

**“IMPLEMENTASI TEKNIK GREEN SCREEN
PADA PRODUKSI IKLAN SECOND SEPEZIAL YANG
BERGERAK PADA PENJUALAN PAKAIAN”**

SKRIPSI



disusun oleh

Fadilah Nur Isa

15.11.9352

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

2021

**“IMPLEMENTASI TEKNIK GREEN SCREEN
PADA PRODUKSI IKLAN SECOND SEPEZIAL YANG
BERGERAK PADA PENJUALAN PAKAIAN”**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar sarjana
pada Progam Studi Informatika



disusun oleh

Fadilah Nur Isa

15.11.9352

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

2021

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI TEKNIK GREEN SCREEN PADA PRODUKSI
IKLAN SECOND SEPEZIAL YANG BERGERAK PADA PENJUALAN
PAKAIAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fadilah Nur Isa

15.11.9352

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 4 Februari 2020

Dosen Pembimbing,

Robert Marco, M.T

NIK 190302228

PENGESAHAN

SKRIPSI

IMPLEMENTASI TEKNIK GREEN SCREEN PADA PRODUKSI IKLAN SECOND SEPEZIAL YANG BERGERAK PADA PENJUALAN PAKAIAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fadilah nur isa

15.11.9352

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Maret 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

NIK 190302164

Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, M.T

NIK 190302289

Robert marco, S.T, M.T

NIK 190302228

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana computer

Tanggal 17 Februari 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

KRISNAWATI, S.Si, M.T

NIK 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 meraih gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, Dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis dan/atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan di disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi

Yogyakarta, 9 Februari 2021



Fadilah Nur Isa

Nim 15.11.9352

MOTTO

**TERLAMBAT BUKAN BERARTI BURUK, NAMUN YANG
BURUK BIASANYA TERLAMBAT**

**JANGAN TAKUT SALAH, KARENA SALAH MERUPAKAN SUATU
HAL MENUJU BENAR**

SELALU PAHAMI PRIORITAS, MAKA WAKTU MENJADI EFEKTIF



PERSEMBAHAN

Saya mempersembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam proses pembuatan skripsi.

Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat dan anugerahnya sampai sejauh ini.

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan apapun yang terbaik kepada penulis dengan ikhlas dan penuh kasih sayang.
2. Bapak Robert Marco, M.T selaku pembimbing saya.
3. Semua teman-teman saya yang telah membantu memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi ini.
4. Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
5. Second Special yang telah memberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman dan telah kooperatif dalam penelitian ini.
6. Hesti Wulandari yang selalu mengingatkan dan menyemangati saya untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : Implementasi Teknik Green Screen Pada Produksi Iklan Second Sepezial Yang Bergerak Pada Penjualan Pakaian. Ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi program sarjana di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku rector universitas amikom Yogyakarta.
2. Bapak Robert Marco, M.T selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan arahan bagi penulis agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Kedua orang tua, keluarga besar dan saudara-saudara yang telah memberikan dukungan, doa, semangat dan kasih sayang kepada penulis.
4. Seluruh dosen dan staff Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah membantu dan membimbing selama proses perkuliahan.
5. Teman teman kelas S1-IF13 dan teman kampus terimakasih untuk semuanya.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu kritik dn saran yang membangun dari pembaca, penulis menerima dengan lapang dada untuk kesempurnaan karya selanjutnya.

Yogyakaarta , 9 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENYARTAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II	
2.1 Kajian Pustaka	7
2.2 Konsep Multimedia	9
2.2.1 Definisi Multimedia	10
2.2.2 Pentingnya Multimedia	10
2.2.3 Multimedia Sebagai Media Pemasaran Promosi	11

2.2.4 Elemen – Elemen Multimedia	11
2.3 Iklan	14
2.3.1 Definisi Iklan	14
2.3.2 Kategori Iklan	15
2.3.3.Macam-Macam Media Iklan.....	15
2.3.4 Fungsi Dan Tujuan Iklan	16
2.4 Green Screen	17
2.4.1 Definisi Green Screen	17
2.4.2 Teknik Green Screen	17
2.4.3 Sejarah Green Screen	18
2.4.4 Elemen – Elemen Green Screen	19
2.4.5 Analisis Dan Konsep Pembuatan Video	20
2.5 Teknik – Teknik Pengambilan Gambar	20
2.5.1 Camera Angel	20
2.5.2 Live Shot	23
2.6 Konsep Dasar Video	24
2.6.1 Pengertian Video	24
2.6.2 Kategori Video	24
2.7 Promosi	25
2.7.1 Definisi Promosi	25
2.7.2 Tujuan Metode Promosi	26
2.8 Strategi Pembuatan Video Iklan	26
2.8.1 Tahap Pra-Produksi	26
2.8.2 Tahap Produksi	27
2.8.3 Tahap Pasca Produksi	27
2.9 Format Video	27
2.10 Software Yang Digunakan	28
2.10.1 Adobe After Effect Cc 2018	28
2.11 Instagram	28

2.11.1 Instagram Versi Bisnis	29
2.11.2 Video Instagram	29
2.12. Skala Likert	29
2.12.1 Menentukan Interval	31
2.13 Metode Implementasi	31
BAB III	
3.1 Tinjauan Umum	32
3.1.1 Struktur Organisasi	33
3.1.2 Visi Dan Misi Second Spezial	33
3.1.3 Lokasi Second Spezial	34
3.1.4 Mekanisme Promosi Sebelumnya	34
3.2 Analisis Masalah	35
3.2.1 Langkah –Langkah Analisis Masalah	35
3.2.2 Identifikasi Masalah	35
3.2.3 Wawancara	36
3.2.4 Hasil Analisis Masalah	38
3.2.5 Solusi Yang Ditawarkan	38
3.2.6 Solusi Yang Dipilih	39
3.2.7 Studi Kelayakan	39
3.3 Analisis Kebutuhan System	41
3.3.1 Kebutuhan Fungsional	41
3.3.2 Kebutuhan Non – Fungsional	43
3.4 Tahap Pra Produksi	48
3.4.1 Konsep Perencanaan Iklan	49
3.4.2 Ide Cerita	49
3.4.3 Pembuatan Story Board Dan Naskah Narasi	49
3.4.4 Pembuatan Naskah Narasi	54

BAB IV

4.1 Produksi	55
4.1.1 Tahap- Tahap Pembuatan Iklan	55
4.2 Produksi Iklan	56
4.2.1 Rancangan Kegiatan Shooting	56
4.2.2 Shooting Atau Pengambilan Gambar Dan Suara	56
4.3 Tahap Pasca Produksi	57
4.3.1 Tranfer File	57
4.4 Tahap Editing	58
4.4.1 Editing Adobe After Effect	58
4.4.2 Render	67
4.4.3 Testing	68
4.4.4 Media Place	73
BAB V	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

2.1 Matrik Literature Review Dan Posisi Penelitian	8
2.2 Tabel Contoh Skala Likert	30
3.1 Analisis Masalah	38
3.2 Kebutuhan Perangkat Keras	43
3.3 Kebutuhan Perangkat Lunak	43
3.3.1 Ukuran Gambar	45
3.3.2 Jenis Iklan Instagram	47
3.4 Story Board	50
3.5 Narasi	54
4.1 Alpha Testing	69
4.2 Beta Testing	71
4.3 Perbandingan Rating	78

DAFTAR GAMBAR

2.1 Element Multimedia	12
2.2 Contoh Teknik Green Screen	18
2.3 Contoh Biry Eye View	21
2.4 Contoh Hige Angel	21
2.5 Contoh Low Angel	22
2.6 Contoh Eye Level	22
2.7 Contoh Kamera Analog	24
2.8 Contoh Kamera Digital	25
2.9 Logo Adobe After Effect	28
3.1 Struktur Organisasi	33
3.2 Instagram Second Spezial	34
3.3 Biaya Iklan Di Instagram	48
4.1 Struktur Tahap Pembuatan Iklan	55
4.2 Proses Pengambilan Gambar	57
4.3 File Video Terpilih	58
4.4 Proses Pembuatan Compositing Baru	59
4.5 Proses Import Video	60
4.6 Proses Compositing Dari Footage	61
4.7 Proses Keying	61
4.8 Proses Screen Color	62
4.9 Hasil Keying	62
4.10 Tampilan Maks Path	63
4.11 Proses Rotising	63
4.12 Proses Time Revrse	64
4.13 Menggunakan Efek Tambahan	65
4.14 Tahap Penyusunan Clip Dan Audio	66
4.15 Pemberian Background	66

4.16 Proses Exsport	67
4.17 Tampilan Timeline Queue	67
4.18 Pengaturan Format Render	68
4.19 Diagram Hasil Kuisisioner	72
4.20 Halaman Awal Pasangiklan.Com	73
4.21 Tampilan Menu Pasangiklan.Com	74
4.22 Halaman Masuk Pasangiklan.Com	74
4.23 Registrasi Berhasil	74
4.24 Tampilan Jenis Iklan	75
4.25 Format Iklan	75
4.26 Masuk Pasangiklan.Com Dengan Akun Anda	76
4.27 Pilih Kategori Iklan	76
4.28 Pembayaran Iklan	77
4.29 Rating Iklan Pada Pasangiklan.Com.....	77
4.30 Rating Pada Insight Instagram Perusahaan	78
4.31 Detail File Video Iklan	79

INTISARI

Teknologi multimedia saat ini memiliki peran utama dalam komunikasi, bisnis, pendidikan dan industry karena multimedia dapat menggabungkan teks, grafik, animasi, audio dan video. Di era multimedia telah mampu mengembangkan suatu proses penyampaian informasi menjadi lebih dinamis dan efektif. sebagai sebuah teknologi perekam (video) yang sangat erat kaitannya dengan budaya populer, dalam hal ini video atau multimedia lainnya, menjadi media bagi suatu perusahaan second sepezial untuk mengembangkan usahanya.

Iklan video merupakan salah satu bentuk upaya mengembangkan bisnis secara efektif, dengan memadukan produk dalam sebuah video, music dan ditambah dengan teknik layar hijau. Green screen atau yang lebih dikenal dengan green screen untuk memanipulasi background utama atau objek background. Secara teknis yaitu meghilangkan background hijau dan menggantinya dengan gambar yang lain melalui software di computer. Dengan teknik ini dapat memperkenalkan atau menginformasikan produk secara rinci dan efektif.

Hal yang paling berpengaruh dalam pembuatan video ini adalah pengaturan pencahayaannya. Nyala saat mengatur cahaya, cahaya haris berarti semua sudut ini hingga bakat layar hijau dan menghindari bayangan, sehingga menyederhanakan proses pengeditan dan hasil yang maksimal. Teknik kunci thecroma sangat efektif untuk menghilangkan background hijau pada layar sebagai bagian yang akan di isi dengan video lain. Penghapusan salah satu warna hijau agar lebih bersih menggunakan efek keylight. Hasil akhir video iklan akan lebih baik dan efektif.

Kata Kunci : multimedia, video, green screen, advertising

ABSTRACT

Multimedia technology has a major role in communication, business, education, and industry because multimedia can combine text, graphics, animation, audio and video. In the multimedia era has able to develop a the information delivery process becomes more dynamic and effective. As a recording technology (video) that is closely related to popular culture, in tis case video or other multimedia, becomes a medium for a company second sepezial to develop their business.

Video advertising is one form of effort to develop business effectively, by combining products in a video, music, and coupled with green screen techniques. Green screen or better known as the green screen, to manipulate the main background or background object. Technically that is to remove the green background and replace it with another one image via software on a computer. With this technique can introduce or inform detailed and effective products.

The most influential thing about making this video is the lighting settings. On when setting the light, the light should mean all these angles up to green screen talent and avoiding shadows, thereby simplifying the editing process and maximum result. Thechroma key technique is very effective for removing green backgrounds the screen as a section to be filled with another video. Removal of one of the colors green to make it cleaner using the keylight effect. The end result of the video advertising will be better and effective.

Keywords : *multimedia, video, green screen, advertising*