

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI HIDDEN
STORE DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC LIVE
SHOOT DAN MOTION GRAPHICS**

SKRIPSI



disusun oleh

Dhata Aryatara

16.12.9203

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

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI HIDDEN
STORE DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC LIVE
SHOOT DAN MOTION GRAPHICS**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Dhata Aryatara

16.12.9203

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

2021

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI HIDDEN STORE DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHICS

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhata Aryatara

16.12.9203

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 2 Maret 2021

Dosen Pembimbing,

Barka Satya, M.Kom

NIK. 190302126

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI HIDDEN STORE DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHICS

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhata Aryatara

16.12.9203

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 September 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243

Alfie Nur Rahmi, M.Kom
NIK. 190302240

Barka Satya, M.Kom
NIK. 190302126

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 17 September 2020

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 190302038

PERNYATAAN

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 dan/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, 3 Maret 2021

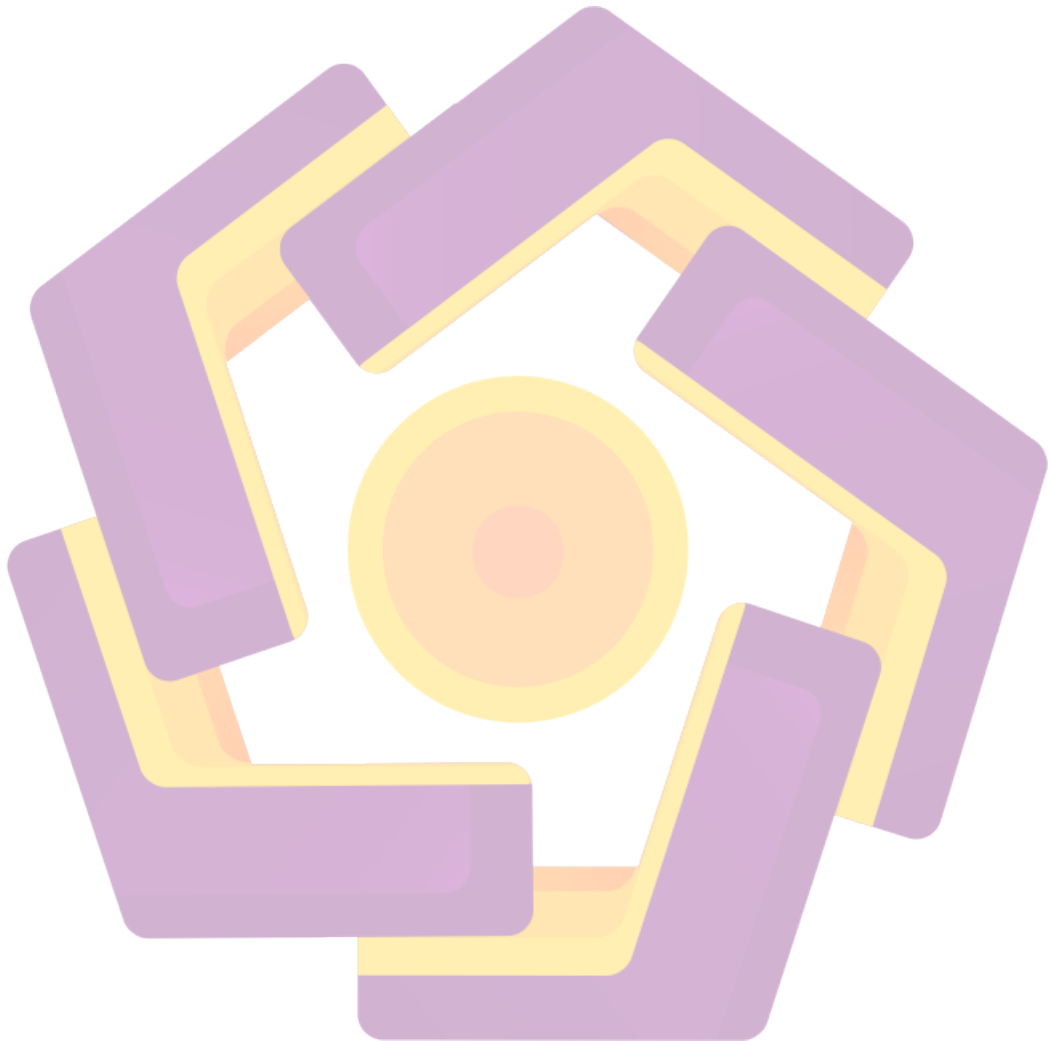


Dhata Aryatara

NIM. 16.12.9203

MOTTO

“Jalani dulu aja”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil `Alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, kesehatan, kemudahan, serta kemampuan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada halaman persembahan ini, penulis ingin berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu, ketulusan hatinya, segala sesuatu yang telah dilakukan dan dikorbankan oleh beliau sejak saya hadir dalam kehidupannya (bahkan sebelum itu) hingga saat ini tidak akan pernah dapat tergantikan dengan apa pun.
2. Ibu, hangatnya kasih sayang yang selalu diberikannya dapat menerangi setiap langkah yang saya tempuh, bahkan tidak akan pernah pudar dan terkikis oleh waktu. Walaupun sering kali saya membuat goresan luka dan air mata untuknya, tiada hentinya Ibu menemani saya dalam suka maupun duka.
3. Ibu, perempuan hebat yang selalu menggenggam erat tangan saya bernama Lasmi Eva Wardani, beliau merupakan kunci setiap kesuksesan saya.
4. Bapak, Semoga bapak di sana tau dan bangga dengan gelar saya ini.
5. Sesosok kakak kandung dengan nama Andy Wijaya Achmad, cukup banyak pelajaran hidup yang dapat saya ambil darinya. Dengan melihat setiap kisah dalam mencapai mimpinya, dapat menularkan semangat dan memotivasi saya.
6. Seorang adik kandung yang kecil tapi besar dan diberi nama Yoni Saka Samudra oleh kedua orang tuanya, karena telah mewarnai keseharian saya

dengan tingkah dan perilaku yang menyebalkan, dan saya tetap memperlakukan dia sebagai adik kecil.

7. Dosen pembimbing saya yaitu Pak Barka terimakasih banyak sudah membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini, yang awalnya saya kira Pak Barka galak ternyata sebaliknya, don't judge people by its cover is real.
8. Yuli Elfandari, Muhammad Naf'an Reza Wirawan, Gelar Aji, Marianus, Nur Faizin, Moh. Rizal Bayu Saputro, Andi Muh Nurulfuadi, Yacobus Wahyu, Brian Lutfi Pradhana, Assegaf Yahya Siregar, Rheia Nadine Bayumi, Eka Pralambang Damar Prakoso, Dyah Har Pintowati, Moh. Rayana Endy, Igusti Agung Made, Kemal Harvian, Gading Bimantoro, Ramadhan Benteng Sapogara, da, terima kasih banyak atas dukungan beserta bantuan yang telah diberikan secara langsung maupun tidak langsung selama proses pengerjaan skripsi sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan lancar meskipun terlampau jauh dari kata sempurna.
9. Segenap teman - teman dari 16 Sistem Informasi 04, Penyetan Pak Din dan Burjo Kali Mambu pihak lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih banyak untuk waktu dan pengalaman berkesan yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan riset dengan judul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI HIDDEN STORE DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHICS”**.

Penyusunan riset ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu tugas dari mata kuliah tugas media proyek interaktif. Dalam penyusunan riset ini, saya mengucapkan kepada pihak yang telah membantu atau membimbing saya dalam penyusunan riset ini.

Saya mengharapkan semoga riset saya ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pada umumnya dan kemajuan bidang pendidikan pada khususnya. Dan saya menyadari bahwa penulisan riset ini masih jauh dari kata sempurna.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	18
1.1 Latar Belakang Masalah	18
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2 Metode Pengembangan <i>Multimedia Development Life Cycle (MDLC)</i> . 6	6
1.6.3 Metode Analisis	6

1.6.4	Metode Testing	7
1.7	Sistematika Penulisan Laporan	7
BAB II	9
2.1	Tinjauan Pustaka	9
2.2	Konsep Multimedia.....	11
2.2.1	Definisi Multimedia.....	11
2.2.2	Jenis-Jenis Multimedia	12
2.2.3	Unsur Sistem Multimedia.....	13
2.3	Konsep Dasar Animasi	14
2.3.1	Prinsip Animasi.....	15
2.4	Promosi	19
2.4.1	Pengertian Promosi.....	19
2.4.2	Pengertian Media Promosi.....	19
2.4.3	Bauran Promosi.....	19
2.5	Video.....	21
2.5.1	Standar Video.....	21
2.5.2	Jenis Video.....	22
2.5.3	Perbandingan Format Video.....	22
2.6	Sinematografi	23
2.7	<i>Live Shoot</i>	24
2.7.1	<i>Close Up (CU)</i>	25
2.7.2	<i>Medium Close Up (MCU)</i>	25
2.7.3	<i>Extreme Close Up (ECU)</i>	26
2.7.4	<i>Medium Shot (MS)</i>	27
2.7.5	<i>Long Shot (LS)</i>	27
2.7.6	<i>Very Long Shot (VLS)</i>	28
2.8	<i>Motion Graphic</i>	29
2.8.1	Pengertian <i>Motion Graphic</i>	29
2.8.2	Sejarah <i>Motion Graphic</i>	30
2.8.3	Metode <i>Motion Graphic</i>	30
2.9	Tahap Produksi.....	31
2.9.1	Pra-produksi.....	31

2.9.2	Produksi	32
2.10	Pengujian	32
2.10.1	Pengujian <i>Alpha</i> (<i>Alpha Testing</i>)	32
2.10.2	Pengujian <i>Beta</i> (<i>Beta Testing</i>)	33
BAB III	36
3.1	Tinjauan Umum	36
3.1.1	Deskripsi Objek	36
3.1.2	Logo Hidden Store	37
3.2	Pengumpulan Data	37
3.2.1	Wawancara	37
3.2.2	Observasi	38
3.3	Analisis Masalah	39
3.3.1	Analisis SWOT	39
3.3.2	Kelemahan dari Media Lama	45
3.3.3	Solusi Yang Ditawarkan	46
3.3.4	Solusi Yang Dipilih	46
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	47
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	47
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	47
3.5	Analisis Kelayakan	49
3.5.1	Kelayakan Teknologi	50
3.5.2	Kelayakan Operasional	50
3.5.3	Kelayakan Hukum	50
3.5.4	Kelayakan Ekonomi	50
3.6	Tahap Pra Produksi	51
3.6.1	Rancangan Konsep Video Promosi	51
3.6.2	Rancangan Naskah Video Promosi	51
3.6.3	Rancangan <i>Storyboard</i>	52
BAB IV	59
4.1	Implementasi	59
4.2	Tahap Produksi	60

4.2.1	<i>Shooting</i>	60
4.2.2	Pembuatan Objek Grafis	63
4.2.3	<i>Animasi Motion Graphics</i>	65
4.3	Tahap Pasca Produksi	71
4.3.1	<i>Proses Capturing</i>	71
4.3.2	<i>Proses Compositing</i>	72
4.3.3	<i>Final Compositing dan Coloring</i>	75
4.3.4	<i>Rendering</i>	76
4.4	Tahap Pasca Produksi	80
4.4.1	<i>Alpha Testing</i>	80
4.4.2	<i>Beta Testing</i>	82
BAB V	91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	10
Tabel 3.1 Matriks Strategi SWOT	40
Tabel 3.2 Kebutuhan Perangkat Keras.....	48
Tabel 3.3 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	48
Tabel 3.4 Rancangan Naskah Video Skripsi.....	51
Tabel 3.5 Rancangan Storyboard	59
Tabel 4.1 Alpha Testing	80
Tabel 4.2 Skala Likert Aspek Informasi	82
Tabel 4.3 Presentase Arikunto	83
Tabel 4.4 Skala Likert Aspek Multimedia	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia	13
Gambar 2.2 Pengambilan gambar close up	25
Gambar 2.3 Pengambilan Gambar Medium Close Up	26
Gambar 2.4 Pengambilan Gambar Extreme Close Up	27
Gambar 2.5 Pengambilan Gambar Medium Shoot	27
Gambar 2.6 Pengambilan Gambar Long Shot	28
Gambar 2.7 Pengambilan Gambar Very Long Shot	28
Gambar 2.8 Presentase Penilaian Likert	34
Gambar 3.1 Denah Alamat Hidden Store	36
Gambar 3.2 Logo Hidden Store	37
Gambar 3.3 Instagram Hidden Store	39
Gambar 4.1 Bagan Produksi & Pasca Produksi	59
Gambar 4.2 Pengambilan Gambar di Tugu Yogyakarta	60
Gambar 4.3 Pengambilan Gambar Long Shoot	61
Gambar 4.4 Pengambilan Gambar di Hidden Store	61
Gambar 4.5 Pengambilan Gambar Medium Close up	62
Gambar 4.6 Pengambilan Gambar Close up	63
Gambar 4.7 Proses Logo Tracing dengan Adobe Illustrator CC 2019	64
Gambar 4.8 Proses Denah Tracing dengan Adobe Illustrator CC 2019	64
Gambar 4.9 Kotak Dialog Import Adobe After Effect	66
Gambar 4.10 Komposisi Adobe After Effect	66
Gambar 4.11 Position	67

Gambar 4.12 Scale	68
Gambar 4.13 Rotation	68
Gambar 4.14 Opacity	69
Gambar 4.15 Trim Path.....	70
Gambar 4.16 Masking.....	71
Gambar 4.17 Manajemen File.....	72
Gambar 4.18 Membuat Sequence	73
Gambar 4.19 Import File Footage.....	74
Gambar 4.20 Compositing Footage Sesuai Storyboard	74
Gambar 4.21 Final Compositing	75
Gambar 4.22 Sebelum dan Sesudah <i>Color Grading</i>	76
Gambar 4.23 Pengaturan Rendering Video	77
Gambar 4.24 Pengaturan Rendering Audio	77
Gambar 4.25 Proses Rendering.....	78
Gambar 4.26 Hasil Rendering Motion Graphic Animated Tittle.....	78
Gambar 4.27 Hasil Rendering Motion Graphic Denah Hidden Store	79
Gambar 4.28 Hasil Rendering Motion Graphic Logo Closing.....	79
Gambar 4.29 Penilaian Skala Likert	83
Gambar 4.30 Penayangan Media Promosi di Instagram	89
Gambar 4.31 Statistik Penayangan Video.....	90

INTISARI

Media promosi merupakan hal penting yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk, serta meningkatkan kualitas produk yang sudah digunakan oleh masyarakat. Iklan berbasis audio visual merupakan salah satu pilihan untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan saat ini sangat diminati oleh banyak orang.

Adapun teknik yang diperlukan untuk pembuatan video ini adalah pengambilan gambar secara live untuk memperjelas bagaimana produk tersebut dapat digunakan dan hasil yang memuaskan setelah produk tersebut digunakan, untuk menambah daya tarik video ini digunakan animasi grafik gerak 2D. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana membuat iklan video menggunakan teknik penggabungan antara live shooting dan motion graphic.

Dengan konsep tersebut maka dibuatlah penelitian yang berjudul **“MEMBUAT VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI HIDDEN STORE DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHICS”**.

Kata Kunci: *Media Promosi, Multimedia, Motion Graphics, Cinematic Live Shoot*

ABSTRACT

Media promotions are important things needed by a company to increase product sales, as well as improve the quality of products already used by the public. Audio visual-based advertising is one of the options to convey information quickly and today are very sought after by many people.

The techniques required for the manufacture of this video is a live shooting to clarify how these products can be used and satisfactory results after the product is used, to increase the attractiveness of this video used 2D motion graphic animation. The aim of this study how to create a video ad using techniques merger between live shooting and motion graphic.

With this concept then be made to the study entitled “**MAKING ADS AS A HIDDEN STORE PROMOTION MEDIA BY USING CINEMATIC LIVE SHOOT TECHNIQUES AND MOTION GRAPHICS**”.

Keyword: Media Promotions, Multimedia, Motion Graphics, Cinematic Live Shoot.

