

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA KUNCI JOGJA
DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

OKKY IQBAL FAUZI

19.12.1023

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA KUNCI JOGJA
DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

OKKY IQBAL FAUZI

19.12.1023

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA KUNCI JOGJA DENGAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang disusun dan diajukan oleh

Okky Iqbal Fauzi

19.12.1023

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 22 Februari 2023

Dosen Pembimbing,

Rizki Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA KUNCI JOGJA DENGAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang disusun dan diajukan oleh

Okky Iqbal Fauzi

19.12.1023

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom
NIK. 190302390

Norhikmah, M.Kom
NIK. 190302245

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 22 Februari 2023

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Okky Iqbal fauzi
NIM : 19.12.1023

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Pembuatan Iklan Media Sosial pada Kunci Jogja dengan 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, 22 Februari 2023

Yang Menyatakan,

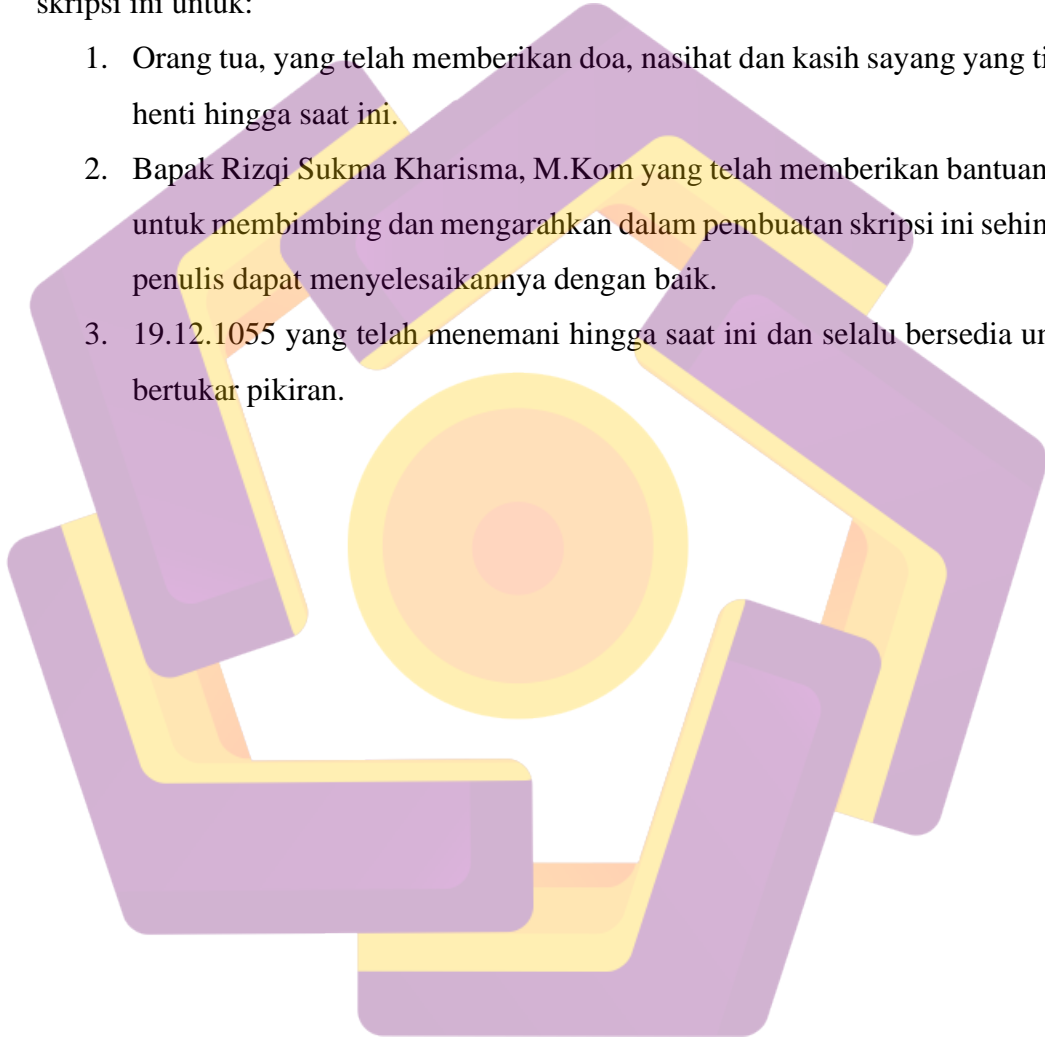


Okky Iqbal Fauzi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT terhadap rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Maka dari itu penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Orang tua, yang telah memberikan doa, nasihat dan kasih sayang yang tiada henti hingga saat ini.
2. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom yang telah memberikan bantuannya untuk membimbing dan mengarahkan dalam pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
3. 19.12.1055 yang telah menemani hingga saat ini dan selalu bersedia untuk bertukar pikiran.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul “Pembuatan Iklan Media Sosial Pada Kunci Jogja Dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*” dapat diselesaikan dengan baik. Pada penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, yang sudah mendoakan serta memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Prof.Dr.M.Suyanto,M.M selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Hanif al Fattah selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Anggit Dwi Hartanto, M.Kom selaku kaprodi sistem informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Bapak Rizqi Sukma Kharisma,M.Kom selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan serta saran selama penyusunan skripsi ini.
6. Dosen sistem informasi yang telah memberikan ilmunya selama di perguruan tinggi.

Penulis menyadari dalam pembuatan skripsi masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap mendapat saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai bahan penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya.

Yogyakarta, 22 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	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.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Studi Literatur.....	5
2.2 Dasar Teori	14
2.2.1 Multimedia.....	14
2.2.2 <i>Motion Graphic</i>	17
2.2.3 <i>Live Shoot</i>	18
2.2.4 <i>Camera Angle</i>	18
2.2.5 Teknik Pengambilan gambar	19

2.2.6	Iklan	21
2.2.7	Instagram.....	21
2.2.8	Tahap Pembuatan Iklan.....	22
2.2.9	<i>Storyboard</i>	23
2.2.10	Sampel.....	23
2.2.11	Skala Likert.....	24
2.2.12	Kuesioner	24
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26
3.1.1	Gambaran Umum Kunci Jogja.....	26
3.1.2	Logo Kunci Jogja	26
3.2	Alur Penelitian	27
3.2.1	Pra Produksi	28
3.2.2	Tahap Produksi	38
3.2.3	Tahap Pasca Produksi	42
3.3	Alat dan Bahan.....	54
3.3.1	Alat Penelitian.....	54
3.3.2	Bahan	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Pembahasan <i>Scene</i> Video Iklan	58
4.1.1	<i>Scene Bumper In</i>	58
4.1.2	<i>Scene</i> Pembuatan Kunci Manual.....	58
4.1.3	<i>Scene</i> Lokasi	59
4.1.4	<i>Scene Green Sceen</i>	60
4.1.5	<i>Scene</i> Pembuatan Kunci Immobilizer	60
4.1.6	<i>Scene Talent</i>	61

4.1.7	<i>Scene Bumper Out</i>	62
4.2	<i>Insight Iklan</i>	62
4.3	Kuesioner Umum.....	64
4.2.1	Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.2.2	Karakteristik berdasarkan Usia.....	66
4.2.3	Karakteristik berdasarkan Lama Menggunakan Instagram	66
4.2.4	Hasil Kuesioner Umum.....	67
4.4	Kuesioner Ahli <i>Information and Technology (IT)</i>	74
4.4.1	Hasil Kuesioner Ahli <i>Information and Technology (IT)</i>	75
BAB V PENUTUP		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	82
REFERENSI		83
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR TABEL

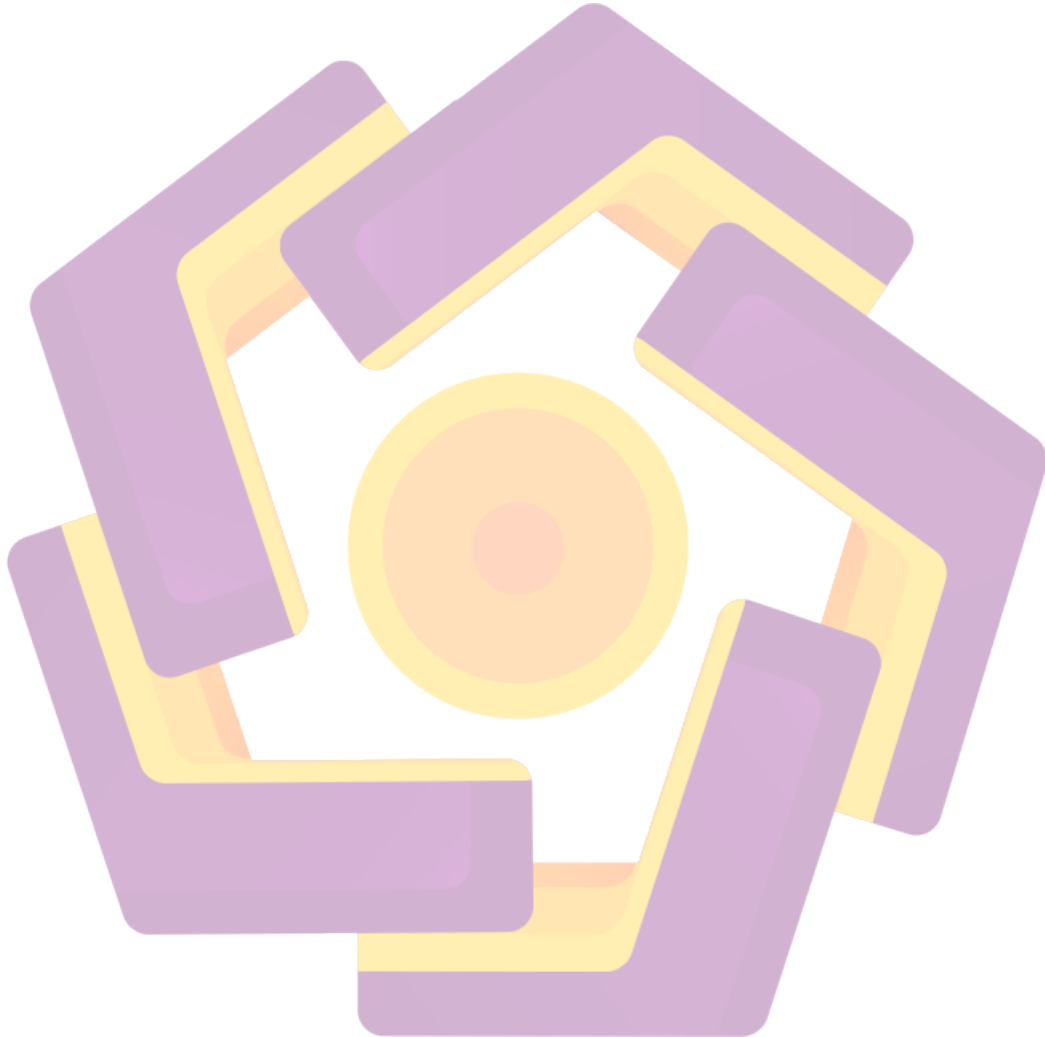
Tabel 2.1. Keaslian Penelitian	7
Tabel 3.1. Observasi	29
Tabel 3.2. Wawancara	30
Tabel 3.3. <i>Storyboard (Scene 1)</i>	33
Tabel 3.4. <i>Storyboard (Scene 2)</i>	34
Tabel 3.5. <i>Storyboard (Scene 3)</i>	35
Tabel 3.6. <i>Storyboard (Scene 4)</i>	36
Tabel 3.7. <i>Storyboard (Scene 5)</i>	37
Tabel 3.8. <i>Storyboard (Scene 6)</i>	38
Tabel 3.9. <i>Shooting Outdoor</i>	41
Tabel 3.10. Hasil Revisi	48
Tabel 3.11. Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	55
Tabel 3.12. Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	56
Tabel 3.13. Manusia (<i>Brainware</i>)	57
Tabel 3.14. Bahan Penelitian	57
Tabel 4.1. <i>Insight</i> Iklan	64
Tabel 4.2. Jenis Kelamin	65
Tabel 4.3. Usia	66
Tabel 4.4. Lama Menggunakan Instagram	67
Tabel 4.5. Hasil Kuesioner	67
Tabel 4.6. Bobot Nilai	69
Tabel 4.7. Presentase Nilai	69
Tabel 4.8. Hasil Kuesioner Ahli <i>Information and Technology (IT)</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Definisi Multimedia	17
Gambar 3.1. Logo Kunci Jogja	27
Gambar 3.2. Alur Penelitian	27
Gambar 3.3. Pembuatan <i>Background</i>	39
Gambar 3.4. Pembuatan <i>Line</i>	39
Gambar 3.5. <i>Shooting Indoor</i>	40
Gambar 3.6. <i>Import File</i>	42
Gambar 3.7. <i>Import dan Cutting Visual</i>	43
Gambar 3.8. <i>Bumper In</i>	43
Gambar 3.9. <i>Bumper Out</i>	44
Gambar 3.10. Penggabungan <i>Motion Tracking</i> dan <i>Line</i>	44
Gambar 3.11. Penggantian <i>Background</i>	45
Gambar 3.12. Memasukkan Efek Transisi	45
Gambar 3.13. <i>Color Grading</i>	46
Gambar 3.14. Menggabungkan Audio	46
Gambar 3.15. <i>Rendering</i>	47
Gambar 3.16. <i>Upload</i> dan Promosi Video	49
Gambar 3.17. Target	49
Gambar 3.18. Pemirsa	50
Gambar 3.19. Buat Pemirsa	51
Gambar 3.20. Lokasi	51
Gambar 3.21. Minat	52
Gambar 3.22. Usia dan Jenis Kelamin	53
Gambar 3.23. Anggaran dan Durasi	53
Gambar 3.24. Ulasan	54
Gambar 4.1. <i>Scene Bumper In</i>	58
Gambar 4.2. <i>Scene</i> Pembuatan Kunci Manual	59
Gambar 4.3. <i>Scene</i> Lokasi	59
Gambar 4.4. <i>Scene Green Screen</i>	60
Gambar 4.5. <i>Scene</i> Pembuatan Kunci <i>Immobilizer</i>	61
Gambar 4.6. <i>Scene Talent</i>	61
Gambar 4.7. <i>Bumper Out</i>	62
Gambar 4.8. <i>Insight</i> Iklan	63
Gambar 4.9. Kuesioner Umum	65
Gambar 4.10. Kuesioner Ahli <i>Information and Technology</i> (IT)	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Profil obyek Penelitian	84
Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian	85
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Umum	86
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Ahli <i>Information and Technology</i> (IT)	91



INTISARI

Penggunaan internet mengalami peningkatan setiap tahunnya, sebaian besar internet digunakan untuk mengakses media sosial. Media sosial digunakan sebagai hiburan, sarana informasi bahkan dijadikan media promosi bagi sebagian besar pelaku usaha. Saat ini, banyak ditemui iklan dalam media sosial khususnya instagram guna memperkenalkan usaha yang dimiliki. Kunci jogja sendiri merupakan usaha jasa penggandaan dan pembuatan kunci yang berdiri sejak 2018. Namun, belum memanfaatkan media sosial untuk mengenalkan usahanya. Oleh karena itu diperlukan sebuah video iklan untuk memberikan informasi mengenai Kunci Jogja kepada khalayak umum dengan tujuan dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa Kunci Jogja. Video iklan yang dibuat mengimplementasikan teknik *live shoot*, *motion graphic* serta *motion tracking* dengan melalui tahapan pembuatan video meliputi tahap pra produksi, tahap produksi serta tahap pasca produksi. Sementara untuk pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan studi pustaka guna mendukung penelitian ini. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu video iklan yang memberikan informasi mengenai Kunci Jogja dengan durasi 1 menit dan hasil pengujian beta dengan melibatkan responden umum sebanyak 56 orang mendapat nilai 86,46% dan 1 orang responden ahli IT (*Information and Technology*) dengan nilai 76%, dimana hal tersebut menyatakan bahwa video iklan tersebut layak digunakan.

Kata kunci: iklan, *live shoot*, *motion graphic*

ABSTRACT

Internet usage has increased every year, and the internet is used to access social media. Social media is used as entertainment, a means of information and even used as a promotional medium for most business actors. Currently, there are many advertisements on social media, especially Instagram, to introduce their business. Kunci Jogja itself is a key doubling and manufacturing service business that was established in 2018. However, he has not used social media to introduce his business. Therefore, an advertising video is needed to provide information about Kunci Jogja to the general public with the aim of attracting consumers to use Kunci Jogja services. The advertising video that is made implements live shoot, motion graphic and motion tracking techniques by going through the stages of making videos including the pre-production stage, production stage and post-production stage. Meanwhile, the data collection used in this study used observation methods, interviews and literature studies to support this research. The results obtained from this study were an advertising video that provided information about Kunci Jogja with a duration of 1 minute and beta testing results involving general respondents as many as 56 people scored 86.46% and 1 IT (Information and Technology) expert respondent with a value of 76%, which stated that the ad video was suitable for use.

Keyword: *advertisement, live shoot, motion graphic*