

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BRADERS CLEAN AND CARE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVESHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Royhan Arif Hendratama

16.12.9318

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BRADERS CLEAN AND CARE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVESHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Royhan Arif Hendratama

16.12.9318

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BRADERS CLEAN AND CARE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVESHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

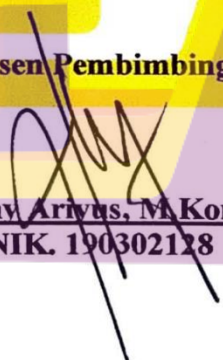
Royhan Arif Hendratama

16.12.9318

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal, 12 Februari 2020

Dosen Pembimbing,


Dony Ariyus, M.Kom.
NIK. 190302128

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BRADERS CLEAN AND CARE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVESHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Royhan Arif Hendratama

16.12.9318

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal, 12 Februari 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Mei P.Kurniawan, M.Kom.
NIK. 190302187

Agus Purwanto, M.Kom.
NIK. 190302229

Dony Arivus, M.Kom.
NIK. 190302128

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 21 Februari 2020



DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

PERNYATAAN

Saya bertanda tangan 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 19 Februari 2020



Royhan Arif Hendratama

NIM. 16.12.9318

MOTTO

“Bukanlah kemampuan kita yang menunjukkan siapa kita sebenarnya,
tapi pilihan kita”

-Harry Potter-

“Bermimpilah dalam hidup, jangan hidup dalam mimpi”

-Laskar Pelangi-

“Sukses besar itu dimulai dari sukses-sukses kecil”

- 9 Summers 10 Autumns-

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulis menyatakan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat termotivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Dony Ariyus, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dan membantu penulis dalam pengerjaan penelitian ini dengan baik.
4. Novia Sari Martin yang selalu memberi semangat dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Keluarga besar 16-S1SI-05, 16-S1SI-06, dan teman-teman yang telah memberikan dukungan dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “Pembuatan Video Iklan Pada Braders Clean and Care Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Liveshoot dan Motion Graphic” ini dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer bagi mahasiswa program sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Maka, penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu mendidik dan mendoakan penulis.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Krisnawati, S. Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Dony Ariyus, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Yogyakarta, 19 Februari 2020

Royhan Arif Hendratama

DAFTAR ISI

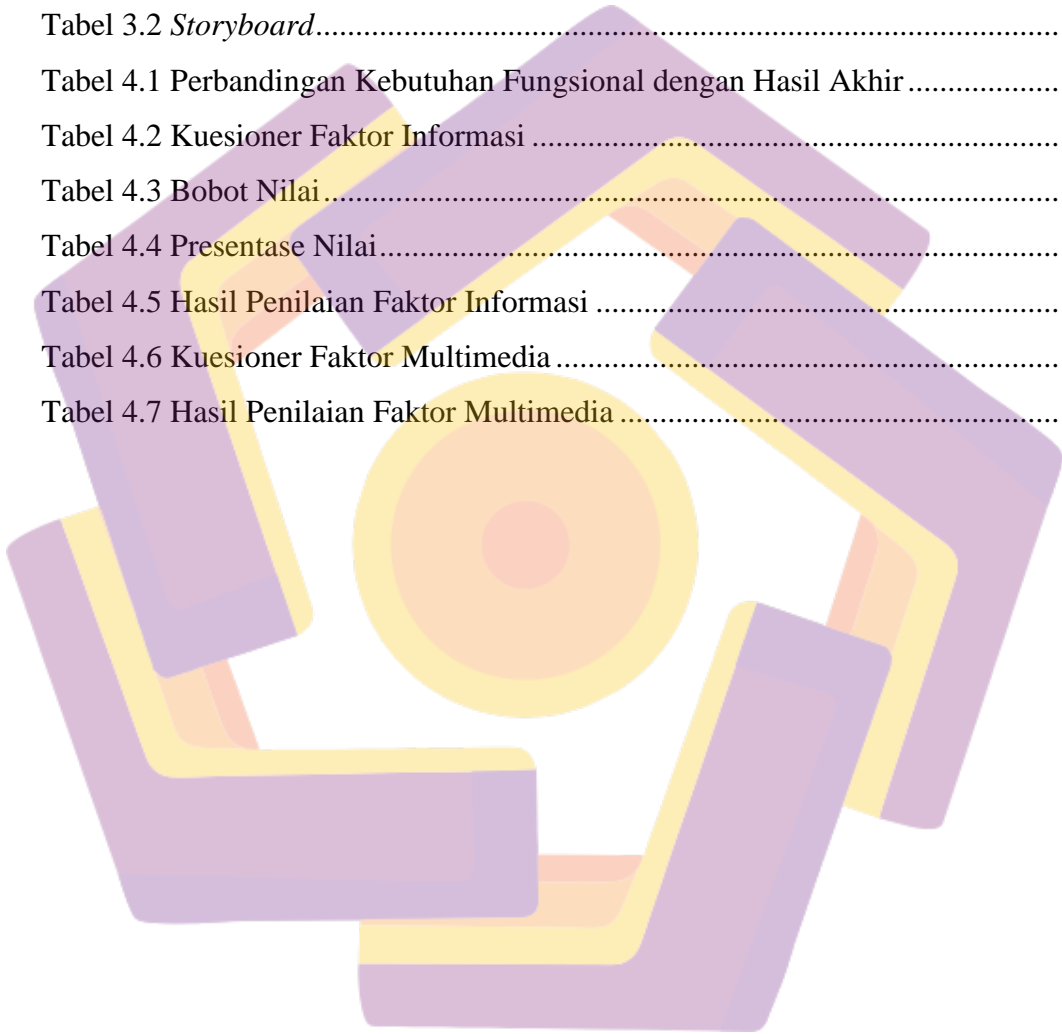
| | |
|------------------------------------|------|
| JUDUL | i |
| PERSETUJUAN | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| INTISARI..... | xiv |
| <i>ABSTRACT</i> | xv |
| BAB I Pendahuluan | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 2 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 3 |
| 1.6 Metode Penelitian..... | 3 |
| 1.6.1 Metode Pengumpulan Data..... | 3 |
| 1.6.2 Metode Analisis | 4 |
| 1.6.3 Metode Perancangan | 4 |
| 1.6.4 Evaluasi..... | 5 |
| 1.7 Sistematik Penulisan..... | 5 |
| BAB II Landasan Teori..... | 7 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 7 |
| 2.2 Dasar Teori | 9 |
| 2.2.1 Definisi Multimedia | 9 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.2 Sejarah dan Perkembangan Multimedia..... | 10 |
| 2.2.3 Element Multimedia..... | 10 |
| 2.2.4 Definisi Promosi | 12 |
| 2.2.5 Definisi Iklan..... | 12 |
| 2.2.6 Definisi Video | 12 |
| 2.2.7 Standar Video..... | 12 |
| 2.2.8 Jenis Video | 14 |
| 2.2.9 Definisi <i>Live Shoot</i> | 14 |
| 2.2.10 Definisi <i>Motion Graphic</i> | 19 |
| 2.3 Analisis Masalah..... | 21 |
| 2.3.1 Analisis SWOT | 21 |
| 2.3.2 Analisis Kebutuhan Sistem | 22 |
| 2.4 Metode Produksi..... | 23 |
| 2.5 Evaluasi | 25 |
| 2.5.1 Skala Likert | 25 |
| 2.5.2 Rumus Presentase Skala Likert..... | 25 |
| BAB III Analisis dan Perancangan | 27 |
| 3.1 Tinjauan Umum Perusahaan..... | 27 |
| 3.1.1 Profil Braders Clean and Care..... | 27 |
| 3.1.2 Struktur Organisasi | 27 |
| 3.1.3 Logo Braders Clean and Care | 28 |
| 3.2 Pengumpulan Data..... | 28 |
| 3.2.1 Wawancara..... | 28 |
| 3.2.2 Observasi..... | 29 |
| 3.3 Analisis Masalah..... | 30 |
| 3.3.1 Analisis SWOT | 30 |
| 3.3.2 Kelemahan dari Media Lama | 31 |
| 3.3.3 Solusi yang ditawarkan | 31 |
| 3.3.4 Kesimpulan | 32 |

| | |
|--|----|
| 3.4 Analisis Kebutuhan..... | 32 |
| 3.4.1 Kebutuhan Fungsional | 32 |
| 3.4.2 Kebutuhan Non Fungsional..... | 33 |
| 3.5 Pra Produksi..... | 34 |
| 3.5.1 Ide dan Konsep..... | 34 |
| 3.5.2 Naskah..... | 35 |
| 3.5.3 <i>Storyboard</i> | 36 |
| BAB IV Implementasi dan Pembahasan..... | 39 |
| 4.1 Produksi | 39 |
| 4.1.1 Pengambilan Gambar | 39 |
| 4.1.2 Pembuatan Aset <i>Motion Graphic</i> | 41 |
| 4.1.3 Perekaman Narasi..... | 42 |
| 4.2 Pasca Produksi | 44 |
| 4.2.1 Compositing | 44 |
| 4.2.2 <i>Editing</i> | 46 |
| 4.2.3 Rendering | 50 |
| 4.3 Evaluasi | 50 |
| 4.3.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir | 51 |
| 4.3.2 Kuesioner Faktor Informasi | 52 |
| 4.3.3 Kuesioner Faktor Multimedia | 56 |
| 4.4 Implementasi | 58 |
| 4.4.1 Posting di Instagram TV | 59 |
| 4.4.2 Laporan Video Iklan di Instagram | 59 |
| 4.4.3 Penyerahan ke Pihak Braders Clean and Care | 61 |
| BAB V Penutup | 62 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 62 |
| 5.2 Saran | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | 64 |

DAFTAR TABEL

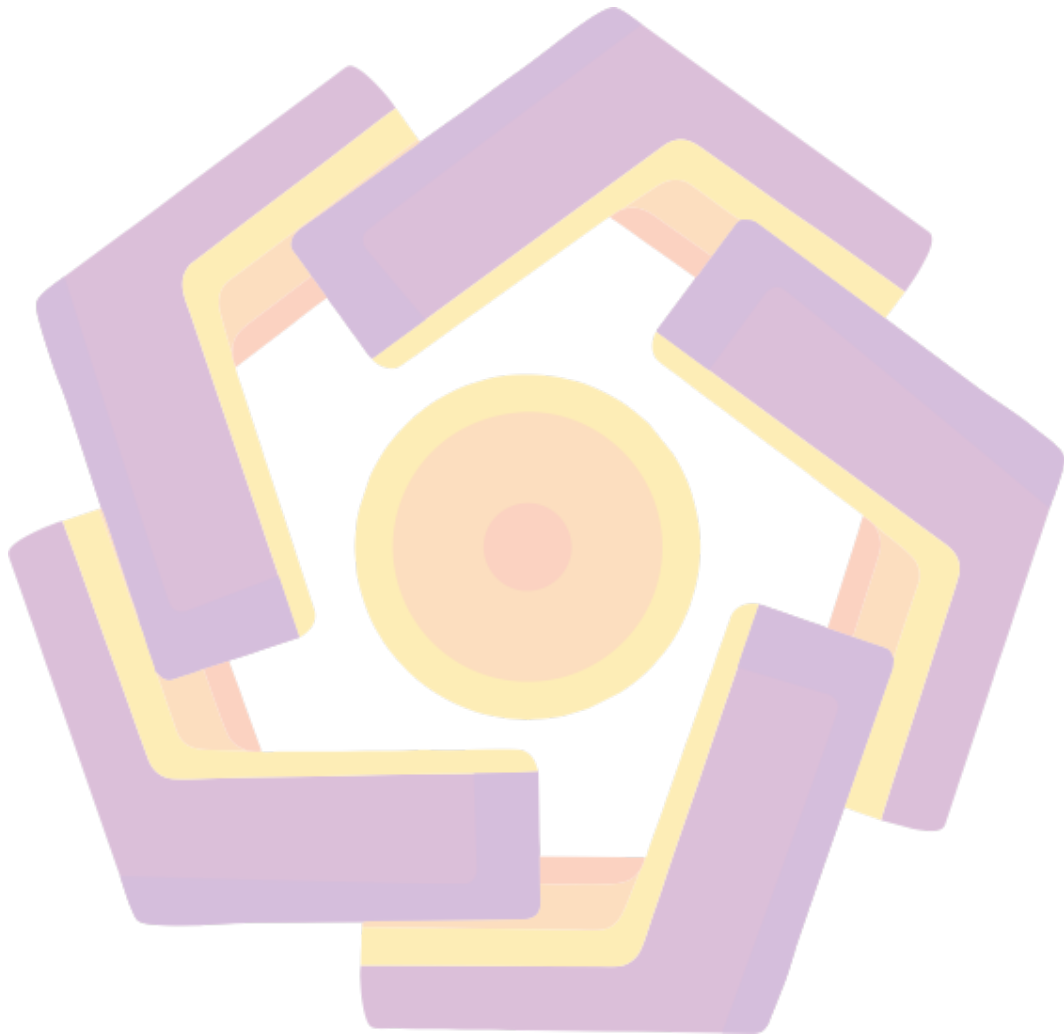
| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Matriks Perbandingan | 8 |
| Tabel 2.2 Rumus Presentase | 26 |
| Tabel 2.3 Presentase Nilai..... | 26 |
| Tabel 3.1 Tabel SWOT | 30 |
| Tabel 3.2 <i>Storyboard</i> | 36 |
| Tabel 4.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir | 51 |
| Tabel 4.2 Kuesioner Faktor Informasi | 53 |
| Tabel 4.3 Bobot Nilai..... | 54 |
| Tabel 4.4 Presentase Nilai..... | 54 |
| Tabel 4.5 Hasil Penilaian Faktor Informasi | 54 |
| Tabel 4.6 Kuesioner Faktor Multimedia | 56 |
| Tabel 4.7 Hasil Penilaian Faktor Multimedia | 57 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Element Multimedia..... | 10 |
| Gambar 2.2 <i>Extreme Long Shoot</i> | 15 |
| Gambar 2.3 <i>Long Shoot</i> | 16 |
| Gambar 2.4 <i>Medium Long Shoot</i> | 16 |
| Gambar 2.5 <i>Medium Shoot</i> | 17 |
| Gambar 2.6 <i>Close Up</i> | 17 |
| Gambar 2.7 <i>Big Close Up</i> | 18 |
| Gambar 2.8 <i>Extreme Close Up</i> | 19 |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi..... | 27 |
| Gambar 3.2 Logo Braders Clean and Care | 28 |
| Gambar 3.3 Instagram Braders Clean and Care..... | 29 |
| Gambar 4.1 Pengambilan Gambar di Waduk Tambakboyo | 39 |
| Gambar 4.2 Pengambilan Gambar Close Up Sepatu | 40 |
| Gambar 4.3 Pengambilan Gambar di Braders Clean and Care..... | 40 |
| Gambar 4.4 Pengambilan Gambar <i>Tracking Shoot</i> | 40 |
| Gambar 4.5 Desain Awal Sepatu | 41 |
| Gambar 4.6 Desain Hasil Akhir Sepatu | 42 |
| Gambar 4.7 Aset <i>Motion Graphic</i> | 42 |
| Gambar 4.8 Hasil Perekaman..... | 43 |
| Gambar 4.9 Melakukan <i>Noise Reduction</i> | 43 |
| Gambar 4.10 Membuat Komposisi Baru | 44 |
| Gambar 4.11 Tampilan Bagian <i>Transform</i> | 45 |
| Gambar 4.12 Tampilan <i>Rigging</i> | 45 |
| Gambar 4.13 Tampilan <i>Rendering Video</i> | 46 |
| Gambar 4.14 Tampilan Project Baru | 47 |
| Gambar 4.15 Tampilan Isi Project | 47 |
| Gambar 4.16 Tampilan <i>Timeline</i> | 48 |
| Gambar 4.17 Tampilan <i>Speed / Duration</i> | 48 |
| Gambar 4.18 Memberikan Transisi..... | 49 |
| Gambar 4.19 Melakukan <i>Color Grading</i> | 49 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4.20 Proses Rendering..... | 50 |
| Gambar 4.21 Posting di Instagram TV | 59 |
| Gambar 4.22 Bukti Pengiklanan Video | 60 |
| Gambar 4.23 Penyerahan ke Pihak Braders Clean and Care | 61 |



INTISARI

Braders clean and care merupakan badan usaha yang melayani jasa perawatan dan cuci sepatu. Usaha ini melayani jasa perawatan dan cuci sepatu dengan menawarkan lima macam pelayanan yaitu, *deep cleaning*, *repaint*, *reglue*, *unyellowing*, dan *leather care*. Saat ini Braders Clean and Care melakukan promosi melalui media sosial dengan memposting hasil pelayanan berupa foto.

Media promosi ini sudah berjalan cukup baik namun ada beberapa keunggulan dari outlet yang tidak bisa ditampilkan melalui sebuah foto dan belum bisa menginformasikan secara detail proses pelayanan dan jasa yang ditawarkan sehingga kurang menarik minat pelanggan.

Untuk itu, penulis mencoba membuat video iklan pada Braders Clean and Care sebagai media promosi menggunakan teknik *liveshoot* dan *motion graphic* yang diharapkan mampu menyampaikan informasi dengan jelas. Untuk membuat video iklan tersebut aplikasi yang digunakan adalah *adobe illustrator*, *adobe photoshop*, *adobe after effect*, dan *adobe premiere pro*.

Kata Kunci: video iklan, promosi, Braders Clean and Care, *liveshoot*, *motion graphic*.

ABSTRACT

Braders clean and care is a business entity that provides care and shoe washing services. This business serves care and shoe washing services by offering five types of services namely, deep cleaning, repaint, reglue, unyellowing, and leather care. Currently Braders Clean and Care is promoting through social media by posting the results of services in the form of photos.

This promotional media has been running quite well but there are several advantages of outlets that cannot be displayed through a photo and have not been able to inform in detail the process of services and services offered so that it is less attractive to customers.

For that, the author tries to make a video advertisement on Braders Clean and Care as a promotional media using livenesshoot and motion graphic techniques that are expected to convey information clearly. To make these video advertisements the applications used are Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe After Effect, and Adobe Premiere Pro.

Keywords: *video advertisement, promotion, Braders Clean and Care, livenesshoot, motion graphic.*