produk yang akan ditawarkan.

Dengan demikian penulis melakukan penelitian mengenai Pembuatan Media Promosi Oblong Van Jogja Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*. Dari hasil penelitian dapat diketahui analisis yang digunakan adalah analisis kelayakan, sehingga pemasaran dapat meluas bukan hanya wisatawan lokal saja tapi juga wisatawan asing.

Kata kunci : media promosi, periklanan, pemasaran, produk, *Live Shoot* dan *Motion Graphic*



## ABSTRACT

At this time of increased competition in the market has been very extensive, fierce competition makes when someone wants to open a business must be pursuing a strategy to increase sales of the product to be marketed. Along with the development of technology in marketing, then it can help the business processes and make sales easier. The media campaign is very supportive to increase sales of the product.

The media campaign is a form of advertising in which the advertising is to make a wider range and make the characters come alive and this promotional media Juha be able to create a positive attitude towards the product to be marketed so that people know more about the broader range of products that will be offered.

Thus the authors conducted a study on the creation Oblong Van Jogja Media Promotion Techniques Using Live Shoot and Motion Graphic. From the results of this research is the analysis used is analisis feasibility, so that marketing can be spread not only local tourists but also foreign tourists.

Keywords: media promotion, advertising, marketing, product, Live Shoot and Motion Graphic

