

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA TERTHECUT
BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION
GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Aliffirhan Thariq

17.11.0963

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2022

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA TERTHECUT
BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION
GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat
Sarjana Program Studi Informatika



disusun oleh

Aliffirhan Thariq

17.11.0963

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA
TERTHECUT BARBERSHOP MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aliffirhan Thariq

17.11.0963

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada Tanggal 21 Desember 2021

Dosen Pembimbing,

Theopilus Bayu Sasongko, S.Kom, M.Eng

NIK. 190302375

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA
TERTHECUT BARBERSHOP MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aliffirhan Thariq

17.11.0963

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada Tanggal 27 Desember 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Theopilus Bayu Sasongko, S.Kom, M.Eng

NIK. 190302375

Tanda Tangan

Bernadhed, M.Kom

NIK. 190302243

Tonny Hidayat, M.Kom

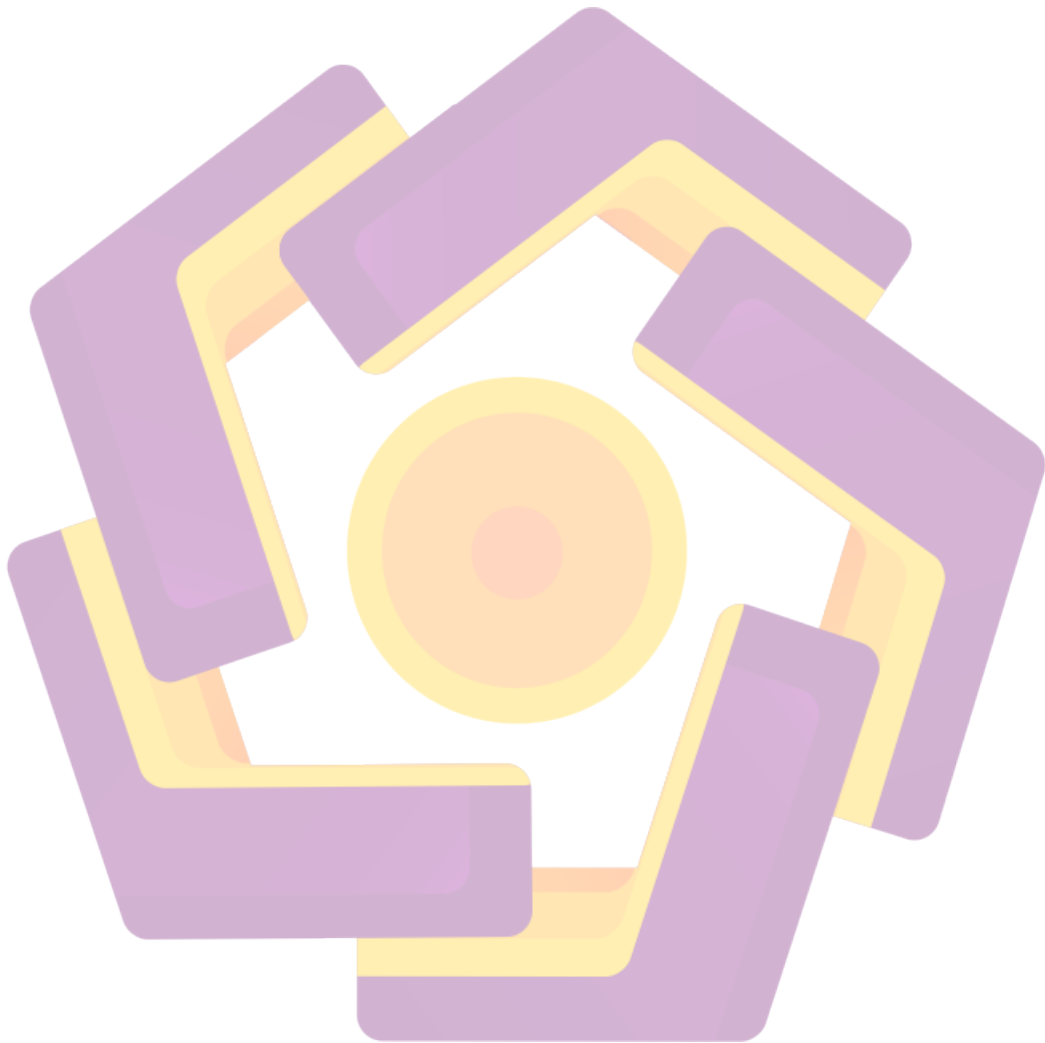
NIK. 190302182

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

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M.Kom

NIK. 190302096



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Aliffirhan Thariq
NIM : 17.11.0963

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA TERTHECUT BARBERSHOP
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA
PROMOSI**

Dosen Pembimbing : Theopilus Bayu Sasongko, S.Kom, M.Eng

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,



Aliffirhan Thariq

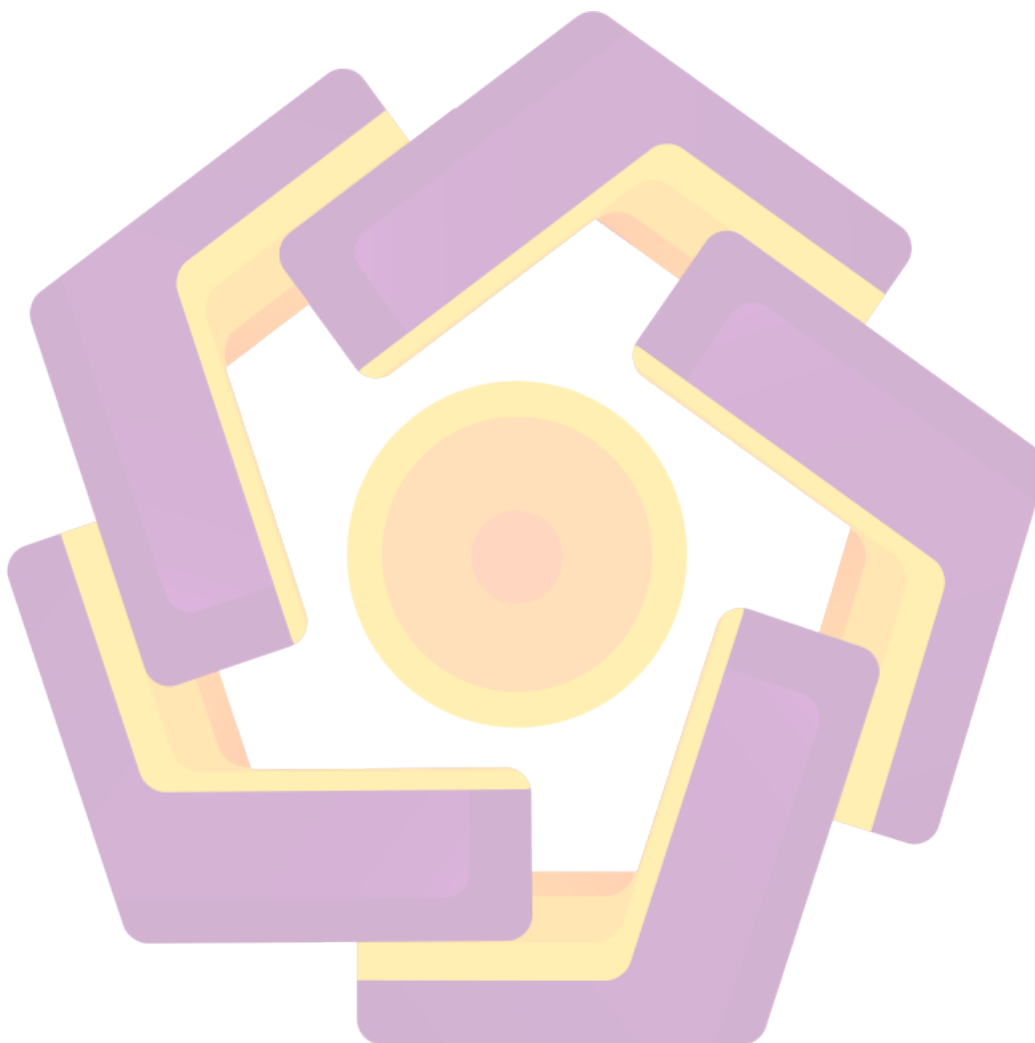
MOTTO

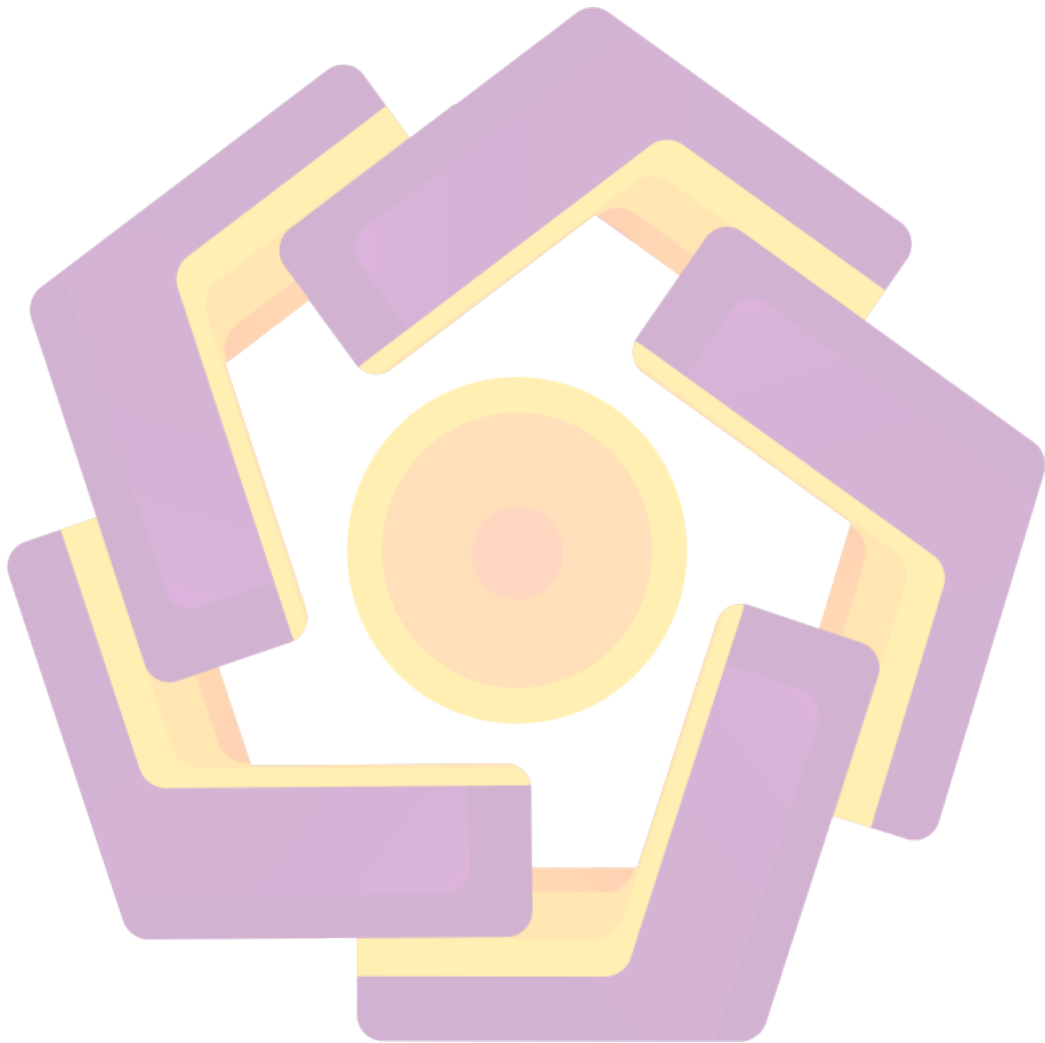
"Semua orang memiliki masanya masing-masing. Tak perlu terburu-buru, tungguilah.

Kesempatan itu akan datang dengan sendirinya.",

"Mereka yang melakukan hal baik, akan mendapatkan yang terbaik juga.",

"Tidak peduli seberapa sulit atau mustahilnya itu, jangan pernah melupakan tujuanmu."





PERSEMBAHAN

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Dengan ini saya persembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung, yaitu kepada:

1. Kepada Orang tua dan Keluarga yang terus memberikan semangat serta doa hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi.
2. Dosen pembimbing Theopilus Bayu Sasongko, S.Kom, M.Eng yang terhormat senantiasa membimbing saya dari awal hingga akhir skripsi ini terselesaikan.
3. Bapak ibu dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta bimbingan kepada saya selama perkuliahan.
4. Pihak Terthecut Barbershop yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian ini sehingga berjalan dengan lancar.
5. Teman-teman pusrenk valorant yang telah membantu.
6. Teman-teman dari CBB
7. Semua pihak yang telah membantu serta mendukung saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang mana telah memberikan kesehatan dan karunia-Nya kepada penulis serta kekuatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA TERTHECUT BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI.**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak dapat lepas dari kesalahan dan jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga dapat berguna baik bagi penulis sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Skripsi ini ditulis sebagai kelengkapan dari penelitian dan syarat kelulusan dari Universitas AMIKOM Yogyakarta, khususnya pada jenjang (S1), S.Kom. Sehubungan dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak, dan penulis sampaikan kepada:

1. Bapak M.Suyanto, Prof., Dr., M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Theopilus Bayu Sasaongko, S.Kom, M.Eng selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan serta bimbingan selama penelitian dan penulisan skripsi.
3. Kepada Bapak, Ibu Dosen dan segenap Staff Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah membantu selama perkuliahan.
4. Seluruh keluarga besar terutama kedua orangtua atas setiap doa dan dukungan yang diberikan.

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u>	iii
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	iv
PERNYATAAN	v
<u>MOTTO</u>	vi
<u>PERSEMBAHAN</u>	viii
<u>KATA PENGANTAR</u>	viii
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian	2
1.5.1 Bagi Pihak Objek	2
1.5.2 Bagi Peneliti	3
1.6 Metode Penelitian	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	3
1.6.2 Metode Analisis	3
1.6.3 Metode Perancangan	4
1.6.4 Evaluasi	4
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II	6

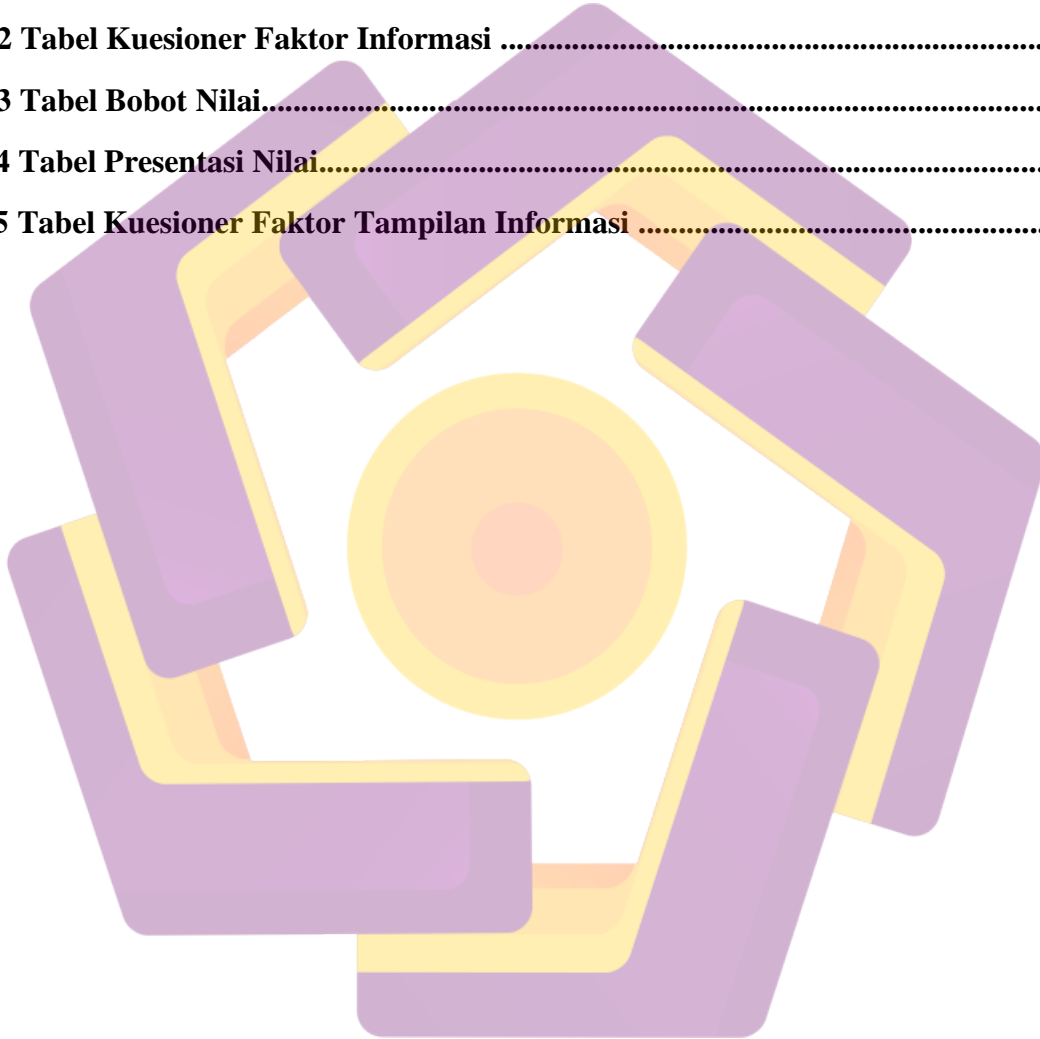
LANDASAN TEORI	6
2.1 Tinjauan Pustaka.....	6
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	6
2.2.1 Pengertian Multimedia.....	7
2.2.2 Jenis-Jenis Multimedia.....	7
2.2.3 Elemen Multimedia	7
2.3 Konsep Dasar Informasi.....	9
2.3.1 Pengertian Informasi.....	9
2.3.2 Nilai Informasi.....	9
2.4 Profile.....	9
2.5 Promosi	10
2.5.1 Pengertian Prmosi	10
2.5.2 Tujuan Prmosi.....	10
2.6 Video	11
2.6.1 Standar Video	11
2.6.2 Jenis Video	12
2.7 Teknik Live Shoot	12
2.7.1 Type of Shoot	13
2.8 Animasi.....	17
2.9 Teknik Motion Graphic	17
2.9.1 Konsep Dasar Teknik Motion Graphic	17
2.10 Analisis Masalah.....	18
2.10.1 Analisis SWOT	18
2.10.2 Analisis Kebutuhan Sistem	19
2.11 Tahapan Produksi	19
2.11.1 Pra Produksi.....	19

2.11.2 Produksi.....	20
2.11.3 Pasca Produksi.....	20
2.12 Evaluasi.....	21
2.12.1 Skala Likert	21
2.12.2 Rumus Skala Likert.....	22
BAB III.....	24
ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	24
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	24
3.1.1 Sejarah Terthecut Barbershop	24
3.1.2 Logo Terthecut Barbershop.....	24
3.2 Pengumpulan Data	24
3.2.1 Wawancara	24
3.2.2 Observasi	25
3.3 Analisis Masalah.....	25
3.3.1 SWOT	25
3.3.2 Kelemahan dari Media Lama	27
3.3.3 Solusi yang Ditwarkan	27
3.3.4 Kesimpulan	28
3.4 Analisis Kebutuhan	28
3.4.1 Kebutuhan Informasi	28
3.4.2 Kebutuhan Non Fungsional	28
3.5 Pra Produksi.....	29
3.5.1 Ide dan Konsep	29
3.5.2 StoryBoard.....	29
BAB IV	32
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	32

4.1 Produksi.....	32
4.1.1 Pengambilan Gambar	32
4.1.2 Pembuatan Motion Graphics.....	33
4.2 Pasca Produksi	36
4.2.1 Compositing.....	36
4.2.2 Rendering.....	38
4.3 Evaluasi.....	40
4.3.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir.....	40
4.3.2 Kuisisioner Faktor Internal.....	41
4.3.3 Kuisisioner Faktor Tampilan Video.....	44
4.4 Implementasi	46
4.4.1 Publish Social Media	46
BAB V.....	47
PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Evaluasi Skala Likert.....	22
Tabel 2.2 Presentase Nilai.....	24
Tabel 3.1 Tabel SWOT.....	26
Tabel 3.2 Story Board.....	30
Tabel 4.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional Dengan Hasil Akhir.....	40
Tabel 4.2 Tabel Kuesioner Faktor Informasi	41
Tabel 4.3 Tabel Bobot Nilai.....	42
Tabel 4.4 Tabel Presentasi Nilai.....	42
Tabel 4.5 Tabel Kuesioner Faktor Tampilan Informasi	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Elemen Multimedia	9
Gambar 2.2 Extreme Long Shot	13
Gambar 2.3 Long Shot.....	14
Gambar 2.4 Medium Long Shot	14
Gambar 2.5 Medium Shot.....	15
Gambar 2.6 Close Up.....	15
Gambar 2.7 Big Close Up.....	16
Gambar 2.8 Extreme Close Up	16
Gambar 3.1 Logo Terthecut Barbershop.....	24
Gambar 3.2 Terthecut Barbershop.....	25
Gambar 4.1 Pengambilan Gambar Di Dalam Barbershop.....	32
Gambar 4.2 Pengambilan Gambar di Close Up.....	33
Gambar 4.3 Pengambilan Gambar Diluar Barbershop	33
Gambar 4.4 Tampilan Composition Baru.....	34
Gambar 4.5 Tampilan File Yang Sudah Di Import	34
Gambar 4.6 Mengilustrasikan Alamat Lokasi.....	35
Gambar 4.7 Mengilustrasikan Sosial Media.....	35
Gambar 4.8 Mengilustrasikan Logo Terthecut.....	36
Gambar 4.9 Mengatur Ukuran Project Melalui Sequence.....	37
Gambar 4.10 Import Aset.....	37
Gambar 4.11 Sortir Aset.....	38
Gambar 4.12 Rendering.....	39
Gambar 4.13 Publish Instagram Terthecut Barbershop.....	46

INTISARI

Ter The Cut Barbershop merupakan salah satu Tempat cukur rambut di Kabupaten Sleman. Saat ini dalam mempromosikan produknya, Ter The Cut Babershop menggunakan media foto dan grafis. Akan tetapi, ada beberapa informasi yang membutuhkan ilustrasi visual lebih lanjut seperti, informasi detail treatment rambut, suasana dalam toko, alamat toko dan penawaran-penawaran produk Ter The Cut Babershop lainnya.

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian. Yang pertama yaitu dengan metode pengumpulan data yang terdiri dari metode observasi, wawancara, dan studi pustaka. Lalu yang kedua dengan metode analisis, dengan cara melakukan analisis swot dan analisis kebutuhan. Dan yang ketiga dengan metode perancangan, yang terdiri dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Dari hasil uji faktor informasi didapatkan bahwa semua faktor informasi dalam video ini telah sesuai dengan kebutuhan dari pihak Terthecut Barbershop dan dari hasil uji skala faktor tampilan video didapatkan bahwa video ini telah layak untuk dijadikan video promosi. Berdasarkan hasil koefisien melalui perhitungan skala likert didapatkan penilaian rata-rata aspek informasi sebesar 81,8% dan aspek tampilan video sebesar 78,93%.

Kata Kunci : Terthecut Barbershop, Konsumen, Video Iklan

ABSTRACT

Ter The Cut Barbershop is one the barber shops in Sleman Regency. Currently in promoting its products, Ter The Cut Babershop uses photo and graphic media. However, there is some information that requires further visual illustrations, such as detailed hair treatment information, in-store atmosphere, shop addresses and other Ter The Cut Babershop product offerings.

Researchers describe ways to obtain data used for research needs. The first is the data collection method which consists of observation, interview, and literature study. Then the second is with the analytical method, by conducting a s.w.o.t analysis and needs analysis. And the third is the design method, which consists of pre-production, production and post-production.

From the results of the information factor test, it was found that all the information factors in this video were in accordance with the needs of Terthecut Barbershop and from the results of the video display factor scale test, it was found that this video was feasible to be used as a promotional video. Based on the results of the questionnaire by means of a Likert scale calculation, an average assessment of the information aspect was 81.8% and the video display aspect was 78.93%.

Keyword: *Terthecut Barbershop, Consumers, Video advertising*

