

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MEREK “YIKESALLDAY”
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT
DAN MOTION GRAPHIC**



disusun oleh
Andika Fajri
17.12.0070

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MEREK “YIKESALLDAY”
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT
DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh
Andika Fajri
17.12.0070

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MEREK “YIKESALLDAY”
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT
DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Andika Fajri

17.12.0070

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 5 Mei 2021

Dosen Pembimbing,

Andika Agus Slameto, M.Kom.
NIK. 190302109

PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN VIDEO IKLAN MEREK “YIKESALLDAY”
MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT
DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Andika Fajri

17.12.0070

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 April 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Andika Agus Slameto, M.Kom

NIK. 190302109

Banu Santoso, S.T., M.Eng

NIK. 190302327

Erni Seniwati, S.Kom, M.Cs

NIK. 190302231

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 17.12.0070

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom.

NIK. 190302096

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, 1 Juni 2021



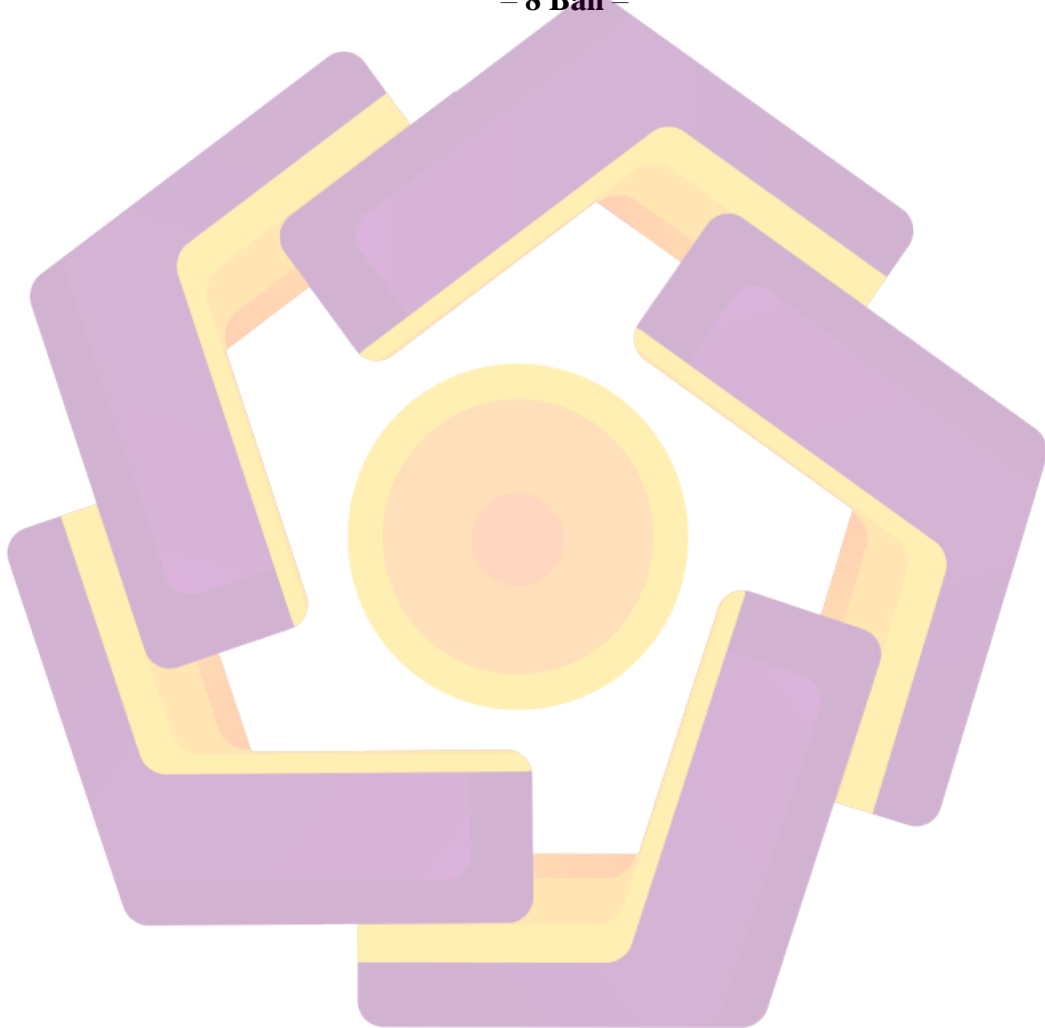
Andika Fajri

NIM. 17.12.0070

MOTTO

“Kita dulu terlahir sebagai pemenang dan kita harus mati sebagai juara yang di kenang. Dalam hidup jangan tampil sebagai pecundang, jangan pernah menyerah oleh tembok yang menghadang”.

– 8 Ball –



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan kesempatan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penelitian ini dapat terselesaikan juga atas bantuan dari berbagai pihak. Saya juga berterima kasih kepada :

- Bapak dan ibu yang selalu mendoakan dan selalu memberikan semangat kepada saya untuk menyelesaikan studi tepat waktu.
- Teman-teman yang selalu memberikan dukungan
- Sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang terus memberikan dukungan dan nasehat ketika saya membuat kesalahan.
- Bapak Andika Agus Slameto, M.Kom yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Dan semua pihak yang telah membantu mulai dari penyusunan sampai selesainya skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan berkah dan hidayah-Nya kepada setiap hamba-Nya, serta Shalawat dan salam juga tidak lupa penulis kirimkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan teladan mulia dalam menuntun umatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PEMBUATAN VIDEO IKLAN MEREK “YIKES” MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC”.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu sebagai rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

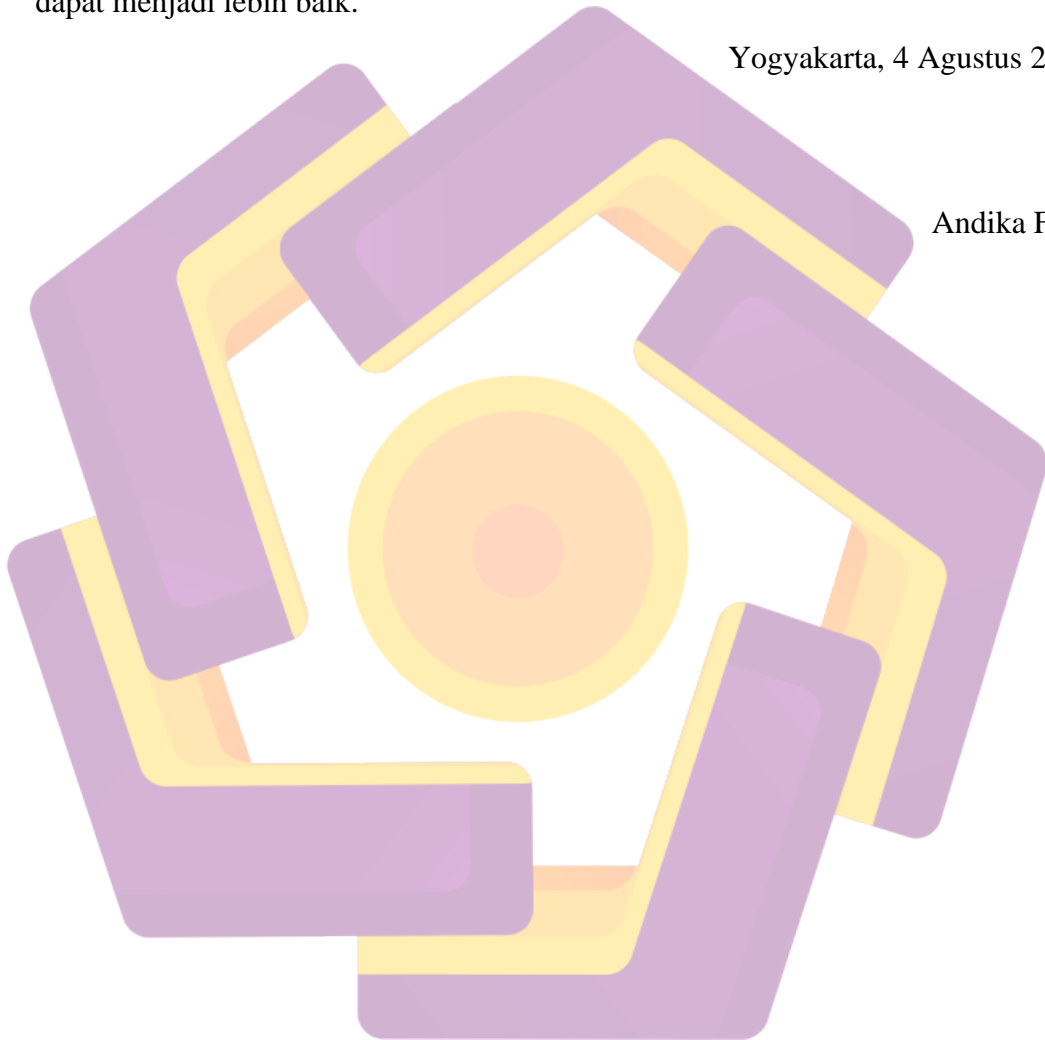
1. Bapak Prof.Dr.M. Suyanto, MM. Selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si.,MT selaku ketua Jurusan Sistem Informasi
3. Bapak Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom sebagai Sekretaris Prodi Sistem Informasi
4. Bapak Andika Agus Slameto, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini dan telah sabar dalam memberikan petunjuk, arahan dan dorongan pada saya juga.
5. Bapak dan Ibu Dosen UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama kuliah.
6. Eko Hidayat owner dari Yikes yang telah memberikan izin serta membantu untuk melakukan penelitian.

7. Teman – teman angkatan 2017 yang telah saling membantu dalam urusan perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Penulis berharap mendapat kritik dan saran dari semua pihak agar tulisan skripsi ini dapat menjadi lebih baik.

Yogyakarta, 4 Agustus 2020

Andika Fajri



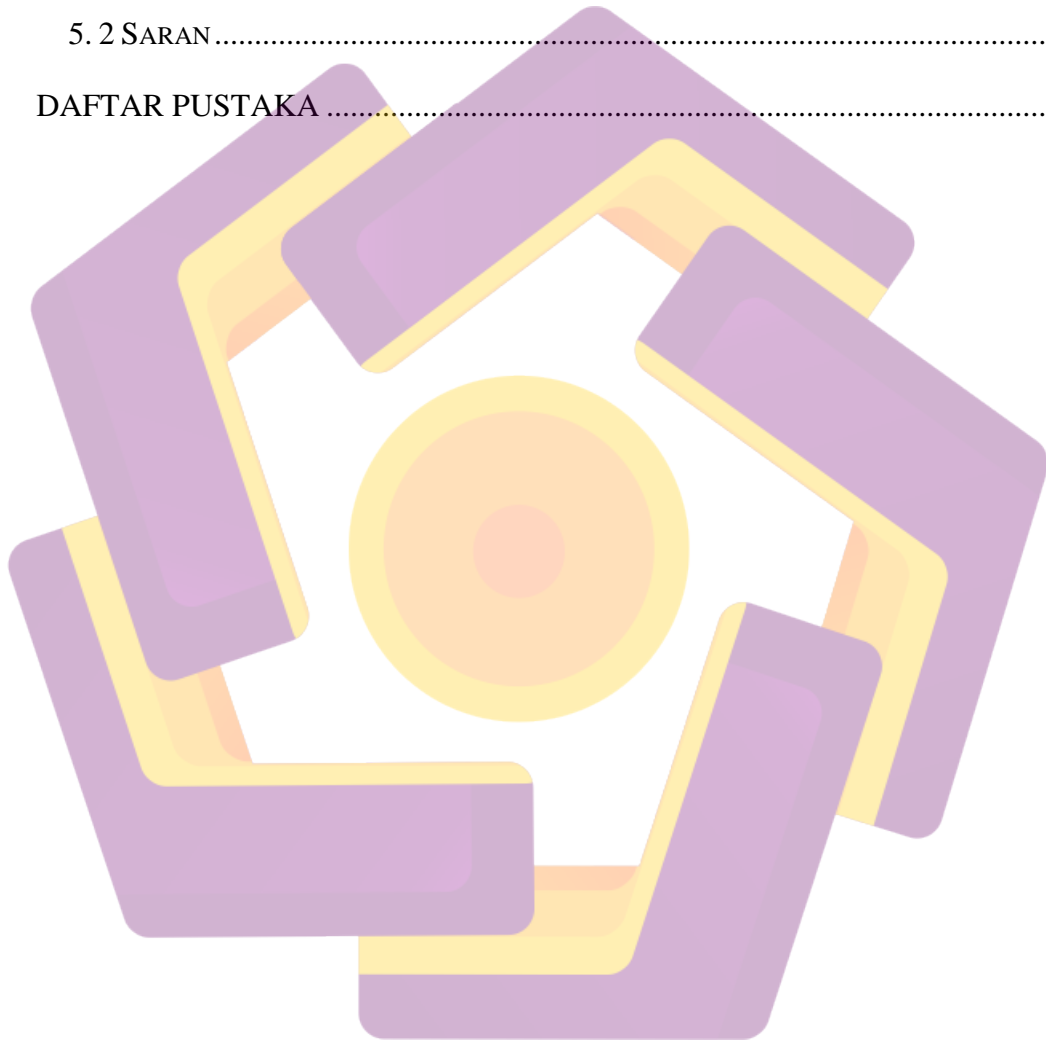
DAFTAR ISI

MOTTO	V
PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
INTISARI	XV
ABSTRACT	16
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	2
1.3 BATASAN MASALAH	2
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN	2
1.5 MANFAAT PENELITIAN	3
1.6 METODE PENELITIAN	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	3
1.6.2 Metode Analisis	4
1.6.3 Metode Perancangan	4
1.6.4 Metode Pengembangan Sistem	4
1.6.5 Metode Testing	4
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.2 KONSEP DASAR MULTIMEDIA	8

2.3	MOTION GRAPHICS	9
2.3.1	Definisi Motion Graphics.....	9
2.3.2	Prinsip dalam Motion Graphic	10
2.4	LIVE SHOT	11
2.4.1	Definisi Live Shot	11
2.4.2	Macam-Macam Dasar Live Shot	12
2.5	PERIKLANAN	13
2.6	FUNGSI IKLAN	14
2.7	JENIS IKLAN	14
2.8	IKLAN INSTAGRAM.....	16
2.8.1	Langkah – Langkah dalam Strategi Merancang Iklan	16
2.8.2	Strategi Menetapkan Audien Sasaran	16
2.8.3	Strategi Pembidikan Pasar dan Penempatan Posisi.....	17
2.8.4	Strategi Mencari Keunggulan Produk yang dipasarkan.....	17
2.8.5	Strategi Menetapkan Anggaran Iklan Instagram.....	17
2.8.6	Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Instagram	17
2.8.7	Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan.....	17
2.8.8	Strategi Merancang Gaya Mengeksekusi Pesan Iklan	18
2.8.9	Strategi Merancang Naskah dan Storyboard.....	18
2.8.10	Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	18
2.9	KONSEP DASAR VIDEO	19
2.9.1	Jenis – jenis Video	19
2.9.2	Format Digital Video	19
2.9.3	Standar Video.....	20
2.9.4	Elemen Video.....	21
2.9.5	Jenis Shot	21
2.10	KUISIONER	22
2.11	SAMPEL DAN PENENTUAN BESAR SAMPEL.....	22
2.12	SKALA LIKERT	23
2.12.1	Menentukan Interval	24
BAB III	25

3.1	TINJAUAN UMUM	25
3.1.1	Profil Perusahaan	25
3.1.2	Visi dan Misi Yikesallday	26
3.1.3	Fasilitas	26
3.1.4	Alamat Perusahaan.....	27
3.1.5	Produk	27
3.2	ANALISIS.....	28
3.2.1	Definisi Analisis Sistem.....	28
3.2.2	Analisis SWOT	29
3.2.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	33
3.2.4	Analisis Kelayakan Sistem.....	35
3.3	TAHAP PRA PRODUKSI.....	36
3.3.1	Perancangan Ide dan Konsep	36
3.3.2	Tema.....	36
3.3.3	Perancangan Naskah	36
3.3.4	Planning	37
	(OSS) Terlihat layar komputer yang menampilkan banyak katalog.....	38
BAB IV	42
4.1	PRODUKSI	42
4.1.1	Pengambilan Gambar	44
4.1.2	Penataan Cahaya	45
4.1.3	Pemilihan Angle Kamera	45
4.2	PASCA PRODUKSI	46
4.2.1	Editing	46
4.2.2	Desain Aset	51
4.2.3	Compositing	53
4.3	PEMBAHASAN	57
4.4	EVALUASI	61
4.4.1	Perbandingan Kelayakan Operasional dengan Hasil Akhir	61
4.4.2	Kuisisioner Pengujian	63

4.5 MEDIA PLACEMENT	69
4.5.1 Penayangan Pada Media Sosial Instagram.....	70
4.5.2 Penyerahan Kepihak Yikesallday	71
BAB V.....	72
5.1 KESIMPULAN	72
5.2 SARAN.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Perbandingan	6
Tabel 2. Tabel Perbandingan.....	7
Tabel 3. Skor Skala Likert	23
Tabel 4. Presentase Nilai.....	24
Tabel 5. Analisis SWOT	31
Tabel 6. Storyboard.....	37
Tabel 7. Schedulling produksi	41
Tabel 8. Penyesuaian Hasil Akhir.....	58
Tabel 9. Perbandingan Kebutuhan Operasional dengan Hasil Akhir	62
Tabel 10. Pengujian.....	66
Tabel 11. Target Market	70
Tabel 12. Anggaran dan Durasi.....	70
Tabel 13. Media Instagram	71
Tabel 14. Statistik Penayangan Video	71
Tabel 15. Penyerahan kepada pihak Yikesallday.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Beberapa Produk Dari Yikesallday	28		
Gambar 2. Logo Yikesallday	28		
Gambar 3. Set lokasi pengambilan foto katalog	40		
Gambar 4. Bagan Proses Produksi	42		
Gambar 5. Set lokasi scene pertama	44		
Gambar 6. Set lokasi scene kedua.....	44		
Gambar 7. Lighting taffware	Gambar 8. Philis 6w.....	45	
Gambar 9. Wide Shot	Gambar 10. Close Up	Gambar 11. ECU	46
Gambar 12. new sequence premiere pro	47		
Gambar 13. File project.....	47		
Gambar 14. Trimming.....	48		
Gambar 15. Proses masking	48		
Gambar 16. Hasil dari masking.....	49		
Gambar 17. Menambahkan adjusmant layer.....	49		
Gambar 18. Penerapan adjustment layer.....	50		
Gambar 19. Render setting premiere pro	50		
Gambar 20. Proses rendering premiere pro.....	51		
Gambar 21. Adobe Photoshop CC 2020	51		
Gambar 22. Lembar Kerja Baru Photosohop.....	52		
Gambar 23. Proses Desain Grafis	52		
Gambar 24. Penyimpanan File (*.psd).....	53		
Gambar 25. New sequence after effect	53		
Gambar 26. Timeline after effect	54		
Gambar 27. Transformasi Dasar	54		
Gambar 28. Animation Composer	55		
Gambar 29. Timeline setelah penganimasian	55		
Gambar 30. Membukan adobe media encoder.....	56		
Gambar 31. Proses dynamic link connection.....	56		
Gambar 32. Render setting after effect	57		
Gambar 33. Proses render after effect.....	57		

INTISARI

Zaman sekarang banyak sekali pengusaha-pengusaha baru di bidang *fashion* yang bermunculan, salah satunya adalah “Yikesallday” yang berlokasi di Yogyakarta. Dan kini bisa dilihat juga bahwa telah banyak perusahaan internet yang berinovasi dan bisa kita manfaatkan sebagai media promosi. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah bagaimana caranya memanfaatkan internet sebagai media promosi usaha berupa video dan audio visual.

Video promosi “Yikesallday” ini menggunakan metode pengumpulan data dan pengembang sistem untuk mengumpulkan informasi yang akurat lalu menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic* sebagai tahap produksi. Video adalah media komunikasi yang sangat populer saat ini dan banyak digunakan sebagai media hiburan ataupun promosi. Iklan adalah salah satu bentuk promosi suatu produk atau layanan menggunakan media audio visual. Untuk menarik minat audiens, maka dibuatlah iklan menggunakan audio visual yang menarik.

Tujuan dari video iklan promosi ini adalah agar audiens mengetahui dan memahami detail-detail tentang artikel terbaru dari produk Yikesallday yang akan datang. Iklan Yikesallday ini berdurasi 1 menit dan akan di *upload* ke *instagram* yang merupakan salah satu *platform* terpopuler di dunia saat ini. Bentuk promosi seperti ini masih baru di Indonesia dan jarang digunakan oleh perusahaan-perusahaan, namun jenis iklan seperti ini sudah sering digunakan di luar negeri. Oleh karena itu penggunaan video promosi semacam ini di Indonesia agak revolusioner.

Kata Kunci: Iklan, video, pemasaran

ABSTRACT

Today there are a lot of new entrepreneurs in the field of fashion that have sprung up, one of which is "Yikesallday" located in Yogyakarta. And now it can also be seen that there have been many internet companies that innovate and we can use it as a promotional media. The aim to be achieved in this research is how to use the internet as a medium for business promotion in the form of video and audio visual.

This "Yikesallday" promotional video uses data collection methods and system developers to gather accurate information and then uses live shot and motion graphic techniques to play the productions. Video is a communication medium that is very popular today and is widely used as a promotional media or promotion. Advertising is a form of promotion of a product or service using audio visual media. To attract the audience's interest, advertisements are made using attractive audio visuals.

The purpose of this promotional advertisement video is so that the audience knows and understands details about the latest articles from the upcoming Yikesallday product. This Yikesallday ad is 1 minute long and will be uploaded to Instagram which is one of the most popular platforms in the world today. This form of promotion is still new in Indonesia and is rarely used by companies, but this type of advertising is often used abroad. Therefore the use of promotional videos of this kind in Indonesia is rather revolutionary.

Keywords: Advertising, video, marketing