

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN BARBERSHOP THE GUNS SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DENGAN METODE LIVESHOOT DAN MOTION
GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Abdurrahim Doni

14.12.7978

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

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN BARBERSHOP THE GUNS SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DENGAN METODE LIVESHOOT DAN MOTION
GRAPHIC**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Sistem Informasi*



disusun oleh

Abdurrahim Doni

14.12.7978

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN BARBERSHOP THE GUNS SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN METODE LIVESHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Abdurrahim Doni

14.12.7978

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 29 Desember 2019

Dosen Pembimbing,

Akhmad Dahlan, M.kom

NIK. 190302174

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN BARBERSHOP THE GUNS SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DENGAN METODE LIVESHOOT
DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Abdurrahim Doni

14.12.7978

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 15 Januari 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Agus Purwanto, M.kom
NIK. 190302229

Mei P. Kurniawan, M.kom
NIK. 190302187

Akhdad Dahlan, M.kom
NIK. 190302174

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar sarjana komputer tanggal 15 januari 2020

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatah, 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 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, 22 Februari 2019



Abdurrahim Doni

Motto

“Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda”



PERSEMBAHAN

Puji sukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sebagai rasa syukur atas segala nikmat dan karunia sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kepada kedua orang tua, Bapak Abdullah Corebima (Alm) dan Ibu Siti Halima (Alm) yang saya yakin punya cara sendiri untuk mendoakan dan memberikan kasih sayang.
2. Kepada saudara saya, Abu Hasan (Alm) dan Abdul Wahab yang telah memberi motivasi dan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi.
3. Kepada Andi Rahmayanti wanita yang selalu ada dikala saya senang dan susah untuk menyemangati.
4. Kepada bapak Akhmad Dahlan, M.Kom sebagai dosen pembimbing skripsi, saya mengucapkan terima kasih banyak atas masukan, saran, dan bimbingannya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik dan lancar.
5. Terima kasih kepada teman-teman saya, Bayu Febriansyah, Ahmad Hanafi, Surya Crisnamurti, Dennis Saputro, dan Fajar Ade saputra yang sudah membantu dan memotivasi saya menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada BARBERSHOP THE GUNS yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.
7. Kepada teman-teman kelas 14-SISI-03 saya ucapkan banyak terima kasih sudah mendukung dan mendoakan agar terselesaikannya skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'aalamin, puji syukur kehadiran Allah S.W.T. yang telah memberi petunjuk, kekuatan, dan rahmatnya kepada saya sehingga saya berhasil menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam proses penelitian, penyusunan, dan dukungan moral, kepada:

1. Rektor Universitas Amikom Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM., atas kesempatan yang diberikan penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komputer, Ibu Krisnawati, S.Si., M.T., yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian.
3. Bapak Akhmad Dahlan, M.kom. selaku dosen pembimbing.
4. Ayah dan Ibu penulis, yang meski terpisah ruang dan waktu, selalu memberi penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi.
5. Teman-teman penulis, terutama dari sahabat penulis yang senantiasa menghibur dengan candaan dan bahasan-bahasan menarik lainnya. Serta teman – teman kelas SI-03 yang selalu ada setiap saat untuk diskusi dan bermain.
6. Linimasa Facebook, Instagram, Youtube, dan Videotron Jogja yang telah memberi saya banyak ide dalam mencari bahan penelitian.

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7

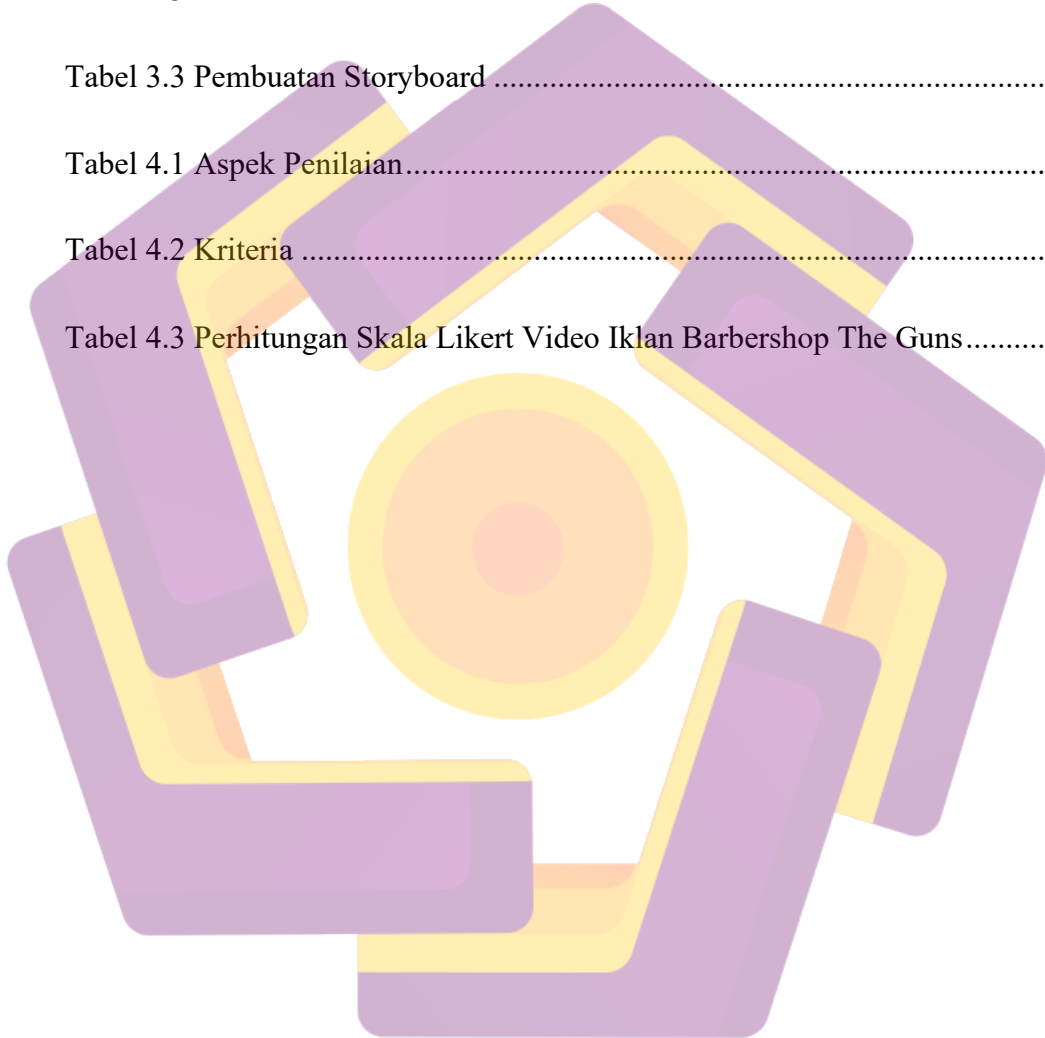
2.1	Tinjauan Pustaka	7
2.2	Konsep Dasar Multimedia	9
2.2.1	Pengertian Multimedia	9
2.2.2	Jenis – Jenis Multimedia	10
2.2.3	Elemen – Elemen Multimedia	10
2.3	Defenisi Timelapse	13
2.3.1	Pengertian Timelapse	13
2.4	Promosi	13
2.4.1	Pengertian Promosi	13
2.4.2	Tujuan Promosi	14
2.5	Video	15
2.5.1	Standar Video	15
2.5.2	Jenis Video	16
2.5.3	Video Analog	16
2.6	Teknik Liveshoot	17
2.6.1	Type Of Shoot	18
2.7	Animasi & Motion Graphic	26
2.7.1	Pengertian Animasi	26
2.6.1	Teknik Motion Graphic	27
2.8	Produksi	29

2.8.1	Pra Produksi	29
2.8.1	Produksi	30
2.9	Sejarah Skala Likert	32
2.9.1	Skala Likert	33
2.9.1	Rumusan Persentase Skala LIkert.....	34
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGANS		35
3.1	Tujuan Umum.....	35
3.2	Analisis Masalah	36
3.2.1	Langkah – Langkah Analisis Masalah	36
3.2.2	Identifikasi Masalah	36
3.2.3	Logo Perusahaan	37
3.2.4	Wawancara	37
3.2.5	Hasil Analisis	38
3.3	Solusi Yang Ditawarkan.....	38
3.4	Solusi Yang Dipilih.....	38
3.5	Analisis Kebutuhan Sistem	39
3.5.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	39
3.2.5	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	39
3.6	Pra Produksi	40
3.6.1	Ide Cerita.....	41

3.6.2	Rancangan Naskah	41
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Tahap Produksi.....	49
4.1.1	Pemilihan Kamera.....	49
4.1.2	Rencana Kegiatan Shooting	50
4.1.3	Shooting Atau Pengambilan Gambar.....	55
4.2	Tahap Pasca Produksi.....	55
4.2.1	Transfer File.....	56
4.2.2	Editing Adobe Audition Backsound Menggunakan Premiere.....	57
4.2.3	Editing Adobe Premiere CC 2019.....	58
4.2.4	Editing Adobe Affter Effect CC 2019	65
4.3	Testing	68
4.3.1	Media Place.....	68
4.3.2	Uji Aspek Kelayakan	70
BAB V PENUTUP.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Video Profil Tinjauan Pustaka	8
Tabel 2.2 Tabel Evaluasi Skala Likert	33
Tabel 2.3 Persentasi Nilai.....	34
Tabel 3.3 Pembuatan Storyboard	44
Tabel 4.1 Aspek Penilaian.....	70
Tabel 4.2 Kriteria	71
Tabel 4.3 Perhitungan Skala Likert Video Iklan Barbershop The Guns.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Element Multimedia	11
Gambar 3.1 Logo Barbershop The Guns.....	37
Gambar 4.1 Alur Produksi.....	49
Gambar 4.2 Pengambilan Gambar Liveshoot	50
Gambar 4.3 Tahap Produksi.....	55
Gambar 4.4 File Video Dari Kamera.....	56
Gambar 4.5 Editing Background.....	57
Gambar 4.6 Tampilan Adobe Premiere CC 2019	58
Gambar 4.7 Tampilan New Project.....	59
Gambar 4.8 Tampilan Sequence.....	60
Gambar 4.9 Import File	61
Gambar 4.10 Timeline.....	62
Gambar 4.11 Dissolve	63
Gambar 4.12 Timeline Effect Control.....	63
Gambar 4.13 Menu Tool	64
Gambar 4.14 Tampilan Jendela Export.....	64
Gambar 4.15 File Hasil Export.....	65
Gambar 4.16 Tampilan Adobe Affter Effect CC 2019	66
Gambar 4.17 Tampilan Komposisi Baru.....	66

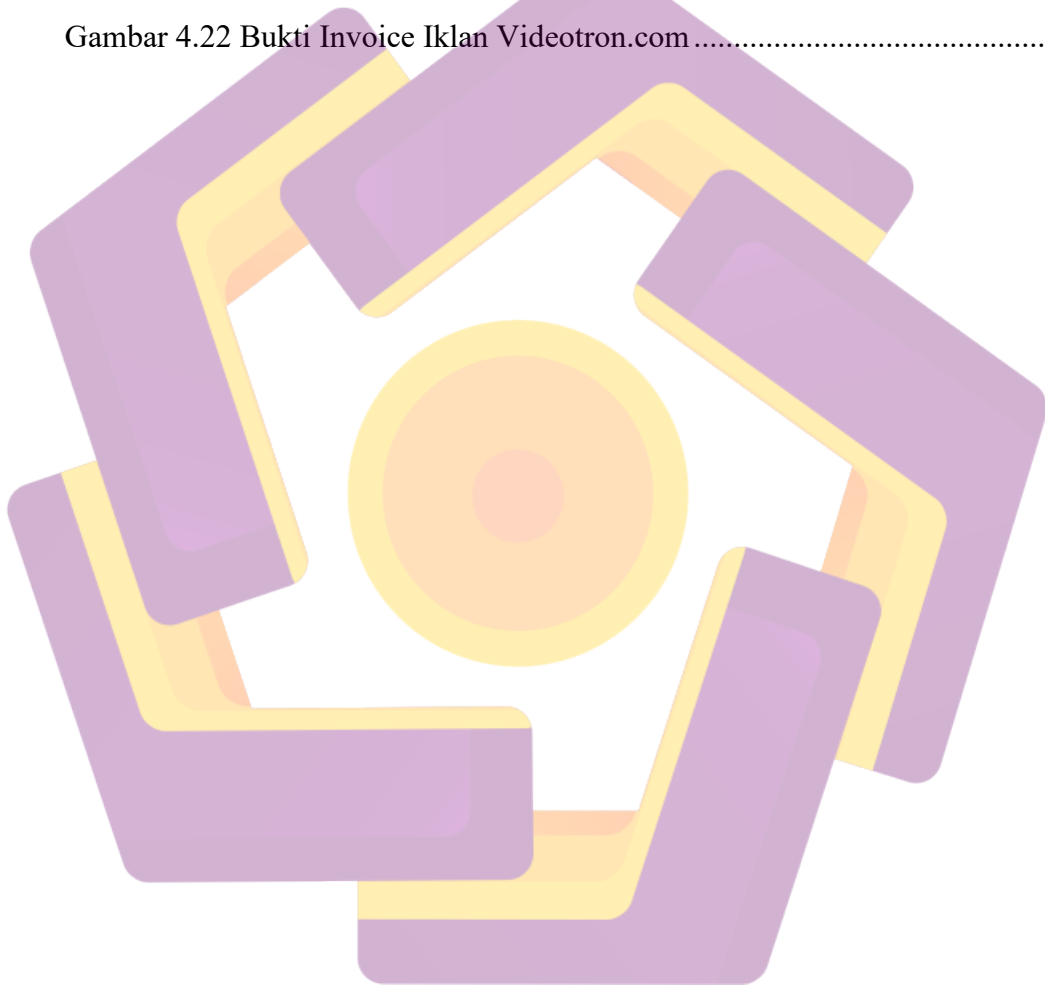
Gambar 4.18 Hasil Composition Text..... 67

Gambar 4.19 Tampilan Motion Graphic 67

Gambar 4.20 Pengaturan Transform Affter Effect CC 2019 68

Gambar 4.21 Bukti Video Iklan Tayang Videotron..... 69

Gambar 4.22 Bukti Invoice Iklan Videotron.com..... 69



INTISARI

Iklan menjadi hal penting untuk mencapai satu target bisnis dalam meningkatkan upaya dayak tarik penjualan dan produk. Salah satunya adalah periklanan videotron. Videotron saat ini menjadi solusi dalam dunia periklanan. Videotron mampu memberikan tampilan yang kreatif dan juga memberikan informasi yang informatif.

BARBERSHOP THE GUNS adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa pangkas rambut pria yang mempunyai produk (pomade) sendiri yang belum diketahui khalayak ramai. Demi meningkatkan dan memperkenalkan pelayanan dan produk maka dibuatlah video iklan. Iklan adalah bentuk promosi pada suatu usaha. Tujuan iklan untuk mendorong dan membujuk orang agar tertarik pada produk dan jasa pelayanan yang ditawarkan.

Pembuatan iklan ini akan menggabungkan video, audio backsound dan teks. Dengan konsep menggunakan teknik live shoot dan motion graphic saat proses pengambilan dan pengeditan video. Dengan multimedia dibuatnya video iklan dapat memperbesar presentase dan mempercepat informasi mengenai BARBERSHOP THE GUNS diharapkan semakin meningkatkan daya penjualan.

Kata kunci : *Iklan, promosi, video, videotron, produk "pomade"*



ABSTRACT

Advertising becomes important to achieve a business target in increasing efforts to increase sales and product power. One of them is videotron advertising. Videotron is now a solution in the world of advertising. Videotron is able to provide a creative appearance and also provide informative information.

BARBERSHOP THE GUNS is a company engaged in the service of a barber man who has his own product (pomade) that is not yet known to the general public. In order to improve and introduce services and products, a video ad is made. Advertising is a form of promotion in a business. The purpose of advertising is to encourage and persuade people to be interested in the products and services offered.

Making this ad will combine video, audio backsound and text. With the concept of using live shoot techniques and motion graphics during the process of taking and editing videos. With multimedia, making video advertisements can increase the percentage and accelerate information about BARBERSHOP THE GUNS, which is expected to further increase sales power.

Keywords: *Advertising, promotion, video, videotron, "pomade" product*

