

**PEMBUATAN IKLAN PADA ITSFLOW STORE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN INFORMASI**

SKRIPSI



disusun oleh

Nanda Alifan Indraputra

16.12.9286

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

**PEMBUATAN IKLAN PADA ITSFLOW STORE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN INFORMASI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Nanda Alifan Indraputra

16.12.9286

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN PADA ITSFLOW STORE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nanda Alifan Indraputra

16.12.9286

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 5 Desember 2020

Dosen Pembimbing,

Ali Mustopa, M.Kom

NIK. 190302192

PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN IKLAN PADA ITSFLOW STORE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN INFORMASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nanda Alifan Indraputra

16.12.9286

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 16 Desember 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ainul Yaqin, M.kom
NIK. 190302255

Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243

Ali Mustopa, M.kom
NIK. 190302192

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 08 Januari 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T.

NIK. 190302038

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, 30 Desember 2020

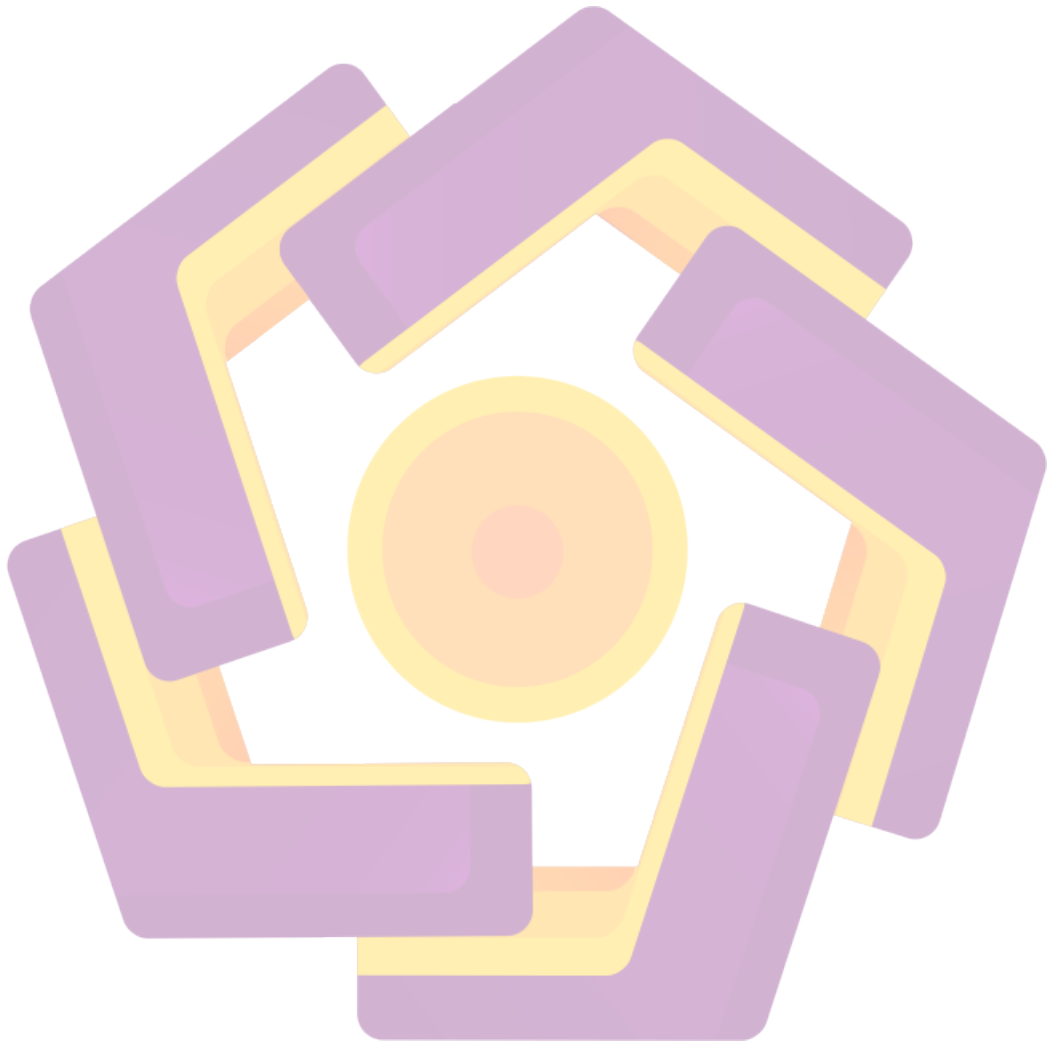


Nanda Alifan Indraputra

NIM. 16.12.9286

MOTTO

"Tetap Jadi Diri Sendiri, Terus Berusaha, dan Nikmati Prosesnya"



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas restu dari Allah SWT yang telah memberi jalan kepada saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan selalu diberi kemudahan dalam pengerjaannya. Penelitian ini tak lepas dari dukungan do'a serta semangat dari orang-orang spesial yang berada di dekat saya, oleh karena itu saya ingin mempersembahkan dan mengucapkan terimakasih kepada :

1. Anik Viniswati dan BW Indrodewo mereka adalah kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan dalam bentuk apapun dan dengan ikhlas diberikan kepada saya, demi kebaikan anakmu ini. Kalian adalah alasan saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Seluruh keluarga, saudara, kakak, dan adik yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh orang terdekat saya yang telah memberikan semangat, dukungan, dan membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini. Nama kalian tidak ditulis dalam persembahan ini, tetapi akan selalu saya ingat selama hidup saya.
4. Teman-teman dari manapun asal kita berkenalan yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ali Mustopa, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, masukan dan selalu mau memberikan tanggapan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Pihak Itsflow yang memberikan dukungan, semangat, dan sudah mau direpotkan dalam banyak hal tentang pembuatan skripsi ini.

Kalian akan selalu menjadi orang-orang yang sangat berharga dan selalu saya ingat dalam hidup saya.

KATA PENGANTAR

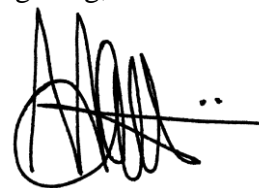
Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, atas izin dari-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pembuatan Iklan pada Itsflow Store sebagai Media Promosi dan Informasi. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program sarjana pada jurusan Sistem Informasi, Universitas Amikom Yogyakarta.

Peneliti menyadari tanpa bantuan doa, semangat dan bimbingan dari semua orang yang bersangkutan akan terasa sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusinya kepada :

1. M. Suyanto, Prof., Dr., MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Ibu Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta
3. Bapak Ali Mustopa, M.Kom selaku dosen pembimbing.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya selama masa kuliah.
5. Kedua orang tua, saudara, dan seluruh teman yang selalu mendukung dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Pihak Itsflow yang sudah berkenan menjadi objek penelitian dan selalu mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan yang ada dalam skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembacanya.

Magelang, 30 November 2020



Nanda Alifan Indraputra

NIM. 16.12.9286

DAFTAR ISI

JUDUL	I
PERSETUJUAN	I
PENGESAHAN	II
PERNYATAAN	III
MOTTO	IV
PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
INTISARI	XVII
ABSTRACT	XVIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.1.1 Metode Observasi.....	4
1.6.1.2 Metode Wawancara.....	4
1.6.2 Metode Analisis	4
1.6.3 Metode Perancangan	5
1.6.4 Produksi	5

1.6.5	Pasca produksi.....	5
1.6.6	Evaluasi.....	5
1.6.7	Implementasi.....	5
1.7	Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI 8

2.1	Kajian Pustaka.....	8
2.2	Pengertian Multimedia.....	10
2.2.1	Elemen Multimedia.....	10
2.3	Dasar Teori Iklan.....	12
2.3.1	Tujuan Iklan	12
2.3.2	Jenis Iklan	13
2.3.2.1	Aspek Isi Pesan	13
2.3.2.2	Aspek Tujuan	14
2.3.2.3	Aspek Pemilik Iklan.....	14
2.4	Promosi	14
2.4.1	Fungsi Promosi	15
2.4.2	Video Promosi.....	17
2.5	Media Sosial.....	17
2.5.1	Jenis Media Sosial.....	17
2.5.2	Instagram.....	19
2.5.2.1	Instagram Ads	19
2.6	Pengertian Videografi	20
2.6.1	Format Video Digital	22
2.6.2	Standart Video.....	24
2.6.3	Teknik Pengambilan Gambar.....	25
2.7	Pengertian Motion Graphic	35
2.7.1	Produksi Motion Graphic.....	35
2.8	Pengertian Live Shoot.....	37
2.9	Analisis SWOT	38
2.10	Analisis Kebutuhan	39

2.10.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	39
2.10.2	Analisis Kebutuhan NonFungsional	39
2.11	Tahap Produksi Video.....	39
2.11.1	Pra Produksi	39
2.11.2	Produksi	40
2.11.3	Pasca Produksi	40
2.12	Evaluasi.....	40
2.13	Perhitungan Kuisisioner (Skala Likert)	41
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		43
3.1	Tujuan Umum	43
3.1.1	Profile Itsflow	43
3.2	Pengumpulan Data	44
3.2.1	Metode Wawancara.....	44
3.2.2	Metode Observasi.....	46
3.3	Identifika Masalah.....	49
3.3.1	Analisis SWOT	49
3.3.2	Kelemahan Media Lama	53
3.3.3	Solusi Ditawarkan	53
3.3.4	Solusi Dipilih	53
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	54
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	54
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	54
3.4.3	Kebutuhan Perangkat Keras	55
3.4.4	Kebutuhan Perangkat Lunak	55
3.4.5	Kebutuhan Brainware.....	56
3.5	Tahap Pra Produksi	57
3.5.1	Ide dan Konsep.....	57
3.5.2	Naskah Video	58
3.5.3	Storyboard.....	59
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		65

4.1	Produksi	65
4.1.1	Pengambilan Gambar	65
4.1.2	Pembuatan Motion Graphic	70
4.1.3	Pembuatan Motion Graphic Logo	71
4.1.4	Pembuatan Motion Graphic Toko Online	75
4.1.5	Pemilihan Backsound dan Sound Effect	83
4.1.6	Rekam Layar	84
4.2	Pasca Produksi	85
4.2.1	Capturing/Importing Video	85
4.2.2	Editing	88
4.2.2.1	Pemotongan Video	88
4.2.2.2	Mengatur Speed dan Stabilizer Video	89
4.2.2.3	Transisi Video	91
4.2.2.4	Color Correction	93
4.2.2.5	Pengaturan Backsound dan Sound Effect	94
4.2.3	Rendering	96
4.3	Evaluasi	97
4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir Video	98
4.3.2	Kuisisioner Evaluasi Pihak Karyawan Itsflow	99
4.3.2.1	Perhitungan Skala Likert	100
4.3.3	Kuisisioner Evaluasi Masyarakat Umum	101
4.3.3.1	Perhitungan Skala Likert	102
4.3.4	Kuisisioner Evalasi Ahli Multimedia	103
4.3.4.1	Perhitungan Skala Likert	104
4.3.5	Implementasi	106
4.3.6	Publish Media	106
4.3.7	Penyerahan Video kepada Pihak Itsflow	112
BAB V	PENUTUP	113
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Saran	114

DAFTAR PUSTAKA 115

LAMPIRAN A DATA RESPONDEN MELALUI GOOGLE FORM..... 1

LAMPIRAN B SURAT PENYERAHAN HASIL PENELITIAN..... 3



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Kategori Jawaban.....	41
Tabel 3. 1 Matriks Analisis SWOT.....	50
Tabel 3. 2 Kebutuhan Perangkat Keras.....	55
Tabel 3. 3 Kebutuhan Perangkat Produksi.....	55
Tabel 3. 4 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	56
Tabel 3. 5 Kebutuhan Brainware.....	56
Tabel 3. 6 Naskah Video.....	58
Tabel 3. 7 Storyboard.....	59
Tabel 4. 1 Evaluasi Kebutuhan Fungsional.....	98
Tabel 4. 2 Kuisiomer Pihak Karyawan Itsflow.....	99
Tabel 4. 3 Tabel Bobot Nilai.....	100
Tabel 4. 4 Tabel Presentase Nilai.....	100
Tabel 4. 5 Kuisiomer Masyarakat Umum.....	101
Tabel 4. 6 Tabel Bobot Nilai.....	102
Tabel 4. 7 Tabel Presentase Nilai.....	102
Tabel 4. 8 Kuisiomer Ahli Multimedia.....	104
Tabel 4. 9 Tabel Bobot Nilai.....	104
Tabel 4. 10 Tabel Presentase Nilai.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Sudut Pengambilan Gambar.....	26
Gambar 2. 2 <i>Close Up</i>	28
Gambar 2. 3 <i>Big Close Up</i>	28
Gambar 2. 4 <i>Close Up</i>	29
Gambar 2. 5 <i>Medium Close Up</i>	29
Gambar 2. 6 <i>Medium Shot</i>	30
Gambar 2. 7 <i>Full Shot</i>	30
Gambar 2. 8 <i>Long Shot</i>	31
Gambar 2. 9 <i>Zoom In</i> dan <i>Zoom Out</i>	32
Gambar 2. 10 <i>Tilting</i>	32
Gambar 2. 11 <i>Dolly Shot</i>	33
Gambar 2. 12 <i>Panning</i>	33
Gambar 2. 13 <i>Crane Shot</i>	34
Gambar 2. 14 <i>Follow</i>	34
Gambar 3. 1 Logo Itsflow.....	44
Gambar 3. 2 Profil Instagram Itsflow.....	46
Gambar 3. 3 Postingan Instagram Itsflow.....	47
Gambar 3. 4 Itsflow Wonosari.....	47
Gambar 3. 5 Itsflow Muntilan.....	48
Gambar 3. 6 Itsflow Magelang.....	48
Gambar 3. 7 Itsflow Jogja.....	48
Gambar 3. 8 Itsflow Blondo.....	48
Gambar 4. 1 Pengambilan Gambar Model Jalan-Jalan.....	66
Gambar 4. 2 Pengambilan Gambar model bersepeda.....	66
Gambar 4. 3 Pengambilan Gambar Sekolah.....	67
Gambar 4. 4 Pengambilan Gambar Bermain Skateboard.....	68
Gambar 4. 5 Pengambilan Gambar Itsflow Magelang.....	68
Gambar 4. 6 Pengambilan Gambar Itsflow Blondo.....	69
Gambar 4. 7 Pengambilan Gambar Itsflow Muntilan.....	69

Gambar 4. 8 Pengambilan Gambar Itsflow Jogja	70
Gambar 4. 9 Pengambilan Gambar Itsflow Wonosari	70
Gambar 4. 10 Menghilangkan <i>Background</i> Logo.....	71
Gambar 4. 11 Menyimpan Logo	71
Gambar 4. 12 <i>Import</i> Logo.....	72
Gambar 4. 13 <i>Composition Setting</i>	72
Gambar 4. 14 <i>Timeline</i> dan <i>Trim Paths</i>	73
Gambar 4. 15 <i>Pre Composition</i>	73
Gambar 4. 16 <i>Duplikat Composition</i>	74
Gambar 4. 17 <i>Morph Shape</i>	74
Gambar 4. 18 <i>Mockup Handphone</i>	75
Gambar 4. 19 <i>Animasi Mockup</i>	76
Gambar 4. 20 <i>Masking Shape</i>	76
Gambar 4. 21 Penggabungan <i>Asset Mockup</i>	77
Gambar 4. 22 Memadukan Dua <i>Mockup</i>	77
Gambar 4. 23 Membuat <i>Background</i>	78
Gambar 4. 24 <i>Motion Graphic</i> Kelebihan Itsflow	79
Gambar 4. 25 <i>Motion Graphic</i> Transisi	79
Gambar 4. 26 <i>Motion Graphic</i> Transisi	80
Gambar 4. 27 <i>Motion Graphic Typography</i> Itsflow	80
Gambar 4. 28 <i>Motion Graphic Typography</i> Itsflow	81
Gambar 4. 29 <i>Motion Graphic Offline Store</i>	81
Gambar 4. 30 <i>Motion Graphic Lower Third</i>	82
Gambar 4. 31 <i>Motion Graphic</i> Waktu Buka Toko	82
Gambar 4. 32 <i>Motion Graphic Online Store</i>	83
Gambar 4. 33 <i>Motion Graphic Galery Slide</i>	83
Gambar 4. 34 File <i>Backsound</i> dan <i>Sound Effect</i>	84
Gambar 4. 35 Logo Rekam Layar.....	84
Gambar 4. 36 Proses Rekam Layar.....	85
Gambar 4. 37 <i>Input Video</i>	86
Gambar 4. 38 Membuat <i>Sequence</i> Baru.....	86

Gambar 4. 39 <i>Input Video Kedalam Timeline</i>	86
Gambar 4. 40 <i>Input Motion Graphic</i>	87
Gambar 4. 41 <i>Input Motion Graphic Kedalam Timeline</i>	88
Gambar 4. 42 <i>Pemotongan Video</i>	88
Gambar 4. 43 <i>Pemotongan Video dengan Razer Tool</i>	89
Gambar 4. 44 <i>Unlink Video dan Audio</i>	89
Gambar 4. 45 <i>Memilih Speed dalam Time Remapping</i>	89
Gambar 4. 46 <i>Tandai dan Tarik Garis di Tengah Video</i>	90
Gambar 4. 47 <i>Menarik Point pada Key Frame</i>	90
Gambar 4. 48 <i>Memilih Optical Flow</i>	90
Gambar 4. 49 <i>Nest Sequence</i>	90
Gambar 4. 50 <i>Menggunakan Warp Stabilizer</i>	91
Gambar 4. 51 <i>Proses Stabilisasi Video</i>	91
Gambar 4. 52 <i>Menambahkan Effect Transisi</i>	91
Gambar 4. 53 <i>Transisi Motion Graphic dengan Masking</i>	92
Gambar 4. 54 <i>Transisi dengan Efek Lens Distortion</i>	93
Gambar 4. 55 <i>Transisi Menggunakan Masking</i>	93
Gambar 4. 56 <i>Menggunakan Lumetri Color</i>	94
Gambar 4. 57 <i>Pengaturan dalam Lumetri Color</i>	94
Gambar 4. 58 <i>Import Musik</i>	95
Gambar 4. 59 <i>Import Sound Effect</i>	96
Gambar 4. 60 <i>Export Media</i>	96
Gambar 4. 61 <i>Pengaturan Export Video</i>	97
Gambar 4. 62 <i>Proses Rendering</i>	97
Gambar 4. 63 <i>Tampilan Video pada Feed Instagram Itsflow</i>	107
Gambar 4. 64 <i>Menentukan Tujuan Iklan</i>	107
Gambar 4. 65 <i>Menbuat Target Penonton</i>	108
Gambar 4. 66 <i>Mengisi Target Lokasi Iklan</i>	108
Gambar 4. 67 <i>Mengisi Minat Orang</i>	109
Gambar 4. 68 <i>Mengisi Usia dan Jenis Kelamin</i>	109
Gambar 4. 69 <i>Menentukan Biaya Iklan</i>	110

Gambar 4. 70 Halaman Validasi Unggahan Video Iklan.....	110
Gambar 4. 71 Interaksi Penonton.....	111
Gambar 4. 72 Penonton Berdasarkan Jenis Kelamin.....	111
Gambar 4. 73 Penonton Berdasarkan Usia	112
Gambar 4. 74 Penonton Berdasarkan lokasi	112



INTISARI

Penelitian ini dilakukan terhadap objek penelitian yang bernama Itsflow Store, yaitu sebuah toko *reseller* sepatu dan pakaian. Media Instagram merupakan salah satu media promosi utama yang digunakan Itsflow. Itsflow ingin terus memberikan pelayanan penyampaian informasi yang informatif dan menarik, baik kepada masyarakat atau calon konsumen, sehingga calon konsumen akan lebih mudah mengetahui informasi tentang Itsflow. Peneliti memberikan sebuah solusi yaitu dengan pembuatan video iklan sebagai media promosi dan informasi untuk mengatasi masalah tersebut.

Ada beberapa tahap pengerjaan dalam pembuatan sebuah video iklan, yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi, dan evaluasi. Keseluruhan tahapan dilakukan untuk mencapai hasil akhir video yang maksimal.

Setelah melalui beberapa proses pembuatan video, dapat ditemukan hasil dari penelitian ini adalah video iklan yang menarik dan informatif serta dibuat menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*. Video Iklan tersebut berdurasi satu menit yang diunggah pada akun media Instagram Itsflow dan dipromosikan menggunakan Instagram Ads.

Kata Kunci: Video Iklan, Promosi, Informasi, *Motion Graphic*, *Live Shoot*, Instagram

ABSTRACT

This research was conducted on a research object called Itsflow Store, that is a shoe and clothing reseller shop. Instagram media is one of the main promotional media used by Itsflow. Itsflow wants to continue to give informative and interesting information delivery services, good for society or potential Customers, so that potential customers will easily find out information about Itsflow. Researchers give a solution by creating an advertisement video as promotional media and information to overcome these problems.

There are several stages in creating an advertisement video, namely pre-production, production, post-production, and evaluation. All stages are carried out to achieve the final result of the video.

After doing several steps of video creation, it is found the result of this search is an interesting and informative advertisement videos and made using motion graphics and live shoot techniques. The advertisement video is one minute long and it is uploaded in Itsflow Instagram account and promoted using Instagram Ads.

Keywords: *Ad videos, promotion, information, motion graphic, live shoot, Instagram*