

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PASAR DHOPLANG DI
KABUPATEN WONOGIRI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

ANGGA ADITAMA

16.12.9595

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PASAR DHOPLANG DI
KABUPATEN WONOGIRI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

ANGGA ADITAMA

16.12.9595

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PASAR DHOPLANG DI KABUPATEN
WONOGIRI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC

yang disusun dan diajukan oleh

Angga Aditama

16.12.9595

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 22 November 2022

Dosen Pembimbing,

Ali Mustopa, M.Kom

NIK. 190302192

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PASAR DHOPLANG DI KABUPATEN
WONOGIRI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC

yang disusun dan diajukan oleh

Angga Aditama

16.12.9595

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 November 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Heri Sismoro, M.Kom
NIK. 190302057

Lilis Dwi Farida, S.Kom, M.Eng
NIK. 190302288

Ali Mustopa, M.Kom
NIK. 190302192

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 22 November 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **Angga Aditama**
NIM : **16.12.9595**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PASAR DHOPLANG DI KABUPATEN WONOGIRI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

Dosen Pembimbing : **Ali Mustopa, M.Kom**

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan **gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.**
3. Dalam karya tulis ini **tidak** terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 22 November 2022

Yang Menyatakan,


Angga Aditama

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis juga sangat berterima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan skripsi ini hingga selesai. Oleh karena itu, penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ibu Ratih dan Bapak Sugiyanto, selaku orang tua tercinta yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan memberikan semua fasilitas yang dibutuhkan untuk penunjang kuliah.
2. Kakak Perempuan Anggi Melani, yang telah mendoakan dan banyak memberikan motivasi.
3. Bapak Ali Mustopa, M.Kom, yang telah membimbing dengan sabar dari awal hingga akhir proses pembuatan skripsi dan juga ketika ujian pendadaran.
4. Dosen-dosen di Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan dan mengajarkan banyak ilmu selama masa perkuliahan.
5. Muhammad Syahrudin, teman seperjuangan selama kuliah yang telah membantu saya jika ada kesulitan dalam pembuatan skripsi ini.
6. Anggana Widya, yang telah memotivasi dan mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pembuatan Media Promosi Pasar Dhoplang di Kabupaten Wonogiri Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic.

Skripsi ini penulis buat guna menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program studi Sistem Informasi fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program strata 1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi ini, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Ali Mustopa, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang selalu bijaksana memberikan bimbingan, nasehat serta waktunya selama penulisan skripsi ini.
4. Ibu Rahma Widyawati, SE, MM. selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.
5. Dosen Penguji dan segenap Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah berbagi ilmu dan pengalamannya.
6. Kedua orang tua beserta kakak yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan moril.
7. Bapak Abdul Wahid Ahmadi, selaku pengelola Pasar Dhoplang yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian.

Yogyakarta, 2022

Penulis

DAFTAR ISI

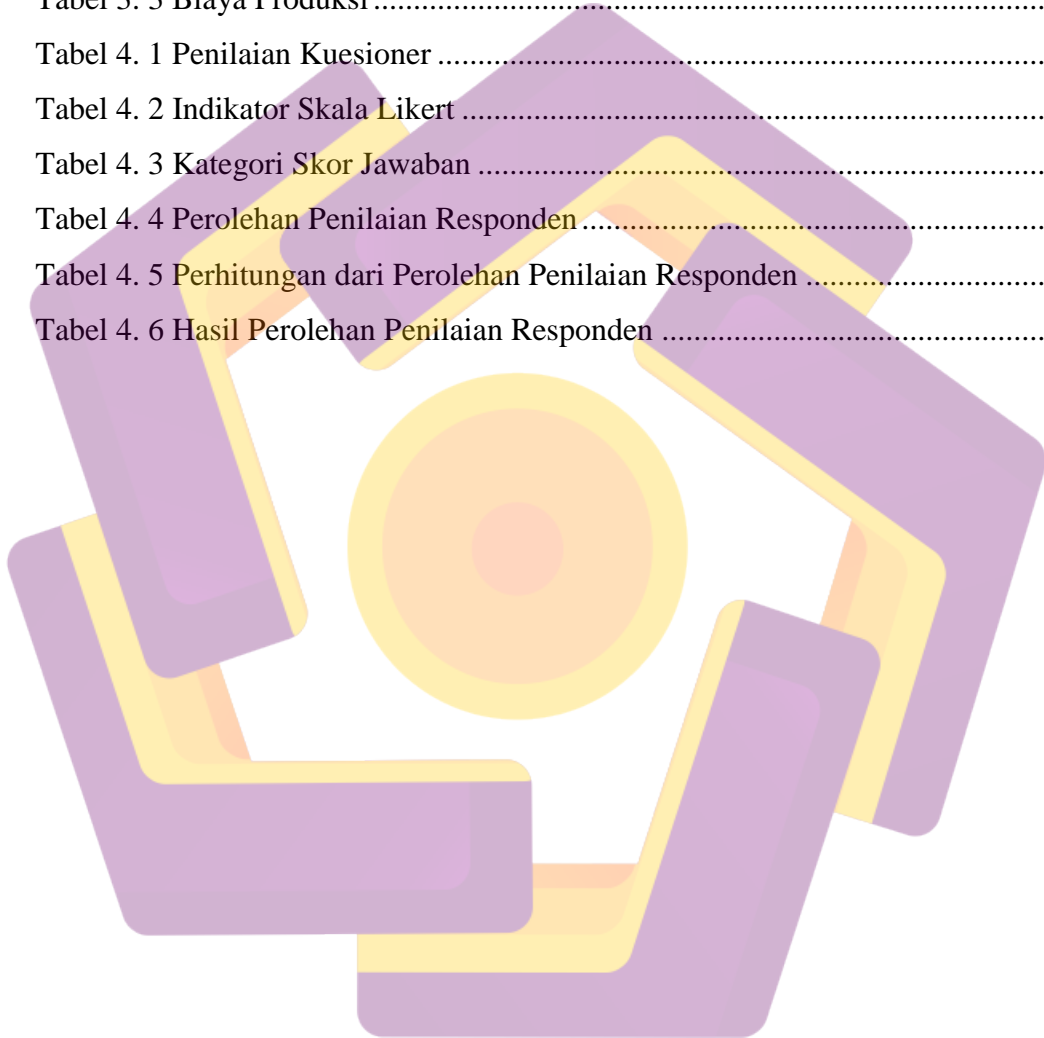
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	2
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6.2. Metode Analisis Data.....	3
1.6.3. Metode Perancangan.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Studi Literatur.....	6
2.2 Dasar Teori.....	11
2.2.1. Sejarah Multimedia.....	11
2.2.2. Definisi Multimedia	11
2.3 Motion Graphic	12
2.4 Media Promosi	13

2.4.1. Pengertian Media	13
2.4.2. Pengertian Promosi.....	14
2.4.3. Tujuan Promosi.....	14
2.5 New Media	16
2.5.1. Definisi New Media	16
2.6 Pengambilan Gambar (Kamera Angel dan Shot)	16
2.6.1. Long Shot.....	16
2.6.2. Medium Shot.....	17
2.6.3. Close Up	17
2.6.4. Medium Shot.....	17
2.6.5. Big Close Up (BCU).....	17
2.6.6. Knee Shot.....	17
2.7 Analisa SWOT	17
2.8 Data Kuesioner	18
2.9 Skala Likert	19
2.9.1. Kelebihan Skala Likert	19
2.9.2. Kelemahan Skala Likert.....	19
2.9.3. Tahapan Penggunaan Skala Likert	20
2.10 Metode Perancangan.....	21
2.10.1. Pra Produksi.....	21
2.10.2. Produksi	23
2.10.3. Pasca Produksi	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	14
3.1 Objek Penelitian	14
3.1.1 Pasar Dhopleng	14
3.1.2 Logo Pasar Dhopleng.....	27
3.1.3 Tempat Pasar Dhopleng.....	27
3.2 Analisis.....	28
3.2.1 Identifikasi Masalah	28
3.3 Solusi Yang Diterapkan.....	30
3.4 Solusi Yang Dipilih	30
3.5 Analisis Kebutuhan Sistem	30

3.5.1	Kebutuhan Fungsional	30
3.5.2	Kebutuhan Non-Fungsional	31
3.6	Pra Produksi	32
3.6.1	Ide.....	32
3.6.2	Naskah.....	32
3.6.3	Storyboard	33
3.6.4	Biaya Produksi	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Produksi.....	39
4.1.1	Pengambilan Gambar	39
4.1.2	Hasil Pengambilan Video.....	43
4.1.3	Pembuatan Aset <i>Motion Graphic</i>	44
4.1.4	Backsound Musik.....	45
4.2	Pasca Produksi.....	45
4.2.1	Compositing	45
4.2.2	Video Editing	49
4.2.3	Rendering	53
4.3	Evaluasi	54
4.3.1	Kuesioner	54
4.4	Implementasi	599
BAB V PENUTUP.....		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran	61
REFERENSI		62
LAMPIRAN.....		64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Keaslian Penelitian.....	8
Tabel 2. 2 Persentase.....	21
Tabel 3. 1 Hasil Wawancara	29
Tabel 3. 2 Storyboard.....	34
Tabel 3. 3 Biaya Produksi	38
Tabel 4. 1 Penilaian Kuesioner	54
Tabel 4. 2 Indikator Skala Likert	55
Tabel 4. 3 Kategori Skor Jawaban	55
Tabel 4. 4 Perolehan Penilaian Responden.....	56
Tabel 4. 5 Perhitungan dari Perolehan Penilaian Responden	57
Tabel 4. 6 Hasil Perolehan Penilaian Responden	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Gambar Definisi Multimedia	12
Gambar 2. 2 Spektrum warna sumber cahaya.....	24
Gambar 3. 1 logo Pasar Dhoplang	27
Gambar 3. 2 tempat/lokasi Pasar Dhoplang.....	27
Gambar 3. 3 tempat/lokasi Pasar Dhoplang.....	28
Gambar 4. 1 Tugu Selamat Datang.....	39
Gambar 4. 2 Pemandangan	40
Gambar 4. 3 Pintu Masuk Pasar Dhoplang.....	40
Gambar 4. 4 Loker Penukaran Uang.....	41
Gambar 4. 5 Menu Kuliner	41
Gambar 4. 6 Menu Kuliner.....	42
Gambar 4. 7 Live Musik	42
Gambar 4. 8 Live Musik	43
Gambar 4. 9 Hasil Pengambilan Video.....	43
Gambar 4. 10 Hasil Logo.....	44
Gambar 4. 11 Icon.....	44
Gambar 4. 12 Backsound musik	45
Gambar 4. 13 membuat presentation baru	46
Gambar 4. 14 Insert gambar.....	46
Gambar 4. 15 Menambah Icon.....	47
Gambar 4. 16 Pilih Garis Shapes	47
Gambar 4. 17 Membuat Garis.....	48
Gambar 4. 18 Membuat Animasi	48
Gambar 4. 19 Tampilan square baru	49
Gambar 4. 20 Pemilihan Video.....	50
Gambar 4. 21 Menyusun Video	51
Gambar 4. 22 Filter Video	52
Gambar 4. 23 Proses Rendering.....	53
Gambar 4. 24 Hasil Video Diunggah.....	599

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan Ijin Penelitian.....	64
Lampiran 2. Surat Serah Terima Hasil Penelitian.....	65



INTISARI

Pasar Dhoplang merupakan pasar kuliner tradisional Jawa, pasar ini berlokasi di Dusun Kembar, Desa Pandan, Kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri. Pasar Dhoplang mengkusung prinsip “Pasar unik tanpa plastik” yang mana di dalam lingkungan pasar bebas dari sampah plastik, maupun itu dari pembungkus makanan dan alat penyaji makanan. Pasar Dhoplang hanya buka setiap hari minggu pagi, pengunjung yang datang diwajibkan bertransaksi menggunakan alat pembayaran koin kayu khusus yang dapat diperoleh dari loket penukaran uang dipasar Dhoplang tersebut. Media promosi yang digunakan Pasar Dhoplang melalui media sosial Instagram, namun konten promosi yang ada masih sangat sederhana yaitu hanya dengan mengandalkan repost foto dan video dari pengunjung yang menguploadnya di Instagram.

Dari masalah tersebut multimedia berperan penting sebagai media promosi yang dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat luas terhadap Pasar Dhoplang. Terutama dalam teknik videografi dapat mempromosikan Pasar Dhoplang sebagai pasar kuliner tradisional yang ada di Kabupaten Wonogiri.

Videografi terlihat lebih mudah dimengerti masyarakat, selain itu videografi lebih modern dan terlihat nyata. Pembuatan media promosi dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* ini diharapkan berdampak positif pada Pasar Dhoplang.

Kata Kunci : Pasar Dhoplang, Media Promosi, Multimedia, Motion Graphic.

ABSTRACT

Dhoplant Market is a traditional Javanese culinary, this market is located in the Kembar Village, Pandan Village, Slogohimo District, Wonogiri Regency. Dhoplant Market carries the principle of "Unique market without plastic" which in the market environment is free from plastic waste, or that of food wrappers and food serving. Dhoplant Market is only open every Sunday morning, visitors who come are required to make transactions using a special wooden coin payment tool that can be obtained from the money exchange counters at the Dhoplant market. Promotional media used by Dhoplant Market through Instagram social media, but the promotional content is still very simple, just by relying on repost photos and videos of visitors who upload it on Instagram.

From this problem, multimedia plays an important role as a promotional media that can increase public interest in the Dhoplant Market. Especially in videography techniques can promote the Dhoplant Market as a traditional culinary market in Wonogiri Regency.

Videography is more easily understood by the public, besides videography is more modern and looks real. The making of promotional media with live shoot techniques and motion graphics is expected to have a positive impact on the Dhoplant Market.

Keyword: Dhoplant Market, Promotional Media, Multimedia, Motion Graphic.