

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN FALMOTORSPORT MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Edrianto Tommy Haryadi

15.12.8353

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN FALMOTORSPORT
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Edrianto Tommy Haryadi

15.12.8353

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN FALMOTORSPORT MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Edrianto Tommy Haryadi

15.12.8353

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 23 Desember 2022

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma

NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN FALMOTORSPORT MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Edrianto Tommy Haryadi

15.12.8353

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 Desember 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

NIK. 190302215

Muhammad Tofa Nurcholis, M.Kom

NIK. 190302281

Mei P Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

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

Tanggal 23 Desember 2022

Dekan Fakultas Ilmu Komputer

Hanif Al Fatta, M.Kom

NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **Edrianto Tommy Haryadi**

NIM : **15.12.8353**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

PEMBUATAN VIDEO IKLAN FALMOTORSPORT MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

Dosen Pembimbing : Rizqi Sukma Kharisma, 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.

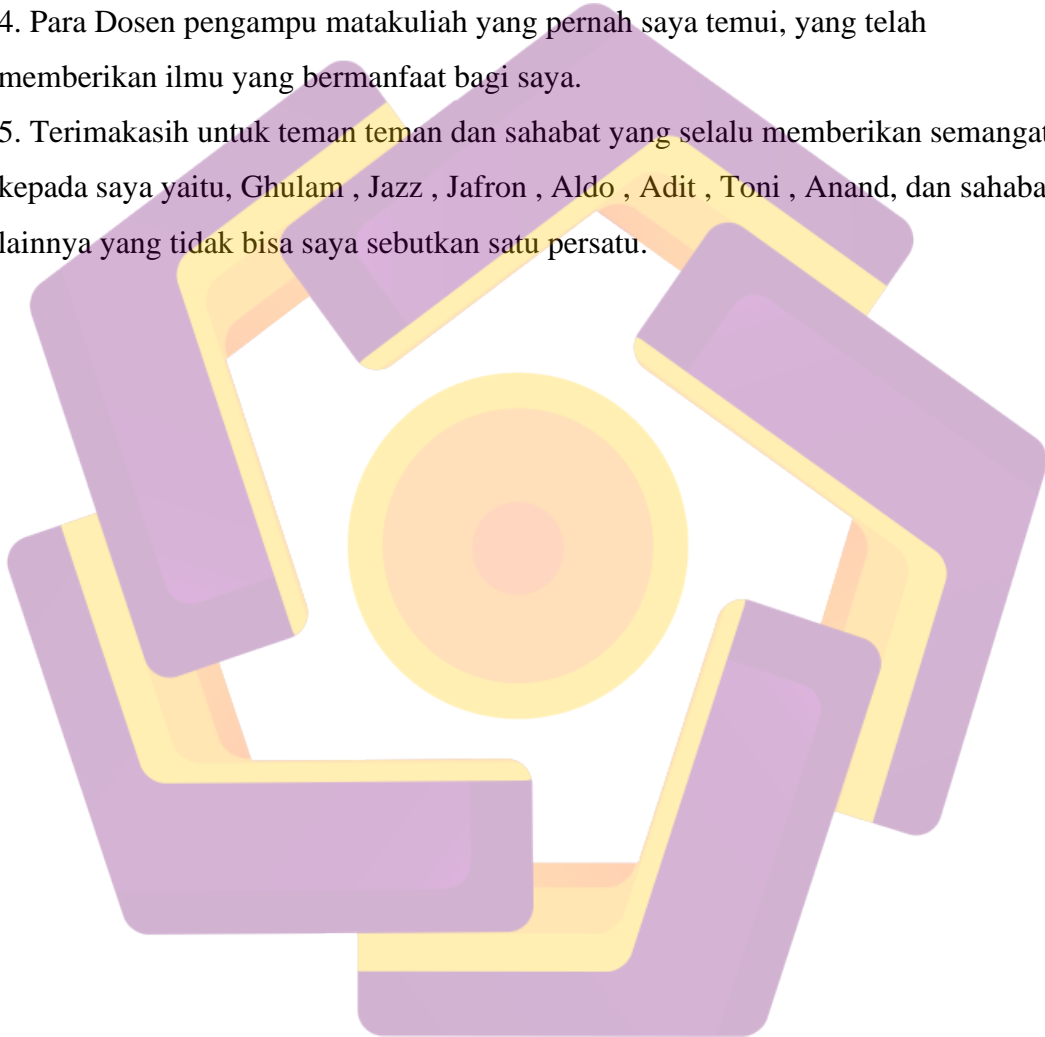
Yogyakarta, 23 DESEMBER 2022 Yang Menyatakan..



Edrianto Tommy Haryadi

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Untuk kedua orangtua saya yang tiada henti memberikan dukungan dan doanya.
2. Dosen pembimbing saya Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom yang telah membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Pihak dari Falmotorsport terutama Rifaldi Adhyaksa selaku pemilik yang telah membantu saya dalam segala urusan mengenai penelitian skripsi ini.
4. Para Dosen pengampu matakuliah yang pernah saya temui, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi saya.
5. Terimakasih untuk teman teman dan sahabat yang selalu memberikan semangat kepada saya yaitu, Ghulam , Jazz , Jafron , Aldo , Adit , Toni , Anand, dan sahabat lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga pada skripsi yang berjudul “Pembuatan Video Iklan Falmotorsport Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic ” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

Skripsi ini tersusun bukan karena hasil kerja keras penulis saja. Bantuan dari pihak lainnya pun turut andil dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat dan motivasi selama proses bimbingan ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis kedepannya.
4. Keluarga besar 15-S1SI-01, yang telah menemani selama perkuliahan dan memberikan kenangan yang tidak akan terlupakan.

Penulis juga memohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 23 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

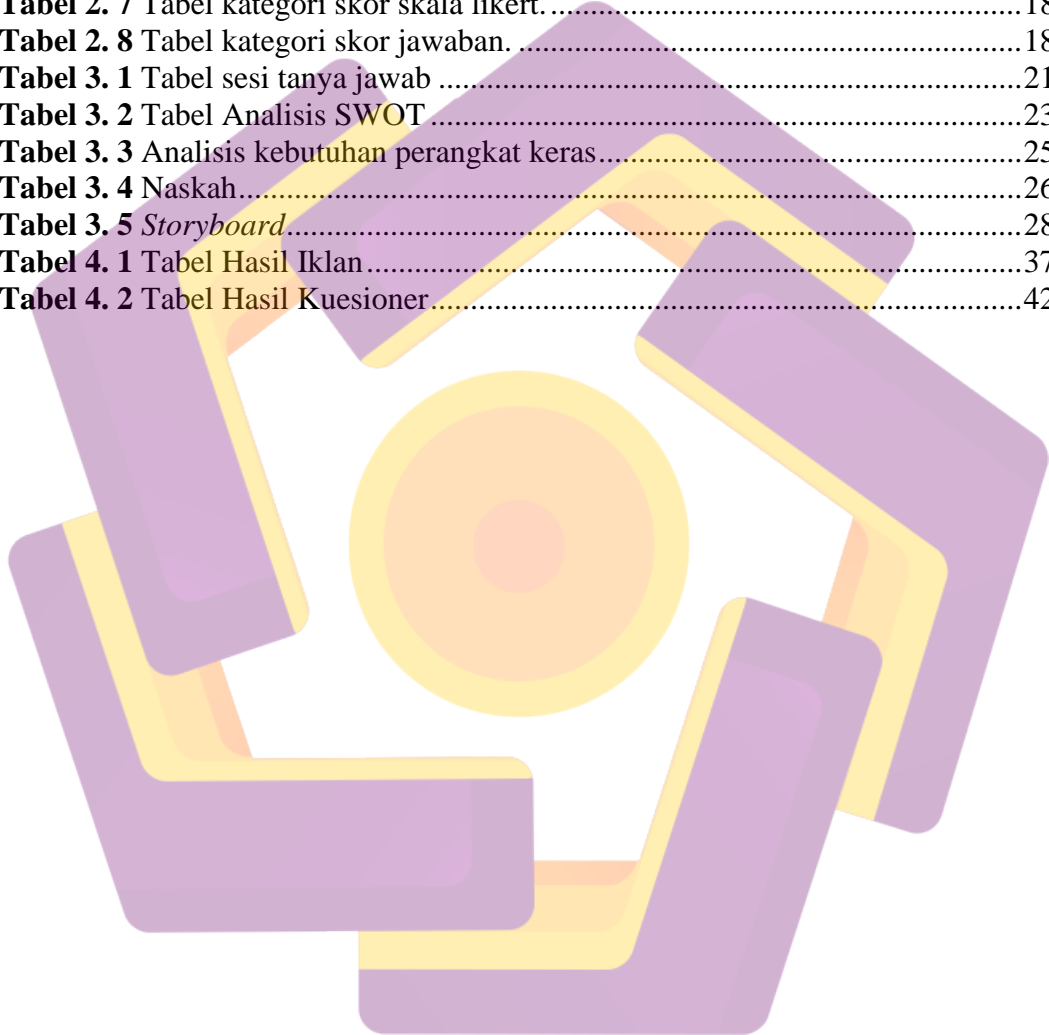
COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian	2
1.6 Metode Penelitian	2
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	2
1.6.2 Metode Analisis	3
1.6.3 Metode Perancangan	3
1.6.4 Metode Pembuatan Video	3
1.6.5 Metode Testing	3
1.6.6 Implementasi	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Konsep Dasar Multimedia	9
2.3 Element Multimedia	9
2.4 Pengertian Live Shoot	10
2.5 Konsep Animasi	10
2.6 Motion Graphic.....	10
2.7 Promosi.....	10
2.8 Periklanan	10
2.9 Video Instagram Ads	11
2.9.1 Format Video	11
2.9.2 Spesifikasi Instagram Ads	12
2.10 Komunikasi.....	12
2.10.1 Pengertian Komunikasi	12

2.10.2	Proses Komunikasi	13
2.10.3	Tujuan dan Fungsi Komunikasi	14
2.11	Tahapan Pengerjaan Video	14
2.11.1	Pra Produksi	14
2.11.2	Produksi	16
2.11.3	Pasca Produksi	16
2.12	Teori Kuesioner	17
2.13	Teori Skala Likert	17
2.13.1	Skala Likert	17
2.14	Rumus Persentase	18
BAB III METODE PENELITIAN		19
3.1	Objek Penelitian	19
3.1.1	Deskripsi Singkat Falmotorsport	19
3.1.2	Struktur Organisasi	19
3.2	Alur Penelitian	20
3.3	Alat dan Metode Penelitian	20
3.3.1	Metode Observasi	20
3.3.2	Metode Wawancara	21
3.4	Analisis Masalah	22
3.4.1	Kelemahan (Weaknesses)	24
3.4.2	Solusi Yang Ditawarkan	24
3.5	Analisis Kebutuhan Sistem	24
3.5.1	Kebutuhan Fungsional	24
3.5.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	25
3.6	Tahap Pra Produksi	26
3.6.1	Rancangan Konsep	26
3.6.2	Rancangan Naskah Cerita	26
3.6.3	Rancangan Storyboard	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Proses Produksi	31
4.2	Pengambilan Video	31
4.3	Penganimasian	31
4.3.1	Selection Tool	31
4.3.2	Hand Tool	31

4.3.3	Zoom Tool	32
4.3.4	Rotate Tool	32
4.3.5	Animasi Logo Falmotorsport	32
4.4	Tahap Pasca Produksi	32
4.5	Editing	33
4.5.1	Selection Tool	33
4.5.2	Track Select Tool	33
4.5.3	Razor Tool	34
4.5.4	Penggabungan Video	34
4.5.5	Memberikan Musik <i>Background</i>	35
4.6	Coloring	35
4.7	Rendering.....	36
4.8	Hasil Iklan.....	37
4.9	Pembahasan	42
4.9.1	Screen Testing	42
4.9.2	Evaluasi	42
4.9.3	Penerapan Video	44
BAB V PENUTUP		46
5.1	Kesimpulan.....	46
5.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA		47

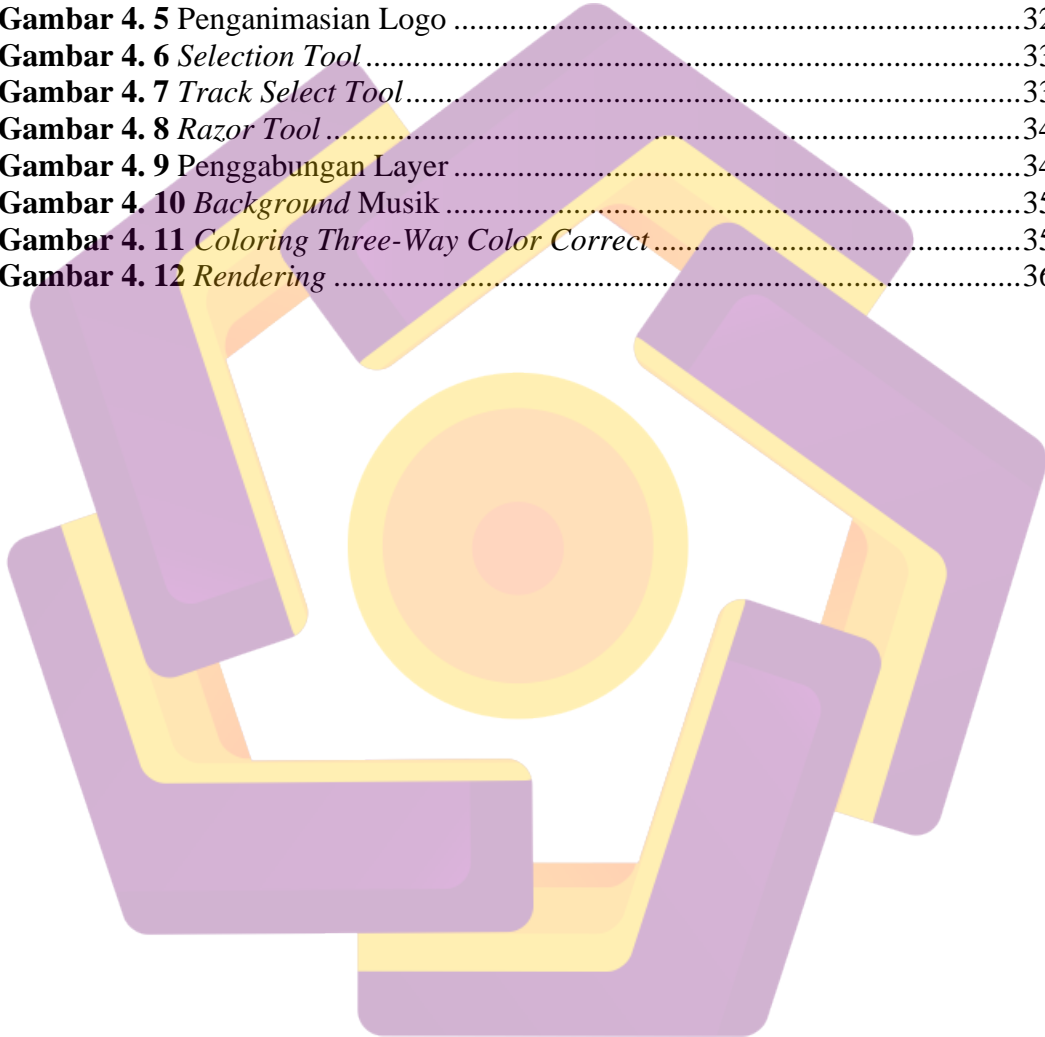
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Tabel perbandingan dengan penelitian Muhammad Rizal.....	5
Tabel 2. 2	Tabel perbandingan dengan penelitian Kukoh Mey Ariyanto.	6
Tabel 2. 3	Tabel perbandingan dengan penelitian Rini Septianingsih.....	6
Tabel 2. 4	Tabel perbandingan dengan penelitian Novia.....	7
Tabel 2. 5	Tabel perbandingan dengan penelitian Rahmat	8
Tabel 2. 6	Tabel perbandingan dengan penelitian Sofiyanti.....	8
Tabel 2. 7	Tabel kategori skor skala likert.....	18
Tabel 2. 8	Tabel kategori skor jawaban.....	18
Tabel 3. 1	Tabel sesi tanya jawab	21
Tabel 3. 2	Tabel Analisis SWOT	23
Tabel 3. 3	Analisis kebutuhan perangkat keras.....	25
Tabel 3. 4	Naskah.....	26
Tabel 3. 5	<i>Storyboard</i>	28
Tabel 4. 1	Tabel Hasil Iklan.....	37
Tabel 4. 2	Tabel Hasil Kuesioner.....	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Falmotorsport	19
Gambar 3. 2 Diagram alir penelitian	20
Gambar 3. 3 Logo Falmotorsport	20
Gambar 4. 1 <i>Selection Tool</i>	31
Gambar 4. 2 <i>Hand Tool</i>	31
Gambar 4. 3 <i>Zoom Tool</i>	32
Gambar 4. 4 <i>Rotate Tool</i>	32
Gambar 4. 5 Penganimasian Logo	32
Gambar 4. 6 <i>Selection Tool</i>	33
Gambar 4. 7 <i>Track Select Tool</i>	33
Gambar 4. 8 <i>Razor Tool</i>	34
Gambar 4. 9 Penggabungan Layer	34
Gambar 4. 10 <i>Background Musik</i>	35
Gambar 4. 11 <i>Coloring Three-Way Color Correct</i>	35
Gambar 4. 12 <i>Rendering</i>	36



INTISARI

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pihak Falmotorsport di temukan bahwa promosi dengan cara mulut ke mulut dan jarang nya posting pada media sosial merupakan suatu metode promosi yang kurang efektif dikarenakan di Indonesia sendiri tercatat adanya 63 juta orang pengguna internet dan 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.

Dengan memanfaatkan media sosial yang terus berkembang saat ini, dapat dimanfaatkan untuk media promosi ke masyarakat luas. Multimedia dalam hal ini berarti suatu system yang terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak dan alat-alat lain seperti televisi, monitor video dan sistem piringan optik atau *system stereo* yang dimaksudkan untuk menghasilkan sajian audio visual penuh. Maka dari itu informasi yang ingin disampaikan dalam bentuk multimedia akan terlihat lebih menarik.

Motion Graphic merupakan gabungan dari potongan elemen-elemen desain/animasi yang berbasis pada media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis, dengan memasukkan elemen yang berbeda-beda seperti 2D atau 3D. Dengan menggunakan video iklan Falmotorsport diharapkan mampu mempromosikan Falmotorsport kepada lebih banyak penggiat hobi motor dan memberikan informasi kepada konsumen secara menarik, informatif, dan efektif.

Kata kunci: Motor, Bengkel, Motion Grafis, *Live Shoot*, Falmotorsport, Iklan, Promosi



ABSTRACT

Based on interview being held towards Falmotorsport it was found that the promotion method that was used such as mouth to mouth promotion and the rarity of posting on social media was a not an effective way of promotion because in Indonesia alone has recorded 63 million internet users and 95 peresent of them are using the internet to access social networks.

By utilizing social media in which continues to grow at a fast paced at this time, it can be used for promotional media to the wider community. Multimedia in this case means a system consisting of hardware, software and other tools such as televisions, video monitors and optical dish systems or stereo systems that are intended to produce a full audio-visual presentation. Therefore the information that will be conveyed in multimedia form will look more attractive.

Motion Graphic is a combination of cut design/animation elements based on visual media that combines film language with graphic design, by incorporating different elements such as 2D or 3D. By using the Falmotorsport advertising video, it is hoped that it will be able to promote Falmotorsport to more motorcycle enthusiasts and provide information to consumers in an interesting, informative and effective manner.

Keyword: *Motorcycle, Workshop, Motion Graphic, Live Shoot, Falmotorsport , Advertisement, Promotion*

