

**PEMBUATAN IKLAN TOKO SEPATU WARRIOR  
FOOTWEAR YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK  
LIVESHOOT**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat sarjana  
Program Studi Sistem informasi



disusun oleh

**Muhammad Fakhrullah 18.12.0649**

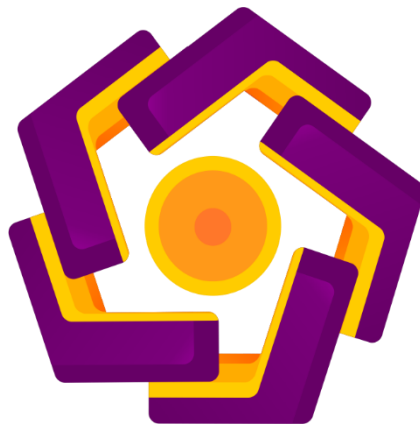
Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2022**

**PEMBUATAN IKLAN TOKO SEPATU WARRIOR  
FOOTWEAR YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK  
LIVESHOOT**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Muhammad Fakhrullah 18.12.0649**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN TOKO SEPATU WARRIOR  
FOOTWEAR YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK  
LIVESHOOT**

yang disusun dan diajukan oleh

**Muhammad Fakhrullah**

**18.12.0649**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 21 Desember 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Mei P Kurniawan, M.Kom**

**NIK. 190302187**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI  
PEMBUATAN IKLAN TOKO SEPATU WARRIOR  
FOOTWEAR YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK  
LIVESHOOT**

yang disusun dan diajukan oleh

**Muhammad Fakhrullah**

**18.12.0649**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 Desember 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Bernadhed, M.kom**  
**NIK. 190302243**

**Haryoko, S.kom, M.Cs**  
**NIK. 190302286**

**Mei P Kurniawan**  
**NIK. 190302187**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 21 Desember 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

**Nama mahasiswa : Muhammad Fakhrollah**  
**NIM : 18.12.0649**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**Pembuatan Iklan Toko Sepatu Warriro Footwear Yogyakarta Dengan Teknik Live Shoot**

Dosen Pembimbing : Mei P Kurniawan, 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, 21 Desember 2022

Yang Menyatakan,

**Muhammad Fakhrollah**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Saya juga merasa berterima kasih kepada orang-orang disekitar saya yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam mengerjakan Skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayah dan Ibu yang selalu mendoakan, memberi semangat, motivasi dan kesabaran kepada saya.
2. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan masukan dan bimbingan positif dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Rizqi Bagus selaku owner dari Warrior Footwear yang telah memperbolehkan kami melakukan penelitian.
4. Sahabat seperjuangan dikontrakan, Abdul Fatah, Adixa Goulbuddin H, Muhammad Hasbar Isra, Muhammad, Ahmad Fajar Wijaya, Candra Pangestu, Ichwan dan Novericyang selalu menemani dari awal semester satu hingga pengerjaan skripsi ini dan selalu memberikan semangat untuk tidak menyerah.
5. Teman-teman kelas 18-S1SI-02 yang telah menjadi teman saya semasa kuliah serta kenangan yang tidak dapat saya rasakan di kesempatan lain.
6. Terima kasih untuk diri sendiri yang telah sabar melewati semua ujian sampai detik ini. Kamu hebat.
7. Serta semua pihak yang telah membantu serta mendukung saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul “Pembuatan Iklan Toko Sepatu Warrior Footwear Yogyakarta Dengan Teknik Live Shoot” Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir kuliah dan memenuhi syarat kelulusan program pendidikan S1 Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Selama mengikuti pendidikan Strata 1 Sistem Informasi sampai dengan proses penyelesaian Skripsi, sehingga pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina dan membimbing penulis untuk itu khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan kemudahan dalam menyelesaikan pendidikan.
2. Hanif Al fatha, S.Kom., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Anggit Dwi Hartanto, M.Kom selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis selama menyusun skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen di Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membekali penulis dengan beberapa disiplin ilmu yang berguna.

Penulis menyadari, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karenanya, saran dan kritik yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, 21 Desember 2022



Muhammad Fakhrollah

18.12.0649

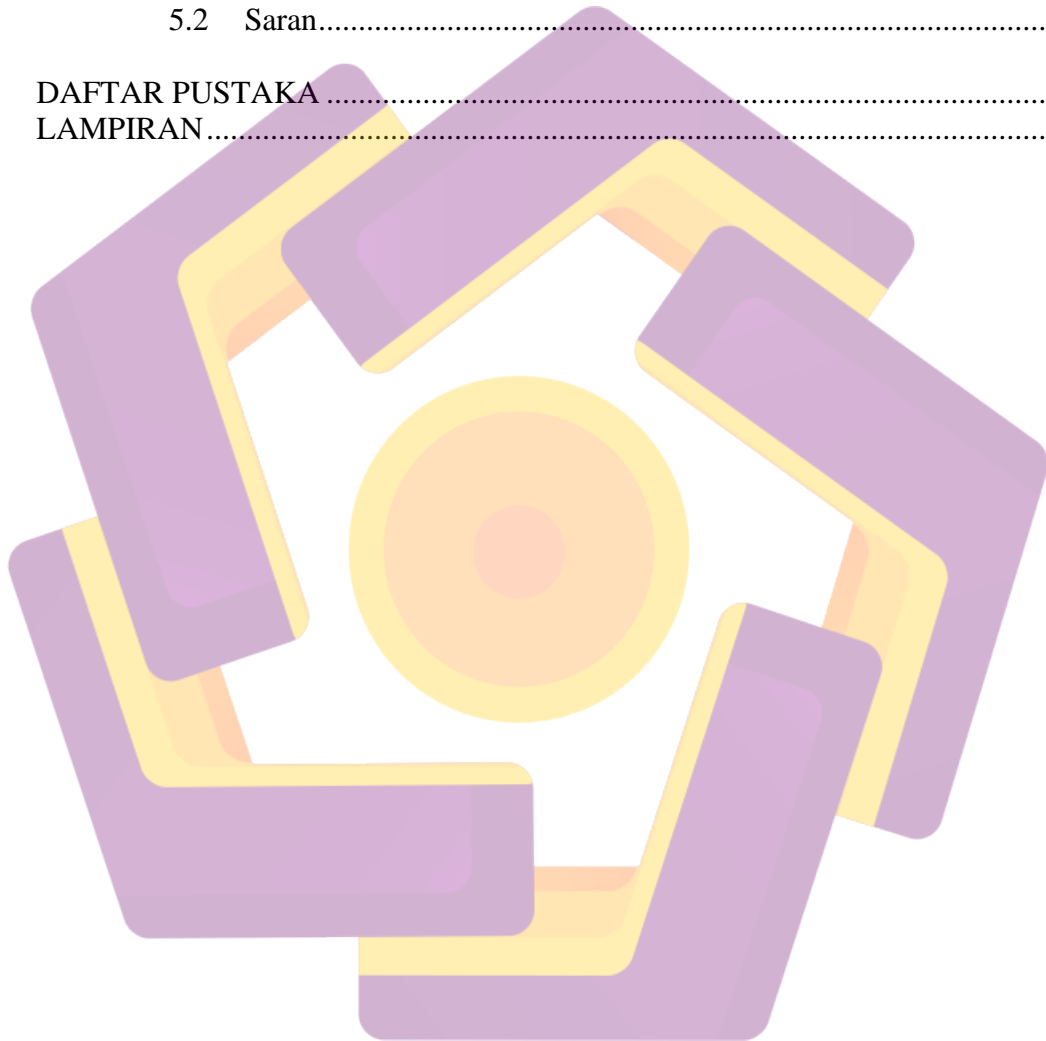
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGHANTAR- .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.5.1 Untuk Penulis .....	4
1.5.2 Bagi Akademik.....	4
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.....	5
1.6.2 Metode Analisis.....	5
1.6.3 Metode Perancangan .....	5
1.7 Sistematis Penulisan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.2 Dasar Teori.....	8
2.2.1 Iklan.....	8
2.2.2 Jenis – Jenis Iklan Berdasarkan Tujuan .....	9
2.3 Video.....	11
2.3.1 Definisi Video .....	11
2.4 <i>Live Shoot</i> .....	12
2.5 <i>Motion Graphic</i> .....	12
2.6 <i>Compositing</i> .....	12
2.7 Konsep Dasar Multimedia.....	13
2.7.1 Multimedia Interaktif .....	13
2.7.2 Multimedia Hiperaktif.....	13
2.7.3 Multimedia Linear.....	13



2.8	Teknik Pengambilan Gambar.....	14
2.9	Sudut Pengambilan Gambar.....	17
2.9.1	Ukuran Gambar .....	17
2.9.2	Gerakan Kamera.....	21
2.10	Analisa.....	22
2.10.1	Analisis Kebutuhan System .....	22
2.10.2	Jenis Kebutuhan System.....	22
2.11	Memproduksi Ikan Televisi .....	23
2.11.1	Tahap Pra Produksi .....	23
2.11.2	Tahap Produksi.....	24
2.11.3	Tahapan Pasca Produksi.....	24
2.12	Kuisoner .....	26
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1	Gambaran Umum Penelitian .....	27
3.2	Motiongraphic .....	28
3.3	Liveshot.....	28
3.4	Pengumpulan Data .....	29
3.4.1	Sistematika Pembuatan Iklan .....	29
3.4.2	Referensi.....	29
3.4.2.1	Senikersku .....	29
3.4.2.2	New Balance .....	30
3.4.3	Ide Cerita .....	30
3.4.4	Konsep Teknik Pembuatan.....	30
3.5	Analisa.....	30
3.5.1	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	31
3.5.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	31
3.5.3	Aspek perangkat Keras/Hardware.....	31
3.5.4	Aspek Perangkat Lunak/Software.....	31
3.6	Analisis Biaya .....	32
3.7	Perancangan Pembuatan Iklan “Warrior Footware ”.....	32
3.7.1	Naskah Iklan.....	32
3.7.2	Storyboard .....	35
3.7.3	Perekrutan Kru .....	40
3.7.4	Penjadwalan .....	40
<b>BAB IV</b>	<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1	Produksi .....	44
4.1.1	Pengambilan Gambar .....	44
4.1.2	Pengambilan Backsound .....	49
4.2	Pasca Produksi .....	49
4.2.1	Compositing .....	50
4.2.2	Editing .....	52
4.2.3	Rendering .....	53
4.2.3.1	Rendering pada Adobe Premiere .....	53
4.3	Evaluasi.....	54

4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir	55
4.3.2	Pengujian Beta.....	60
4.3.2.1	Keterangan Skor.....	60
4.3.2.2	Penghitungan Kuesioner .....	61
BAB V	PENUTUP .....	63
5.1	Kesimpulan .....	63
5.2	Saran.....	63
	DAFTAR PUSTAKA .....	64
	LAMPIRAN.....	65

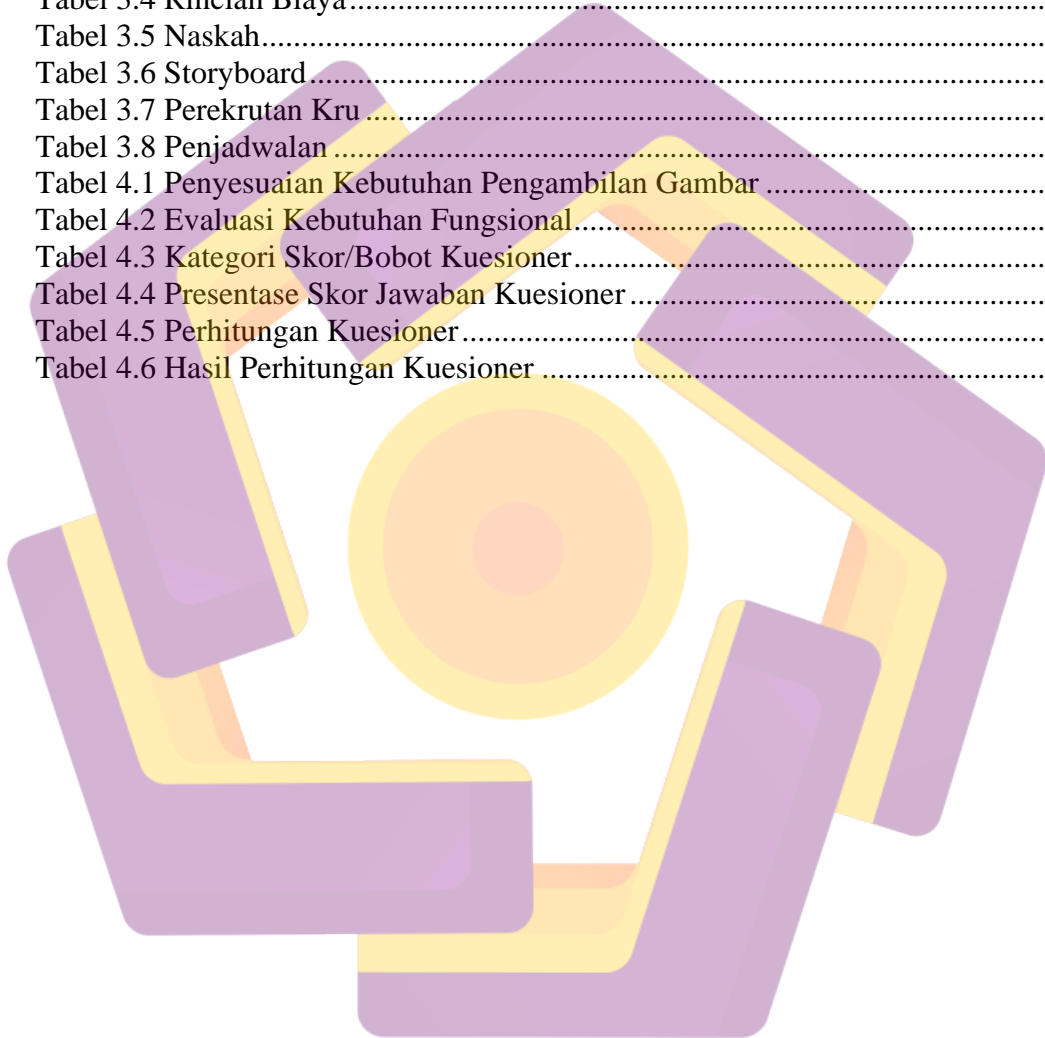


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Warrior Footwear .....	2
Gambar 1.2 Produk Warrior Footwear.....	2
Gambar 2.1 Iklan Peningat.....	9
Gambar 2.2 Iklan Persuasive.....	10
Gambar 2.3 Iklan Peningat.....	10
Gambar 2.4 Iklan Penambah Nilai .....	11
Gambar 2.5 Iklan Bantuan Aktifitas .....	11
Gambar 2.6 Frog Eye .....	14
Gambar 2.7 Low Angel.....	15
Gambar 2.8 Eyed Level.....	15
Gambar 2.9 High Angel .....	16
Gambar 2.10 Bird Eye.....	16
Gambar 2.11 Extreme Close Up .....	17
Gambar 2.12 Big Close Up .....	17
Gambar 2.13 Close Up .....	18
Gambar 2.14 Medium Close Up .....	18
Gambar 2.15 Frog Eye .....	19
Gambar 2.16 Full Shot .....	19
Gambar 2.17 Longshot.....	20
Gambar 2.18 Medium Long Shot.....	20
Gambar 2.19 Frog Eye .....	21
Gambar 3.1 Gambaran Penelitian .....	27
Gambar 3.2 Perancangan Proses Produksi.....	32
Gambar 4.1 Tampilan Voice Over .....	49
Gambar 4.2 Tampilan Footage 3 Layer .....	50
Gambar 4.3 Tampilan Effect Control.....	51
Gambar 4.4 Tampilan Tab Window.....	51
Gambar 4.5 Tampilan Mr.Horse .....	52
Gambar 4.6 Tampilan New Project.....	53
Gambar 4.7 Tampilan Cara Export Video .....	54
Gambar 4.8 Tampilan Tab window .....	54

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	8
Tabel 3.1 Peralatan Syuting .....	31
Tabel 3.2 Peralatan Editing .....	31
Tabel 3.3 Software Yang Digunakan .....	31
Tabel 3.4 Rincian Biaya .....	32
Tabel 3.5 Naskah.....	32
Tabel 3.6 Storyboard.....	36
Tabel 3.7 Perekrutan Kru .....	40
Tabel 3.8 Penjadwalan .....	40
Tabel 4.1 Penyesuaian Kebutuhan Pengambilan Gambar .....	44
Tabel 4.2 Evaluasi Kebutuhan Fungsional.....	55
Tabel 4.3 Kategori Skor/Bobot Kuesioner.....	60
Tabel 4.4 Presentase Skor Jawaban Kuesioner.....	60
Tabel 4.5 Perhitungan Kuesioner.....	61
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Kuesioner .....	61



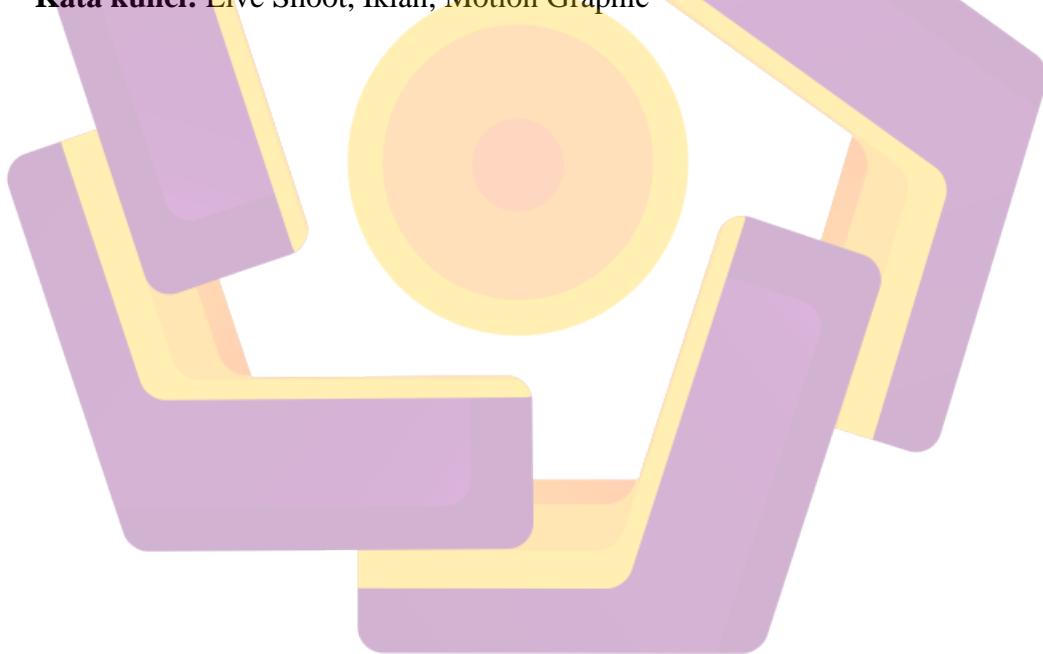
## INTISARI

Seiring berkembangnya teknologi di Indonesia, secara tidak sadar masyarakat sudah mempunyai ketergantungan terhadap smartphone untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dari melihat berita, memesan transportasi sampai membeli makanan semua dapat dengan mudah diakses, sehingga peluang ini dapat dimanfaatkan UMKM di Indonesia untuk dapat memasarkan produknya lebih luas, cepat dan praktis, salah satunya menggunakan sarana media sosial iklan Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan iklan digital dari toko *Warrior Footwear* yang bergerak di bidang penjualan sepatu, agar dapat dikenal masyarakat luas, yang diharapkan bisa menjadi peluang bisnis *Warrior Footwear* kedepannya. Untuk metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner.

Hasil akhir dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang digital marketing untuk dapat mengembangkan pasar dari *Warrior Footwear* dan memberikan gambaran yang tepat mengenai efek iklan Instagram terhadap pengunjung.

**Kata kunci:** Live Shoot, Iklan, Motion Graphic



## **ABSTRACT**

*As technology develops in Indonesia, unconsciously people already have dependence on smartphones to meet their daily needs, from viewing the news, ordering transportation to buying food, everything can be easily accessed, so that this opportunity can be used by SMEs in Indonesia to be able to market their products more broad, fast and practical, one of which is using social media advertising Instagram.*

*This study aims to apply digital advertising from Warrior Footwear stores engaged in selling shoes, so that it can be recognized by the wider community, which is expected to become a Warrior Footwear business opportunity in the future. For the analytical method used is a qualitative method by way of observation, interviews, and questionnaires.*

*The final results of this research are expected to provide knowledge about digital marketing to be able to develop the Warrior Footwear market and provide an accurate picture of the effect of Instagram advertising on visitors.*

**Keywords:** *Live Shoot, Ads, Motion graphic.*

