

**PEMBUATAN IKLAN PADA KEDAI KOPI
PADOS MENGGUNAKAN TEKNIK
MOTION TRACKING**

SKRIPSI



**disusun oleh
Siti Aulia Fadilah
17.12.0088**

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

**PEMBUATAN IKLAN PADA KEDAI KOPI
PADOS MENGGUNAKAN TEKNIK
MOTION TRACKING**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh
Siti Aulia Fadirah
17.12.0088

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN PADA KEDAI KOPI PADOS MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION TRACKING**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Siti Aulia Fadira

17.12.0088

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal / / 2020

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN PADA KEDAI KOPI PADOS MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION TRACKING

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Siti Aulia Fadirah

17.12.0088

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Juni 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ali Mustopa, M.Kom
NIK. 190302192

Agung Pambudi, ST, M.A
NIK. 190302012

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 22 Juni 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, 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, 12 September 2021



Siti Aulia Fadirah

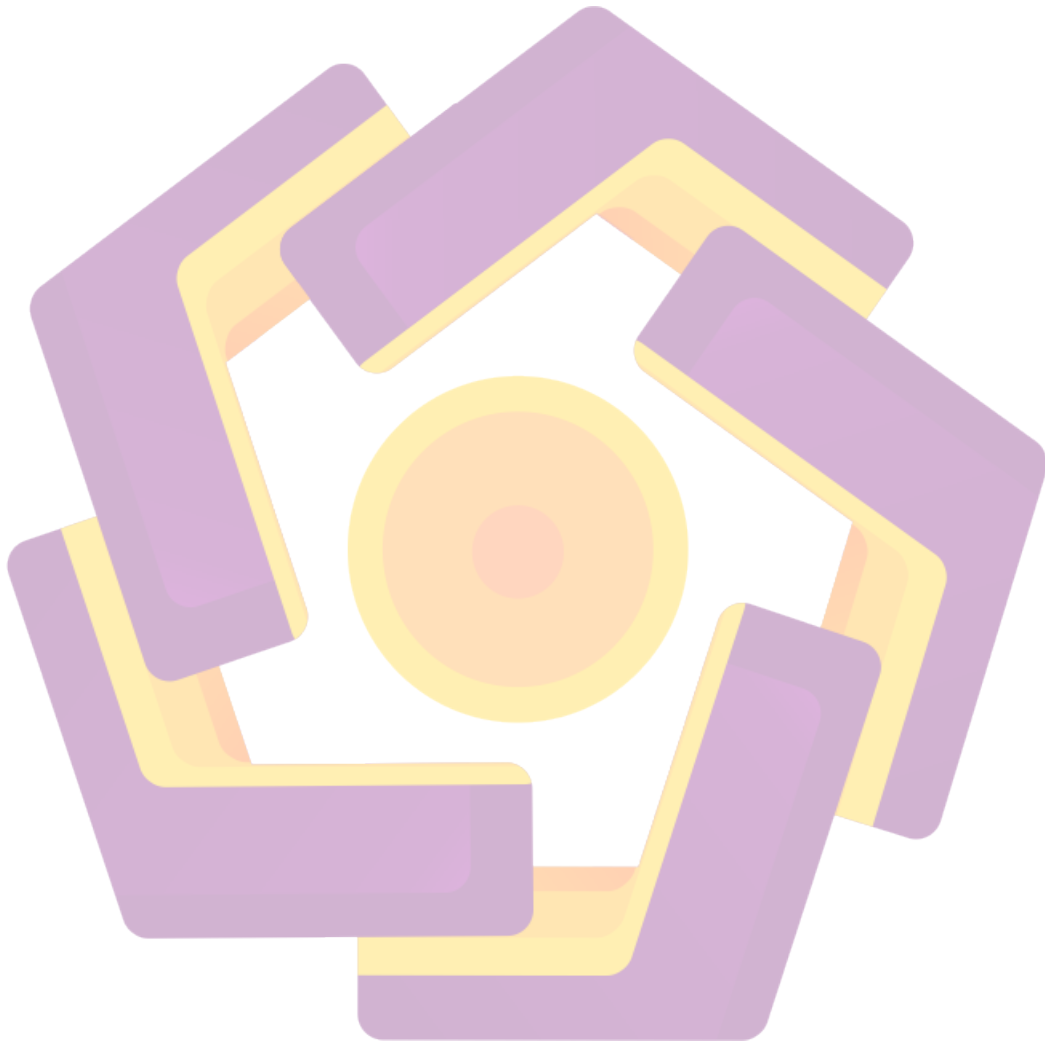
NIM. 17.12.0088

MOTTO

“Lakukan apapun pekerjaan dengan ikhlas ”

“Dibalik kesulitan, pasti akan ada jalan kesuksesan”

“Sabar dan berusaha adalah kunci kesuksesan”



PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada halaman persembahan ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada :

- Allah SWT yang telah memberikan rahmat berupa kesehatan, kekuatan, kesabaran, ketekunan, fokus, dan semangat sehingga seluruh rangkaian proses pengerjaan skripsi dapat berjalan dengan baik hingga skripsi ini selesai serta memperoleh hasil yang maksimal.
- Orang Tua (Bapak Abdul Khair H. Usman & Ibu Fadlun Abdurahman) yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan seperti seharusnya.
- Kedai Kopi Pados yang telah memberikan izin penelitian.
- Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku pembimbing utama yang telah membimbing dan memberikan arahan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan serta memperoleh hasil yang terbaik.
- Seluruh dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
- Teman-teman kelas Sistem Informasi angkatan 2017 yang telah menemani berjuang bersama-sama selama perkuliahan.
- Teman-teman dari Kost Kinasih yang selalu memberikan semangat kepada saya agar skripsi ini segera terselesaikan.
- Teman saya Mas Pantra yang senantiasa berjuang bersama-sama dan yang selalu memberikan dorongan agar skripsi ini segera terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PEMBUATAN IKLAN PADA KEDAI KOPI PADOS MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION TRACKING”** dapat terselesaikan dengan baik

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan perguruan tinggi program studi Strata – 1 Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Serta dengan terbuka mengucapkan terima kasih atas kritik dan saran dari pembaca guna perbaikan pada masa mendatang.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto M.M. selaku ketua UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku ketua jurusan Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan Karyawan/Karyawati Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis mengikuti perkuliahan.
5. Keluarga dan teman – teman yang telah banyak memberikan pengalaman, motivasi dan kenangan.
6. Serta semua pihak yang telah membantu dan bekerja sama dalam pelaksanaan skripsi ini.

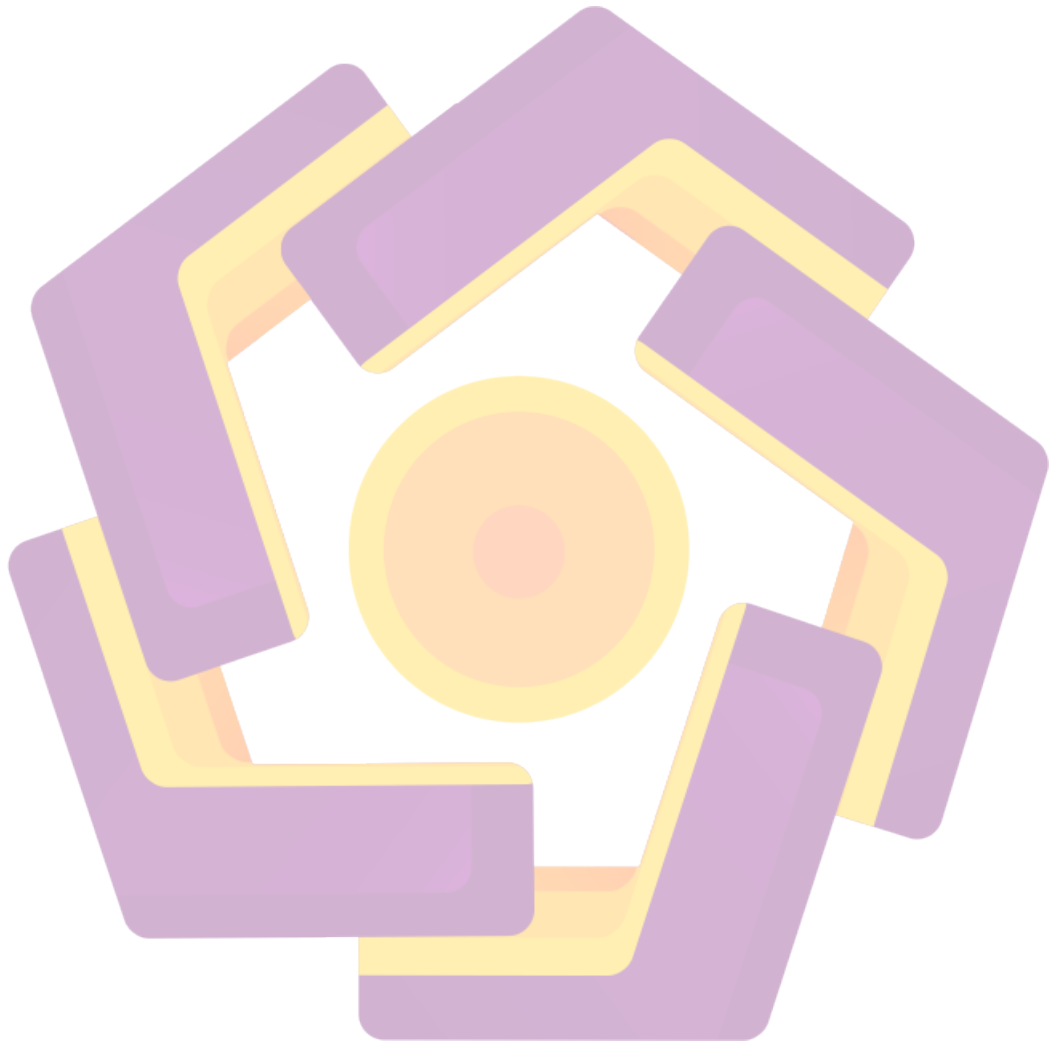
Yogyakarta, 22 Juni 2021

DAFTAR ISI

PEMBUATAN IKLAN PADA KEDAI KOPI	1
PEMBUATAN IKLAN PADA KEDAI KOPI	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.1.1 Metode Observasi.....	4
1.6.1.2 Metode Wawancara	4
1.6.2 Metode Analisis	4
1.6.3 Metode Perancangan.....	4
1.6.4 Metode Pengembangan.....	4
1.6.5 Metode Testing	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia	8
2.2.1 Pengertian Multimedia	8
2.2.2 Elemen Multimedia	8
2.2.2.1 Teks.....	9
2.2.2.2 Gambar	9

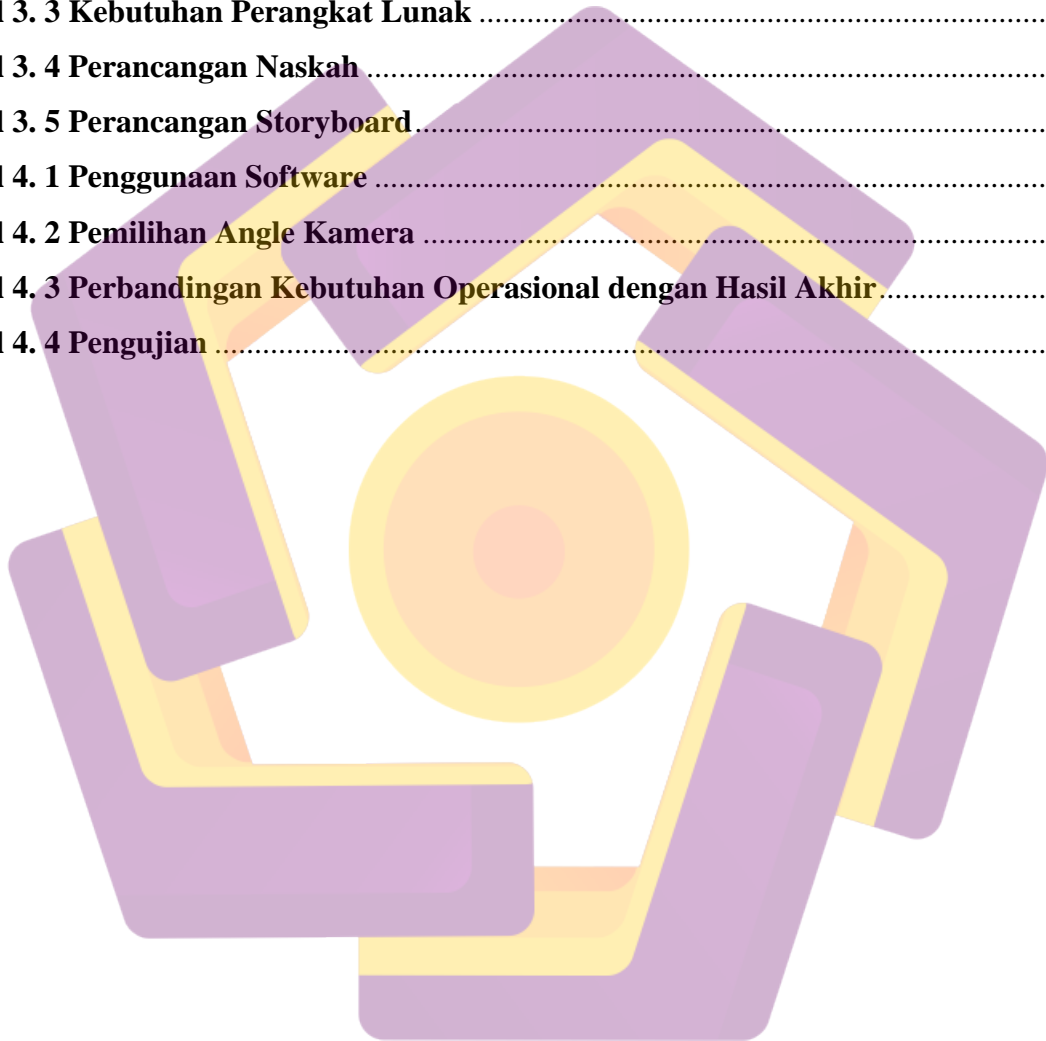
2.2.2.3	Suara.....	9
2.2.2.4	Animasi.....	10
2.2.2.5	Video.....	10
2.3	Periklanan.....	10
2.4	Social Media Marketing	11
2.5	Iklan Instagram.....	12
2.6	Promosi	14
2.7	Motion Tracking	15
2.8	Framing.....	16
2.9	Motion Graphic.....	17
2.10	Analisis SWOT.....	18
2.10.1	Faktor-Faktor dalam Analisis SWOT	18
2.10.1.1	Strength (Kekuatan)	18
2.10.1.2	Weakness (Kelemahan).....	19
2.10.1.3	Opportunities (Peluang)	19
2.10.1.4	Threats (Ancaman)	19
2.11	Metode Perancangan	20
2.11.1	Pra Produksi	20
2.12	Metode Pengembangan	22
2.12.1	Produksi	22
2.12.2	PascaProduksi.....	22
2.13	Kuesioner	22
2.14	Responden.....	27
2.15	Skala Likert	27
2.15.1	Rumus Presentase Skala Likert	28
BAB III.....		30
3.1	Tinjauan Umum.....	30
3.1.1	Sejarah Kedai Kopi Pados.....	30
3.1.2	Logo Kedai Kopi Pados	30
3.1.3	Fasilitas.....	30
3.1.4	Alamat Kedai Kopi Pados	31
3.1.5	Produk.....	31
3.2	Analisis.....	31
3.2.1	Definisi Analisis Sistem	31
3.2.2	Analisis Swot.....	32
3.2.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	34
3.2.3.1	Kebutuhan Fungsional.....	34

3.2.3.2	Kebutuhan Non Fungsional	34
3.2.3.3	Kebutuhan Pengguna	35
3.2.4	Analisis Kelayakan Sistem	36
3.2.4.1	Kelayakan Teknologi	36
3.2.4.2	Kelayakan Hukum	36
3.2.4.3	Kelayakan Operasional	37
3.3	Metode Perancangan	37
3.3.1	Perancangan Ide dan Konsep	37
3.3.2	Perancangan Naskah	38
3.3.3	Perancangan Storyboard	40
BAB IV	45
4.1	Pembahasan	45
4.2	Produksi	45
4.2.1	Penentuan Schedule	46
4.2.2	Pengambilan Gambar	46
4.2.3	Pemilihan Angle Kamera	47
4.2.4	Audio Recording	48
4.3	Pasca Produksi	48
4.3.1	Editing	49
4.3.1.1	Editing Trim	49
4.3.1.2	Color Correction	51
4.3.1.3	Rendering Premiere Pro	52
4.3.2	Desain Aset	53
4.3.2.1	Pembuatan Object Grafis	53
4.3.2.2	Proses Penyimpanan	55
4.3.3	Compositing	55
4.3.3.1	Pembuatan Composition Baru di After Effect	55
4.4	Evaluasi	60
4.4.1	Perbandingan Kelayakan Operasional dengan Hasil Akhir	61
4.4.2	Kuesioner Pengujian	62
4.5	Media Placement	67
4.5.1	Penayangan Pada Media Sosial Instagram	68
4.5.2	Penyerahan Kepihak Kedai Kopi Pados	69
BAB V	71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Skor Skala Likert	28
Tabel 2. 2 Pernyataan Positif dan Negatif Skala Likert	28
Tabel 2. 3 Pedoman Penilaian Acuan Patokan (PAP)	29
Tabel 3. 1 Matriks SWOT	32
Tabel 3. 2 Kebutuhan Perangkat Keras	35
Tabel 3. 3 Kebutuhan Perangkat Lunak	35
Tabel 3. 4 Perancangan Naskah	38
Tabel 3. 5 Perancangan Storyboard	41
Tabel 4. 1 Penggunaan Software	45
Tabel 4. 2 Pemilihan Angle Kamera	47
Tabel 4. 3 Perbandingan Kebutuhan Operasional dengan Hasil Akhir	61
Tabel 4. 4 Pengujian	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Marketing Via Instagram	12
Gambar 2. 2 Promotion Mix	15
Gambar 2. 3 Motion Graphic Gambar Manusia	17
Gambar 2. 4 Contoh Storyboard	22
Gambar 2. 5 Halaman awal google forms	24
Gambar 2. 6 Halaman Pembuatan Judul Form	24
Gambar 2. 7 Setelah pembuatan judul form	25
Gambar 2. 8 Halaman Send Form	26
Gambar 2. 9 Halaman Responden	26
Gambar 3. 1 Logo Kedai Kopi Pados	30
Gambar 3. 2 Produk Kedai Kopi Pados	31
Gambar 4. 1 Proses Perekaman Audio	48
Gambar 4. 2 New Sequence Premiere Pro	49
Gambar 4. 3 File Project	50
Gambar 4. 4 Trimming	50
Gambar 4. 5 Menambahkan Adjusmant Layer	51
Gambar 4. 6 Penerapan Adjusmant Layer	51
Gambar 4. 7 Render Setting Premiere Pro	52
Gambar 4. 8 Proses Rendering Premiere Pro	53
Gambar 4. 9 Adobe Photoshop Pro 2020	53
Gambar 4. 10 Lembar Kerja Baru Photoshop	54
Gambar 4. 11 Proses Desain Grafis	54
Gambar 4. 12 Penyimpanan File (*psd)	55
Gambar 4. 13 Composition After Effect	56
Gambar 4. 14 Timeline After Effect	56
Gambar 4. 15 Transformasi Dasar	57
Gambar 4. 16 Timeline Setelah Penganimasian	57
Gambar 4. 17 Penerapan Fitur Tracking	58
Gambar 4. 18 Hasil Tracking Motion	59
Gambar 4. 19 Hasil Analyze Tracking	60
Gambar 4. 20 Hasil Motion Tracking	60
Gambar 4. 21 Anggaran Dan Durasi	67

Gambar 4. 22 Target Market.....67
Gambar 4. 23 Media Instagram68
Gambar 4. 24 Statistik Penayangan Video69
Gambar 4. 25 Penyerahan kepada pihak Kedai Kopi Pados70



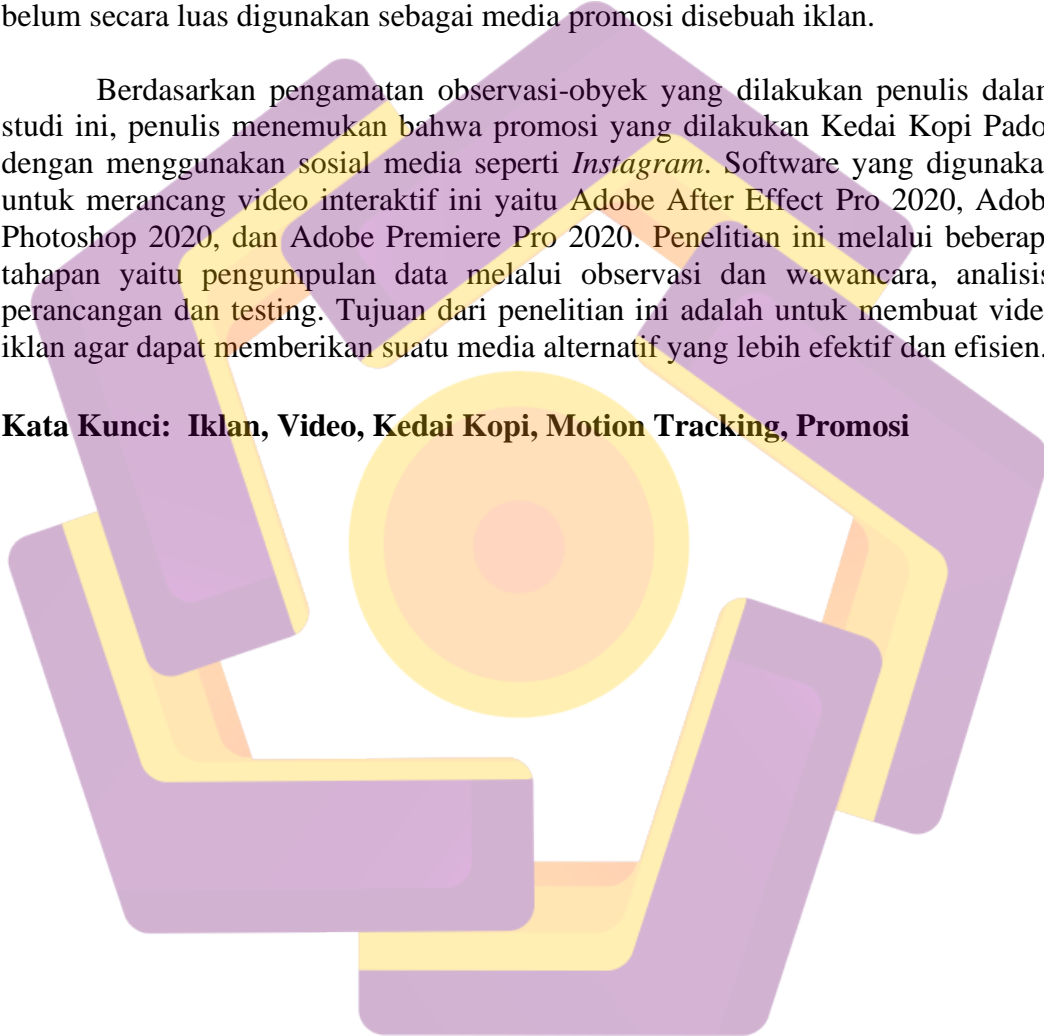
INTISARI

Video iklan merupakan sarana penyampaian atau sebuah media promosi yang dapat menyalurkan informasi demi mencapai sebuah target perusahaan. Melalui video iklan ini memungkinkan masyarakat luas terutama mahasiswa akan lebih tertarik dan mudah menemukan lokasi tempat nongkrong yang nyaman.

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan Kedai Kopi Pados sebagai objek penelitian untuk membuat sebuah media promosi atau iklan dengan menggunakan teknik *Motion Tracking*, teknik ini sangat unik dan menarik. Di samping teknik ini belum secara luas digunakan sebagai media promosi disebuah iklan.

Berdasarkan pengamatan observasi-obyek yang dilakukan penulis dalam studi ini, penulis menemukan bahwa promosi yang dilakukan Kedai Kopi Pados dengan menggunakan sosial media seperti *Instagram*. Software yang digunakan untuk merancang video interaktif ini yaitu *Adobe After Effect Pro 2020*, *Adobe Photoshop 2020*, dan *Adobe Premiere Pro 2020*. Penelitian ini melalui beberapa tahapan yaitu pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, analisis, perancangan dan testing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat video iklan agar dapat memberikan suatu media alternatif yang lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci: Iklan, Video, Kedai Kopi, Motion Tracking, Promosi



ABSTRACT

Video advertising is a means of delivery or a promotional medium that can distribute information to achieve a company's targets. Through this video advertisement, it allows the wider community, especially students, to be more interested and find it easier to find comfortable hangout locations.

In this study, the authors made the Pados Coffee Shop the object of research to create a promotional media or advertisement using the Motion Tracking technique, this technique is very unique and interesting. Besides this technique has not been widely used as a promotional medium in an advertisement as.

Based on the observations of object observations made by the author in this study, the authors found that the promotions carried out by the Pados Coffee Shop were using social media such Instagram. The software used to design this interactive video is Adobe After Effect Pro 2020, Adobe Photoshop 2020, and Adobe Premiere Pro 2020. This research goes through several stages, namely data collection through observation and interviews, analysis, design and testing. The purpose of this research is to create a video advertisement in order to provide an alternative media that is more effective and efficient.

Keyword: Advertisement, Video, Coffee Shop, Motion Tracking, Promotional

