

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA  
PADA STARCOMP JOGJA**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Andhika Agnes Tristiawan**

**16.12.9194**

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

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA  
PADA STARCOMP JOGJA**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Andhika Agnes Tristiawan**

**16.12.9194**

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

# PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA PADA STARCOMP JOGJA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Andhika Agnes Tristiawan**

**16.12.9194**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 03 Juli 2021

**Dosen Pembimbing,**



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

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA**  
**PADA STARCOMP JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Andhika Agnes Tristiawan**

**16.12.9194**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 27 Agustus 2021

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Agus Purwanto, M.Kom**  
**NIK. 190302229**

**Ferian Fauzi Abdulloh, M.Kom**  
**NIK. 190302276**

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

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 27 Agustus 2021

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Hanif AlFatta, M.Kom**  
**NIK. 190302096**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu instansi 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 tercantum dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Pemalang, 15 Agustus 2021



Andhika Agnes Tristiawan

NIM 16.12.9194

## **MOTTO**

“Jangan Berharap dapat hasil yang berbeda, jika kamu melakukan hal yang sama seperti orang lain”



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan Rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

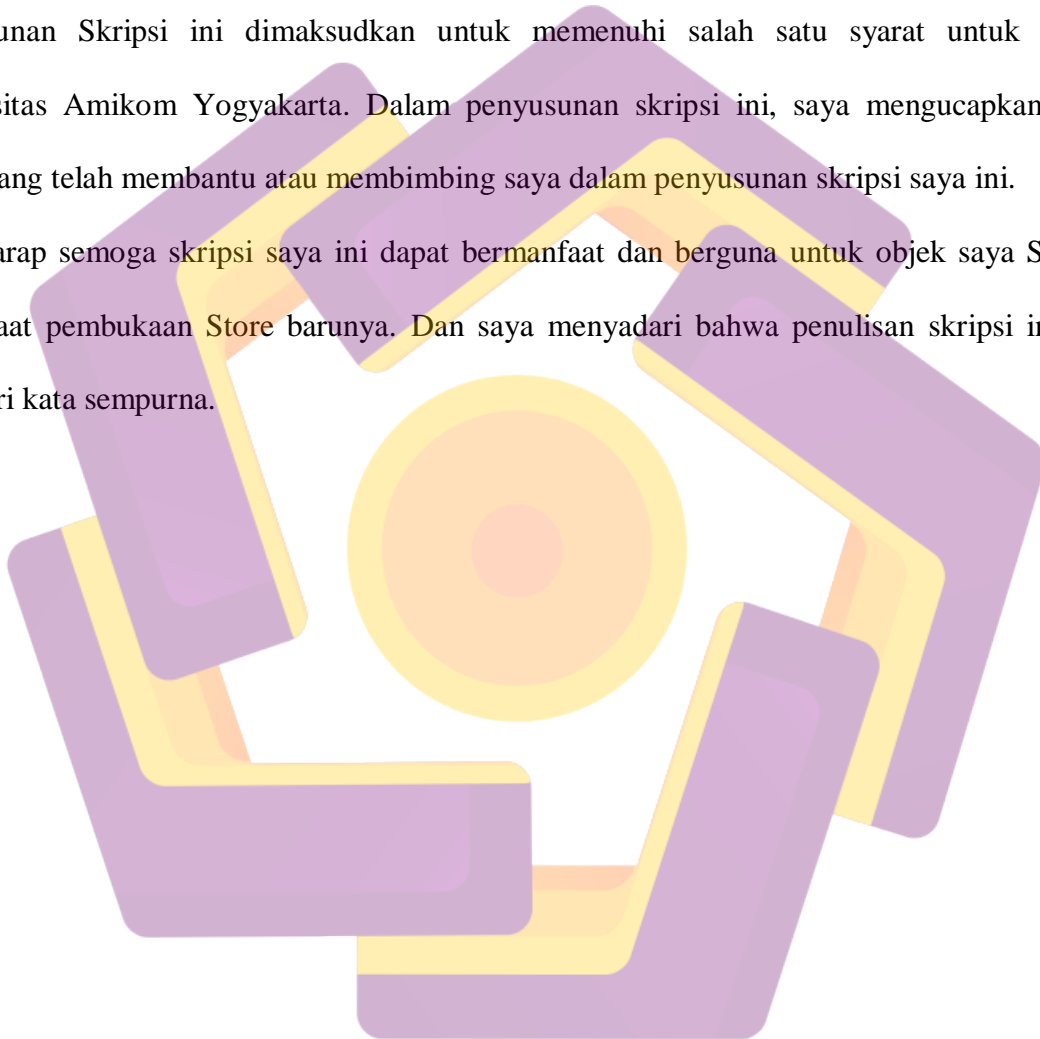
1. Allah SWT yang telah membantu hambanya dan menguatkan hambanya untuk menghadapi berbagai rintangan. Sehingga skripsi ini bisa selesai.
2. Terima kasih untuk orang tua tercinta, khususnya ibu yang telah mendukung dan memberi motivasi dalam segala hal. Sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini, meskipun banyak rintangan.
3. Terima kasih juga teruntuk Ayah saya, yang telah mensupport dari segi financial, dan tidak terlalu banyak tanya soal skripsi saya ini.
4. Rifki Ulya Saputra, Faturahman Adi Nugroho, Muhammad Iqbal, Muslim Akhirudin, Muhammad Ibnu Wijayanto, Unggul Coboy Junior, Dhata Aryatara, Andi Nurul Fuadi, Catur Peristiwa Siswanto, Muhammad Aziz Nugroho, Anhari Abdullah, Yahwu Balmont dan masih banyak lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas dukungan beserta bantuan yang telah diberikan secara langsung maupun tidak langsung selama proses pengerjaan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Terima kasih juga kepada dosen-dosen Universitas Amikom Yogyakarta dan Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku Dosen pembimbing skripsi saya.
6. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan saya dari 16 Sistem Informasi 04, terimakasih banyak untuk waktu dan pengalaman berkesan saat saya kuliah di Amikom.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi saya ini dengan judul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA PADA STARCOMP JOGJA”**.

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk lulus di Universitas Amikom Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, saya mengucapkan kepada pihak yang telah membantu atau membimbing saya dalam penyusunan skripsi saya ini.

Saya harap semoga skripsi saya ini dapat bermanfaat dan berguna untuk objek saya Starcomp Jogja saat pembukaan Store barunya. Dan saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.





# DAFTAR ISI

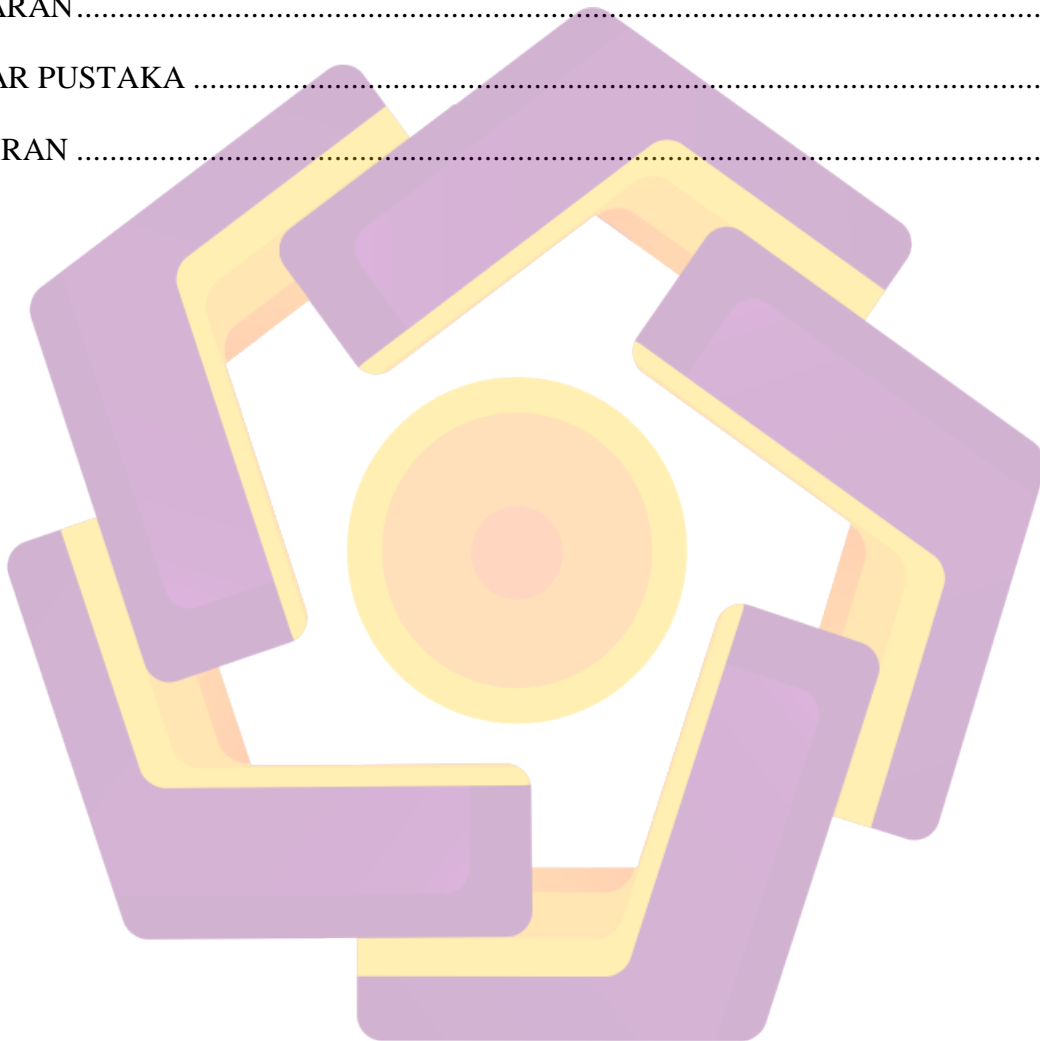
JUDUL .....	I
PERSETUJUAN .....	III
PENGESAHAN .....	IV
PERNYATAAN .....	VI
MOTTO .....	IV
PERSEMBAHAN .....	VII
KATA PENGANTAR .....	VIII
DAFTAR ISI .....	IX
DAFTAR TABEL .....	XV
DAFTAR GAMBAR .....	XVI
INTISARI .....	XVII
ABSTRACT .....	XVIII
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	2
1.3 BATASAN MASALAH .....	2
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN .....	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN .....	3
1.6 METODE PENELITIAN .....	3
1.6.1 METODE PENGUMPULAN DATA .....	4
1.6.1.1 Metode Wawancara (Interview) .....	4
1.6.1.2 Metode Pengamatan (Observasi) .....	4

1.6.2	<i>MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE (MDLC)</i> .....	4
1.6.3	METODE ANALISIS .....	5
1.6.4	METODE TESTING.....	5
1.7	SISTEMATIKA PENULISAN.....	5
BAB 2 LANDASAN TEORI .....		8
2.1	TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.2	<i>VOICE OVER</i> .....	11
2.2.1	ADR (AUTOMATED DIALOGUE REPLACEMENT) .....	12
2.2.2	DUBBING.....	12
2.2.3	VOICE CHARACTER .....	13
2.3	<i>MOTION GRAPHIC</i> .....	14
2.4	PROMOSI.....	14
2.5	VIDEO.....	15
2.5.1	PENGERTIAN VIDEO.....	15
2.5.2	STANDAR VIDEO .....	15
2.5.3	JENIS VIDEO .....	17
2.5.3.1	<i>Video Analog</i> .....	17
2.5.3.2	<i>Video Digital</i> .....	17
2.6	KONSEP DASAR MULTIMEDIA .....	18
2.6.1	PENGERTIAN MULTIMEDIA .....	18
2.6.2	JENIS – JENIS MULTIMEDIA .....	18
2.6.3	ELEMEN MULTIMEDIA .....	19
2.7	KONSEP DASAR IKLAN.....	20
2.7.1	PENGERTIAN IKLAN .....	20
2.7.2	FUNGSI DAN TUJUAN IKLAN.....	20
2.8	ANALISIS MASALAH .....	23
2.8.1	ANALISIS SWOT .....	23

2.8.2	STRATEGI SWOT .....	24
2.8.3	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM .....	25
2.9	PRODUKSI.....	26
2.9.1	PRA PRODUKSI .....	26
2.9.1.1	<i>Penentuan Ide Cerita dan Konsep</i> .....	26
2.9.1.2	<i>Pengumpulan Data</i> .....	26
2.9.1.3	<i>Perekrutan Kru</i> .....	27
2.9.1.4	<i>Penentuan Naskah</i> .....	27
2.9.1.5	<i>Pembuatan Storyboard</i> .....	27
2.9.2	PRODUKSI .....	28
2.9.2.1	<i>Manajemen Lapangan</i> .....	29
2.9.2.2	<i>Kegiatan Shoting</i> .....	29
2.9.2.3	<i>Evaluasi Kerja Produksi</i> .....	29
2.9.3	PASCA PRODUKSI .....	30
2.10	SPEKIFIKASI IKLAN INSTAGRAM.....	30
2.10.1	INSTAGRAM STORY.....	30
2.10.2	INSTAGRAM FEED.....	31
2.11	DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA.....	32
2.11.1	SOSIAL DIGITAL MARKETING.....	32
2.11.2	KONSEP DIGITAL MARKETING .....	33
2.12	EVALUASI.....	33
2.12.1	RUMUS SLOVIN .....	33
2.12.2	SKALA LIKERT.....	35
2.12.3	RUMUS PRESENTASE SKALA LIKERT .....	36
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		38
3.1	PROFILE PERUSAHAAN .....	38
3.2	ANALISIS SWOT .....	39

3.3	ANALISIS MASALAH .....	43
3.3.1	IDENTIFIKASI MASALAH .....	43
3.3.2	ANALISIS KELAYAKAN SISTEM .....	44
3.3.2.1	<i>Kelayakan Teknologi</i> .....	44
3.3.2.2	<i>Kelayakan Operasional</i> .....	44
3.3.2.3	<i>Kelayakan Hukum</i> .....	44
3.3.3	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM .....	45
3.3.3.1	<i>Kebutuhan Fungsional</i> .....	45
3.3.3.2	<i>Kebutuhan Non Fungsional</i> .....	46
3.4	PROSES PEMBUATAN VIDEO IKLAN .....	48
3.4.1	MERANCANG ISI.....	48
3.4.2	MERANCANG NASKAH.....	49
3.4.3	MEMBUAT STORY BOARD.....	50
BAB 4	IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....	53
4.1	IMPLEMENTASI .....	53
4.2	PRODUKSI.....	53
4.2.1	PEMBUATAN DESIGN MOTION GRAPHIC.....	53
4.2.2	PENGAMBILAN SUARA ATAU DUBBING.....	57
4.3	PASCA PRODUKSI .....	60
4.3.1	COMPOSING.....	61
4.4	RENDERING.....	65
4.4.1	EXPORT FILE .....	65
4.4.2	FINISHING .....	67
4.5	INSTAGRAM.....	68
4.5.1	PENAYANGAN MEDIA PROMOSI .....	68
4.5.2	PROMOTION INSIGHT .....	69
4.6	KUESIONER FAKTOR INFORMASI.....	70

4.6.1 PERHITUNGAN SKALA LIKERT.....	72
4.6.2 KUESIONER FAKTOR TAMPILAN VIDEO .....	73
4.6.3 JUMLAH SAMPLE KUISIONER .....	77
BAB 5 PENUTUP .....	80
5.1 KESIMPULAN.....	80
5.2 SARAN.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN .....	85



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	9
Tabel 2. 2 Strategi Analisis SWOT.....	25
Tabel 2. 3 Evaluasi Skala Likert.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 4 Persentase Skala Likert.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1 Analisis SWOT.....	40
Tabel 3. 2 Kebutuhan Perangkat Keras.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 3 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 4 Naskah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 5 Storyboard.....	50
Tabel 4. 1 Kuesioner Aspek Informasi.....	71
Tabel 4. 2 Bobot Nilai.....	72
Tabel 4. 3 Persentase Penilaian.....	72
Tabel 4. 4 Kuesioner Aspek Multimedia.....	74
Tabel 4. 5 Bobot Nilai Multimedia.....	75
Tabel 4. 6 Persentase Penilaian Multimedia.....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Storyboard.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 1 Denah & Tampilan Store Starcomp .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 1 Loading Screen .....	54
Gambar 4. 2 Membuat Lembar Kerja Baru .....	54
Gambar 4. 3 Pemilihan Warna Objek .....	55
Gambar 4. 4 Hasil Pen Tool .....	56
Gambar 4. 5 Export Objek ke File PNG .....	57
Gambar 4. 6 Noise Reduction.....	58
Gambar 4. 7 Efek Noise Reduction .....	59
Gambar 4. 8 Export Audio .....	60
Gambar 4. 9 Membuat New Composition.....	61
Gambar 4. 10 Import Objek.....	62
Gambar 4. 11 Transformasi Dasar .....	62
Gambar 4. 12 Tampilan Compositing.....	63
Gambar 4. 13 Render Queue .....	63
Gambar 4. 14 Tampilan Format Render.....	64
Gambar 4. 15 Tampilan Render.....	65
Gambar 4. 16 Adobe Media Encoder Queue.....	66
Gambar 4. 17 Proses Render Berlangsung .....	67
Gambar 4. 18 Postingan Starcomp.....	68
Gambar 4. 19 Insight Video .....	69
Gambar 4. 20 Insight Video Umur dan Lokasi.....	70
Gambar 4. 21 Jumlah Transaksi Bulan Pertama.....	78

## INTISARI

Media promosi merupakan hal yang penting yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan, tujuannya untuk memperkenalkan ke khalayak luas tentang kelebihan dan keunggulan apa saja yang ada pada perusahaan tersebut. Iklan berbasis motion graphic biasanya menjadi salah satu pilihan untuk menyampaikan informasi dengan menarik dan cepat.

Adapun teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini yaitu pembuatan gambar-gambar animasi yang bergerak untuk memberikan kesan menarik saat menyampaikan informasi tentang store baru starcomp, memberikan penjelasan tentang pelayanan gratis apa saja yang tersedia pada tanggal promo di video, dan juga tidak lupa adanya bonus-bonus lainnya saat melakukan transaksi. Untuk menambah daya tarik video ini juga digunakan teknik voice character. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana membuat video iklan menggunakan teknik motion graphic dan juga penggabungan teknik voice character

Dengan konsep tersebut maka dibuatlah penelitian yang berjudul “**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA PADA STARCOMP JOGJA**”.

**Kata Kunci:** *Media Promosi, Multimedia, Motion Graphics, Voice Character*



## ABSTRACT

Media promotion is an important thing that must be owned by a company, the aim is to introduce to a wider audience about the advantages and disadvantages of what the company has. Motion graphic-based advertising is usually an option to convey information in an interesting and fast manner.

As for what is used in making this video, namely making moving animated images to give an interesting impression when conveying information about the new starcomp store, providing an explanation of what free services are available on the promo date in the video, and also don't forget the bonuses. others when making transactions. To add to the appeal of this video, the voice character technique is also used. The purpose of this research is how to make a video advertisement using motion graphic techniques and also incorporating voice character techniques

With this concept, a research entitled "**MAKING VIDEO ADVERTISING SOCIAL MEDIA ON STARCOMP JOGJA**".

***Keywords: Media Promotion, Multimedia, Motion Graphics, Voice Character***