

**PERANCANGAN DAN PRODUKSI IKLAN “BAGONG LURIK ASLI”  
SUKOHARJO, JAWA TENGAH DENGAN *LIVE SHOOT***

**SKRIPSI**



disusun oleh

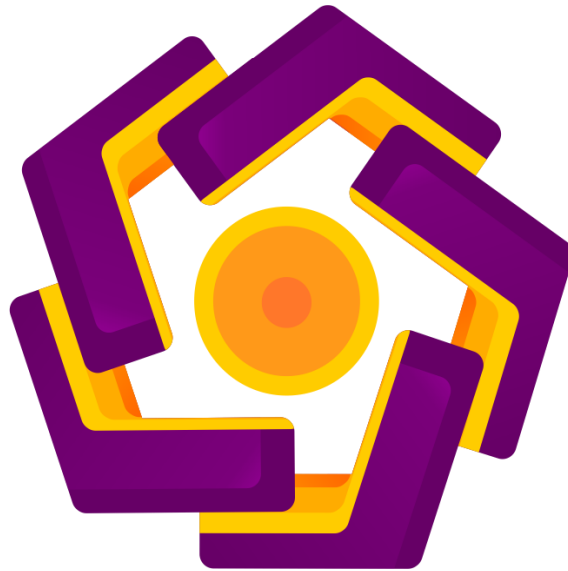
Muhammad Guruh Mahendra  
18.11.2134

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

**PERANCANGAN DAN PRODUKSI IKLAN “BAGONG LURIK ASLI”  
SUKOHARJO, JAWA TENGAH DENGAN *LIVE SHOOT***

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Informatika



Disusun oleh :  
Muhammad Guruh Mahendra  
18.11.2134

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

# PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN DAN PRODUKSI IKLAN "BAGONG LURIK ASLI" SUKOHARJO, JAWA TENGAH DENGAN LIVESHOOT

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**MUHAMMAD GURUH MAHENDRA**

**18.11.2134**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 9 April 2022

Dosen Pembimbing,

Mei P. Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN DAN PRODUKS IIKLAN”BAGONG LURIK ASLI” SUKOHARJO, JAWA TENGAH DENGAN LIVESHOOT

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**MUHAMMAD GURUH MAHENDRA**

18.11.2134

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 18 April 2022

#### Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Moch. Farid Fauzi, M.Kom  
NIK. 190302284

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom  
NIK. 190302164

Mei P. Kurniawan, M.Kom  
NIK. 190302187

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 18 April 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

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

## 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, 20 Mei 2022



Muhammad Guruh Mahendra

NIM. 18.11.2134

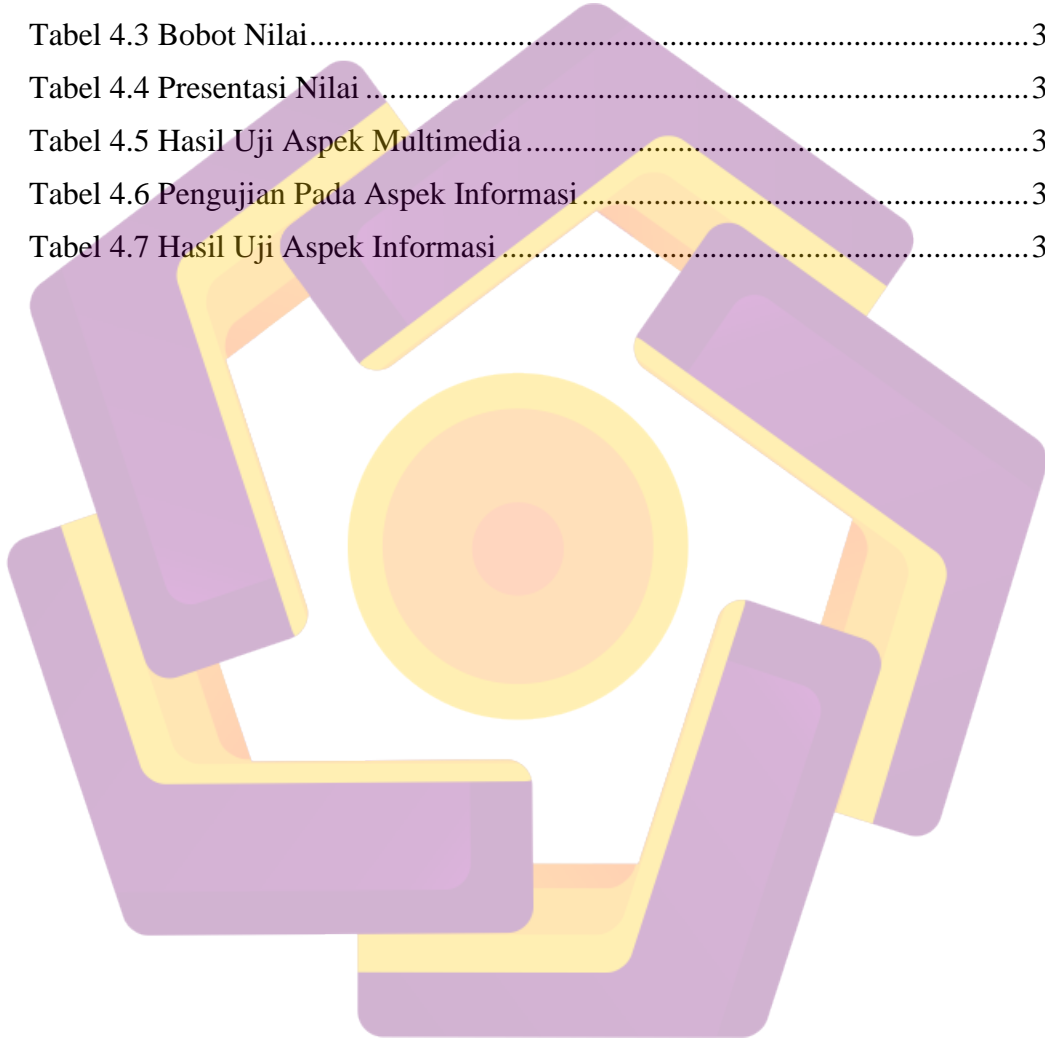
## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
INTISARI.....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	<i>xi</i>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	2
1.3 BATAS MASALAH.....	2
1.4 METODE PENELITIAN.....	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	3
1.6 TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN.....	4
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI.....</b>	<b>6</b>
2.1 TIJAUAN PUSTAKA.....	6
2.2 MDLC ( Multimedia Development Life Cycle ).....	7
2.2.1 DEFINISI MDLC ( Multimedia Development Life Cycle ).....	7
2.3 KAIN LURIK.....	10
2.3.1 DEFINISI KAIN LURIK.....	10
2.3.2 MOTIF IKLAN LURIK.....	10
2.3.3 HASIL KARYA SENI DARI KAIN LURIK.....	10
2.4 IKLAN.....	11
2.4.1 DEFINISI IKLAN.....	11
2.4.2 TUJUAN IKLAN.....	11
2.4.3 MACAM MEDIA IKLAN.....	12
2.5 PERANCANGAN VIDIO IKLAN.....	12
2.5.1 DEFINISI PERANCANGAN VIDIO IKLAN.....	12

2.5.2 PROSES PEMBUATAN VIDIO IKLAN .....	12
2.6 <i>LIVE SHOOT</i> .....	14
2.6.1 DEFINISI <i>LIVE SHOOT</i> .....	14
2.6.2 LANGKAH TEKNIK <i>LIVE SHOOT</i> .....	15
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	18
3.1 TINJAUAN UMUM.....	18
3.1.1 OBJEK PENELITIAN.....	19
3.1.2 SUBJEK PENELITIAN .....	19
3.1.3 LOKASI PENELITIAN .....	19
3.1.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	19
3.1.5 JADWAL PENELITIAN.....	21
3.2 STORYBOARD .....	21
<b>BAB 4 PEMBAHASAN</b> .....	26
4.1 PEMBAHASAN.....	26
4.1.1 TESTING.....	26
4.1.2 KUESIONER.....	30
4.1.2.1 KUESIONER FAKTOR MULTIMEDIA .....	30
4.1.2.2 KUESIONER FAKTOR INFORMASI .....	33
4.1.3 PENYEBARAN VIDIO KE PLATFORM MEDIA SOSIAL .....	35
<b>BAB 5 PENUTUPAN</b> .....	36
5.1 KESIMPULAN.....	36
5.2 SARAN.....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	38
<b>LAMPIRAN</b> .....	41

## DAFTAR TABEL

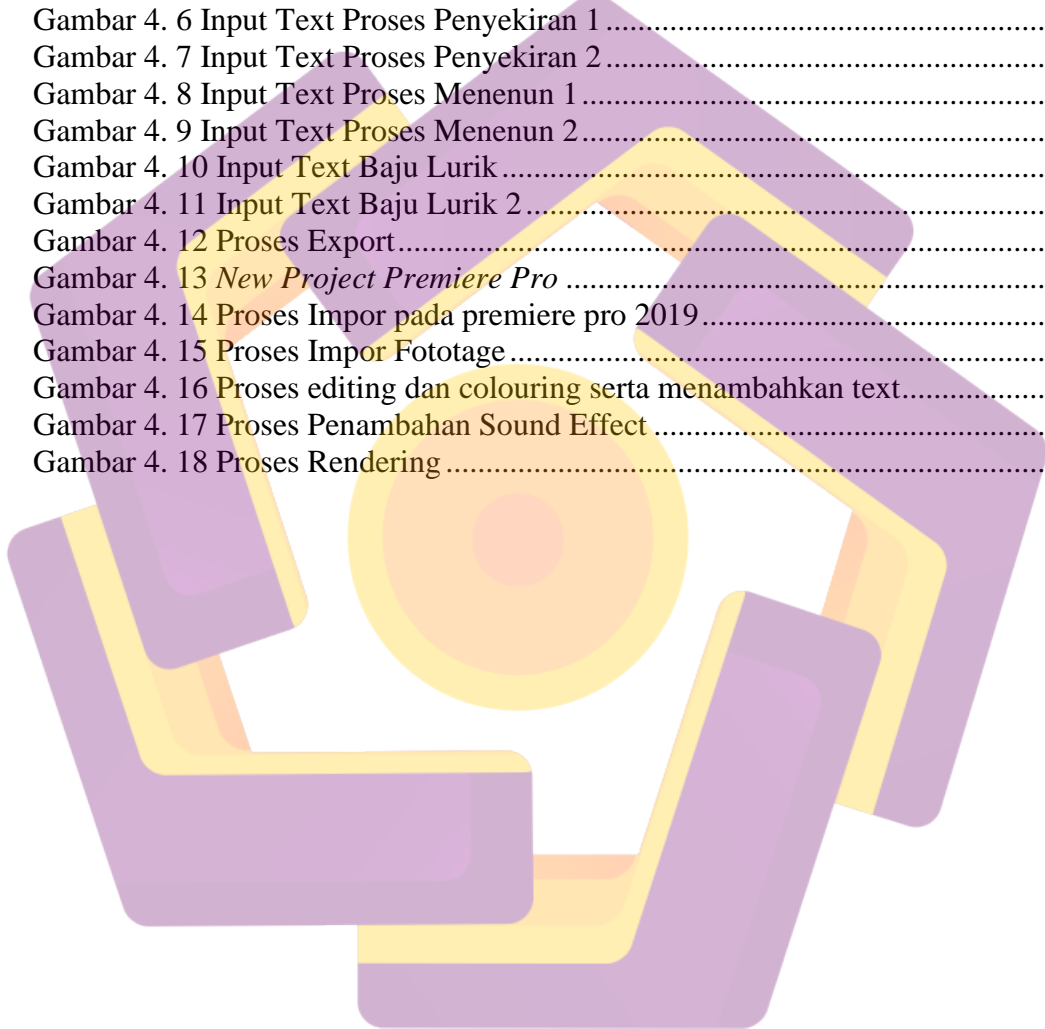
Tabel 2.1 Tabel perbandingan.....	7
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	25
Tabel 3.2 Storyboard.....	22
Tabel 4.1 testing Kebutuhan Fungsional .....	26
Tabel 4.2 Pengujian Pada Aspek Multimedia.....	30
Tabel 4.3 Bobot Nilai.....	31
Tabel 4.4 Presentasi Nilai .....	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Aspek Multimedia .....	32
Tabel 4.6 Pengujian Pada Aspek Informasi.....	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Aspek Informasi.....	34





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Siklus MDLC ( Multimedia Development Life Cycle ).....	9
Gambar 3. 1 Flowcart Teknik Pengumpulan Data.....	21
Gambar 4. 1 Tampilan Awal After Effect 2020 .....	29
Gambar 4. 2 Input Text Pada Proses Pewarnaan 1 .....	29
Gambar 4. 3 Input Tesk Pada Proses Pewarnaan 2 .....	30
Gambar 4. 4 Input Text Proses Penyucukan 1 .....	30
Gambar 4. 5 Input Text Proses Penyucukan 2 .....	30
Gambar 4. 6 Input Text Proses Penyekiran 1 .....	31
Gambar 4. 7 Input Text Proses Penyekiran 2 .....	31
Gambar 4. 8 Input Text Proses Menenun 1 .....	31
Gambar 4. 9 Input Text Proses Menenun 2 .....	32
Gambar 4. 10 Input Text Baju Lurik .....	32
Gambar 4. 11 Input Text Baju Lurik 2 .....	32
Gambar 4. 12 Proses Export .....	33
Gambar 4. 13 <i>New Project Premiere Pro</i> .....	33
Gambar 4. 14 Proses Impor pada premiere pro 2019 .....	33
Gambar 4. 15 Proses Impor Fototage .....	34
Gambar 4. 16 Proses editing dan colouring serta menambahkan text.....	34
Gambar 4. 17 Proses Penambahan Sound Effect .....	34
Gambar 4. 18 Proses Rendering .....	35



## INTISARI

Dimasa globalisasi yang semakin berkembang ini banyak industri kain yang menjadikan iklan digital sebagai media promosi budaya lokal. Salah satunya yaitu industri kain lurik bagong asli. Industri ini berlokasi di desa kedungjambal, kecamatan tawang Sari, kabupaten sukoharjo Jawa Tengah. Sejarah Kain Lurik Bagong Asli dirintis sejak tahun 1998. Pada tahun itu industri kain lurik bagong asli hanya menjual produk kain saja. Akan tetapi seiring berjalannya masa ke masa industri ini menyediakan berbagai macam produk seperti kemeja, gamis, masker dan tas yang terbuat dari bahan baku kain Lurik Bagong Asli.

Dalam media promosi, industri kain lurik bagong asli ini menasar konsumen melalui media sosial seperti Instagram, grub Whatsapp dan salah satu situs belanja online. Selain melalui media sosial kain lurik bagong asli ini juga memiliki lapak yang berlokasi di desa kedungjambal, kecamatan tawang Sari, kabupaten sukoharjo Jawa tengah. Pada Skripsi ini melakukan analisa permasalahan yang ada dalam media promosi dan pengenalan budaya lokal. Dalam skripsi ini memiliki tujuan untuk memberikan solusi berupa pembuatan video iklan serta publikasi menggunakan teknik *Live Shoot* sebagai teknik pengambilan vidio untuk media promosi.

Dari tujuan diatas penulis berharap dapat menyajikan visualisasi data menggunakan gambar tanpa mengurangi informasi yang ada. Dengan menggunakan metode perancangan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. metode analisi berupa SWOT (Strength, Weakness, Oppoturnities, and Threats). Hasil penelitian berupa iklan video Advertising hasil industri kain lurik bagong asli yang ditujukan untuk mendukung media promosi pada industri kain lurik bagong asli, dengan pengemasan visulisasi dengan video iklan akan mampu menarik minat konsumen dan dapat mengenal budaya lokal melalui produk kain lurik bagong asli.

**Kata Kunci : Perancangan,Iklan,Lurik Sukoharjo, *Live Shoot***

## ABSTRACT

In this era of growing globalization, many fabric industries use their products as a medium for introducing local culture. One of them is the Lurik Bagong Asli fabric industry. This industry is located in the village of Kedungjambal, Tawang Sari sub-district, Sukoharjo district, Central Java. The history of the Lurik Bagong Asli Fabric was initiated in 1998. In that year the Lurik Bagong Asli fabric industry only sold fabric products. However, as time goes by, this industry provides a variety of products such as shirts, robes, masks and bags made from Lurik Bagong Asli fabric.

In promotional media, the Lurik Bagong Asli fabric industry targets consumers through social media such as Instagram, Whatsapp group and one of the online shopping sites. Apart from social media, this Lurik Bagong Asli cloth also has a stall located in the village of Kedungjambal, Tawang Sari sub-district, Sukoharjo district, Central Java. This thesis analyzes the problems that exist in the promotion media and the introduction of local culture. This thesis aims to provide a solution in the form of making video advertisements and publications using *Live Shoot* and keying as promotional media.

From the above objectives, the author hopes to present data visualization using images without reducing the existing information. By using pre-production, production, and post-production design methods. analysis method in the form of SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats). The results of the study are in the form of video advertisements from the Lurik Bagong Asli fabric industry which are intended to support promotional media in the Lurik Bagong Asli fabric industry, with visualization packaging with video advertisements will be able to attract consumers' interest and get to know local culture through Lurik Bagong Asli fabric products.

**Keyword : Design, Advertising, Lurik Sukoharjo, *Live Shoot***

