

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA “MOENGIN” SEBAGAI SARANA
PROMO DAN PRODUK BARU**

SKRIPSI



disusun oleh

Ray Reysandi

16.11.0313

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA “MOENKIN” SEBAGAI SARANA
PROMO DAN PRODUK BARU**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Ray Reysandi

16.11.0313

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA “MOENKIN” SEBAGAI SARANA
PROMO DAN PRODUK BARU**


yang disusun dan diajukan oleh

Ray Reysandi

16.11.0313

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 17 Januari 2022

Dosen Pembimbing,


Ali Mustopa, M.Kom

NIK. 190302192

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA “MOENKIN” SEBAGAI SARANA
PROMO DAN PRODUK BARU

yang disusun dan diajukan oleh
Ray Reysandi

16.11.0313

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Januari 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ali Mustopa, M.Kom
NIK. 190302192

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

Theopilus Bayu Sasongko, S.Kom, M.Eng
NIK. 190302375



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal Senin, 17 Januari 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Ray Reysandi
NIM : 16.11.0313

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Pembuatan Video Iklan pada “MOENGGIN” sebagai Sarana Promo dan Produk Baru
Dosen Pembimbing : Ali Mustopa, M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan **gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri**, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan,

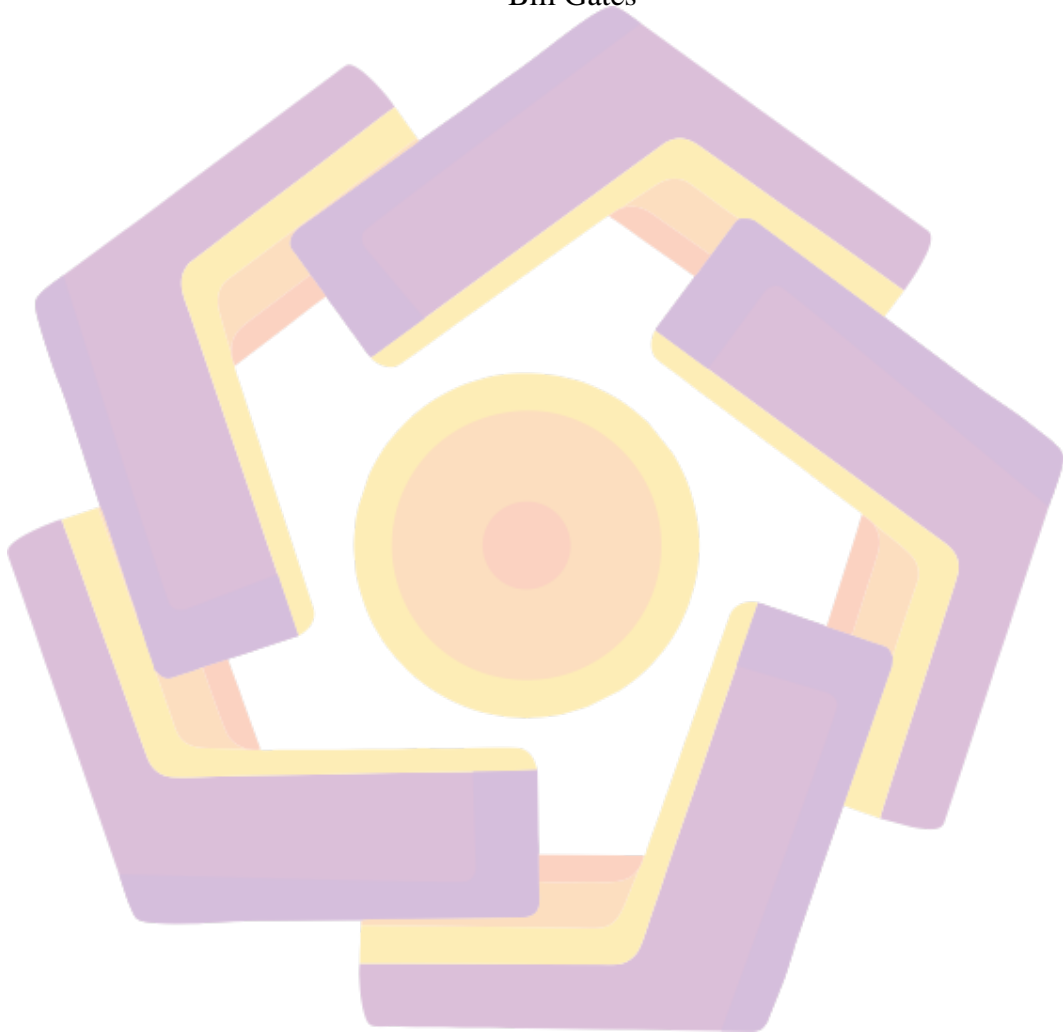


Ray Reysandi

MOTTO

”Memang baik merayakan kesuksesan, tapi hal yang lebih penting adalah untuk mengambil pelajaran dari kegagalan”

Bill Gates



PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan yang telah memberikan anugrah dan berkat yang luar biasa kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan selalu diberi kemudahan dalam pengerjaannya. Penelitian ini tak lepas dari dukungan doa serta semangat dari orang-orang spesial yang berada di dekat saya, oleh karena itu saya ingin mempersembahkan dan mengucapkan terimakasih kepada :

1. Keluarga saya dari papua yang selalu dengan sepenuh hati memberikan semangat dan dukungan dalam bentuk apapun. Kalian adalah alasan saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Seluruh teman-teman kontrakan 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.
3. Bapak Ali Mustopa, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, masukan dan selalu mau memberikan tanggapan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
4. Teman-teman 16 S1IF 05 untuk kenangan indah yang pernah kita lewati bersama selama perkuliahan. Terimakasih atas semua bantuan dan ilmu yang pernah kalian bagi kepada saya.
5. Pihak Meongkin 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

Puji dan syukur bagi Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dari-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pembuatan Video Iklan pada ‘Moengkin’ sebagai Sarana Promo dan Produk Baru”. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program sarjana pada jurusan Sistem Informasi, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan. Walaupun sangat sederhana, tanpa bantuan dari berbagai pihak pastinya penulis akan mengalami berbagai macam kesulitan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih 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 banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
5. Keluarga saya dan saudara-saudara yang selalu mendukung penulis dalam segala hal.
6. Teman-teman 16 S1IF 05 yang telah memberikan dukungan selama penulis menempuh perkuliahan dan mengerjakan skripsi.
7. Teman-teman kontrakan yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama saya mengerjakan skripsi.
8. Pihak Moengkin yang sudah berkenan menjadi objek penelitian dan selalu mendukung penelitian ini.

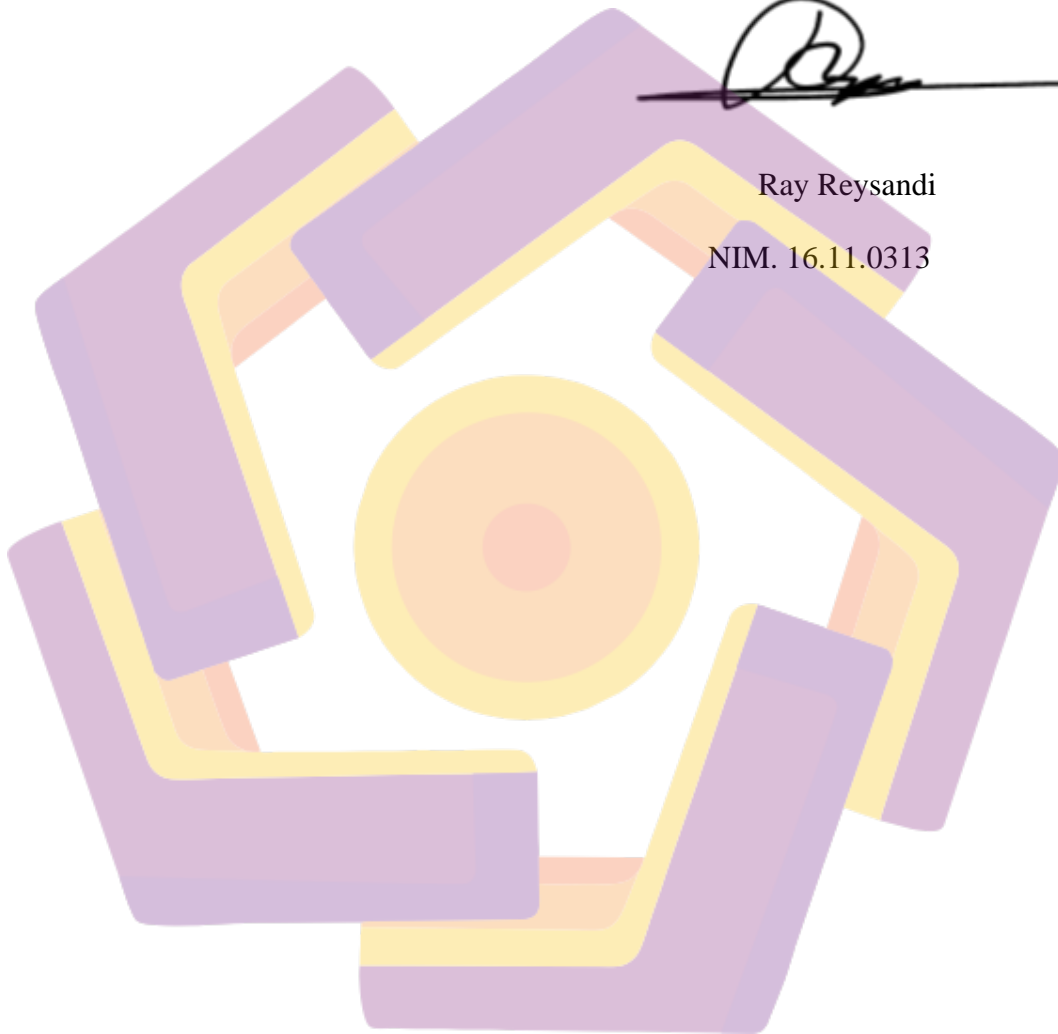
Peneliti menyadari masih banyak kekurangan yang ada dalam skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembacanya.

Yogyakarta, 17 Januari 2022



Ray Reysandi

NIM. 16.11.0313



DAFTAR ISI

JUDUL	I
PERSETUJUAN.....	II
PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN.....	IV
MOTTO	V
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
INTISARI	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian.....	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.6.1.1 Wawancara	6
1.6.1.2 Observasi	6
1.6.1.3 Metode literatur.	6
1.6.2 Metode Analisis.....	6
1.6.3 Metode Perancangan	7
1.6.4 Evaluasi	7
1.6.5 Implementasi	7
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9

2.2	Dasar Teori.....	11
2.2.1	Definisi Multimedia	11
2.2.2	Definisi Iklan.....	11
2.2.2.1	Jenis Iklan	12
2.2.2.2	Sifat Iklan.....	12
2.2.3	Definisi Informasi.....	13
2.2.3.1	Kualitas Informasi.....	13
2.2.3.2	Nilai Informasi	14
2.2.4	Definisi Promosi.....	14
2.2.4.1	Nilai Informasi	14
2.2.5	Definisi Motion Graphics.....	15
2.2.5.1	Karakteristik Motion graphics	16
2.2.5.2	Konsep Dasar teknik Motion graphics	16
2.3	Pengertian Live Shoot.....	19
2.4	Animasi	19
2.4.1	Prinsip Animasi	19
2.4.2	Tahapan Pembuatan Video Animasi	27
2.4.2.1	Pra Produksi.....	27
2.4.2.2	Produksi.....	28
2.4.2.3	Pasca Produksi.....	30
2.4.3	Kebutuhan Dasar Pembuatan Video Animasi	31
2.4.3.1	Komputer	31
2.4.3.2	Kebutuhan Sumber Daya Manusia	31
2.4.3.3	Sutradara.....	31
2.4.3.4	Produser.....	32
2.4.3.5	Scripwriter	32
2.4.3.6	Storyboard Artist	33
2.4.3.7	Animator.....	33
2.4.3.8	Background Artist.....	33
2.4.3.9	Coloring Artist.....	33
2.4.3.10	Compositor	34
2.4.3.11	Editor	34
2.5	Media Sosial	34
2.5.1	Jenis Media Sosial	35
2.5.2	Instagram.....	36
2.6	Metode Penelitian	37
2.6.1	Analisis SWOT	37
2.6.2	Strategi SWOT	37

2.6.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	39
2.7	Evaluasi	39
2.7.1	Sejarah Skala Likert	40
2.7.2	Skala Likert	40
2.7.3	Rumus Presentase Skala Likert	41
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN	43
3.1	Gambaran Umum Perusahaan	43
3.1.1	Tentang Moengkin	43
3.2	Pengumpulan Data	44
3.2.1	Metode Wawancara.....	44
3.2.2	Metode Observasi.....	44
3.3	Analisis Masalah	46
3.3.1	SWOT	47
3.3.2	Kelemahan dari Media Lama	49
3.3.3	Solusi yang Ditawarkan.....	50
3.3.4	Kesimpulan.....	50
3.4	Analisis Kebutuhan	50
3.4.1	Kebutuhan Fungsional.....	50
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	50
3.4.2.1	Kebutuhan Hardware (Perangkat Keras)	51
3.4.2.2	Kebutuhan Software (Perangkat Lunak).....	51
3.4.2.3	Kebutuhan Brainware (Sumber Daya Manusia)	52
3.5	Pra Produksi	52
3.5.1	Storyboard	52
BAB IV	IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Produksi	56
4.1.1	Pengambilan Gambar	56
4.1.2	Pembuatan Motion Graphic.....	57
4.1.4	Pembuatan Motion Graphic Promosi	57
4.2	Pasca Produksi	72
4.2.1	Importing Video	72
4.2.2	Editing Video, Audio dan Rendering	74
4.3	Evaluasi	77
4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir.....	77

4.3.2	Responden Masyarakat Umum.....	79
4.3.3	Responden Ahli Multimedia.....	83
BAB V PENUTUP		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN A DATA RESPONDEN MELALUI GOOGLE FORM.....		92



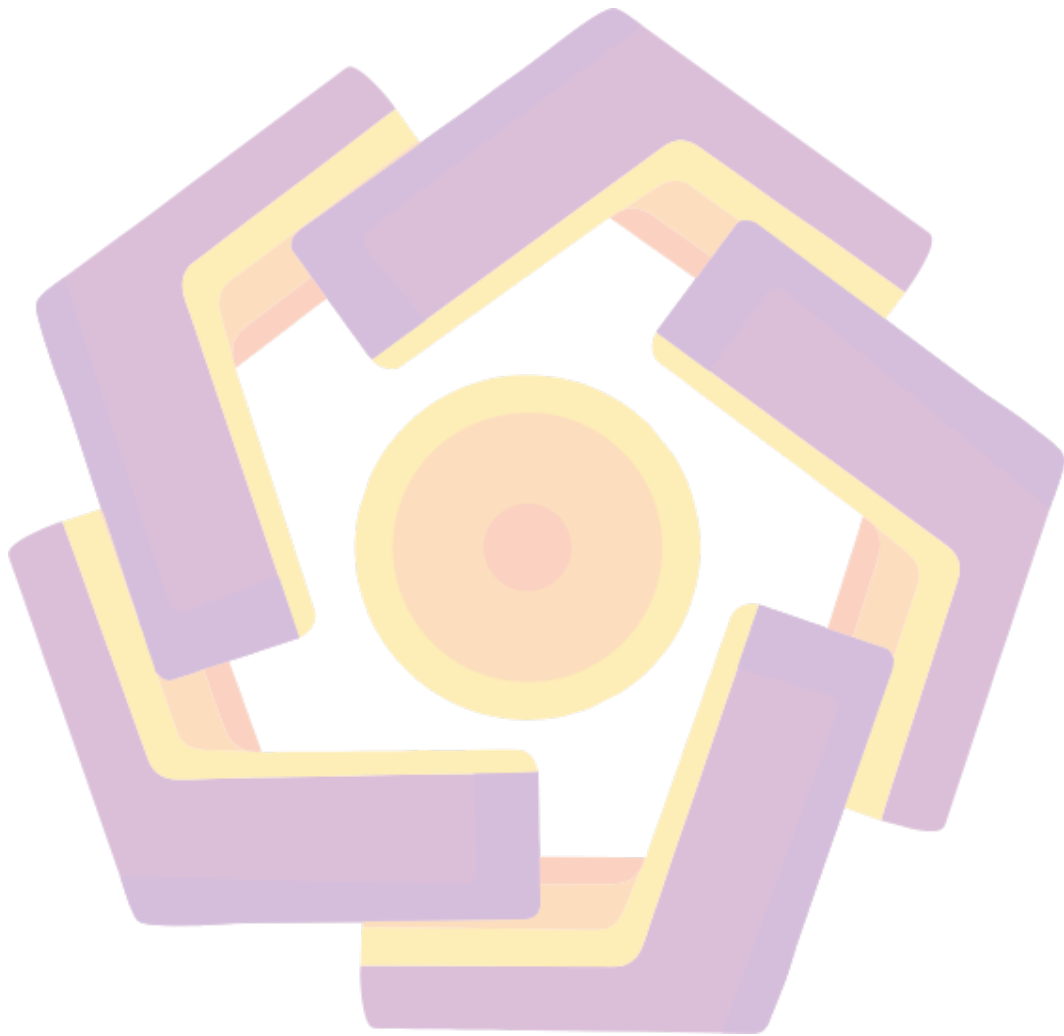
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Matrik Perbandingan Tinjauan	10
Tabel 2. 2 Tabel Matriks SWOT.....	38
Tabel 2. 3 Tabel Evaluasi Skala <i>Likert</i>	41
Tabel 2. 4 Presentase Nilai.....	41
Tabel 3. 1 Tabel SWOT	47
Tabel 3. 2 Spesifikasi <i>Hardware</i>	51
Tabel 3. 3 <i>Software</i>	51
Tabel 3. 4 Produksi	52
Tabel 3. 5 <i>Storyboard</i>	52
Tabel 4. 1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dan Hasil Akhir.....	77
Tabel 4. 2 Hasil Responden Masyarakat Umum.....	80
Tabel 4. 3 Tabel Bobot Nilai.....	81
Tabel 4. 4 Tabel Presentase Nilai.....	82
Tabel 4. 5 Hasil Uji Responden Masyarakat Umum	82
Tabel 4. 6 Tabel Hasil Responden Ahli Multimedia.....	83
Tabel 4. 7 Hasil Uji Evaluasi Ahli Multimedia	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Moengkin	2
Gambar 1. 2 Feed Instagram Moengkin.....	3
Gambar 2. 1 <i>Squash and Stretch</i>	19
Gambar 2. 2 <i>Follow Through</i>	20
Gambar 2. 3 <i>Overlapping</i>	21
Gambar 2. 4 <i>Anticipation</i>	21
Gambar 2. 5 <i>Staging</i>	22
Gambar 2. 6 <i>Slow In Slow Out</i>	23
Gambar 2. 7 <i>Arc</i>	23
Gambar 2. 8 <i>Secondary Action</i>	24
Gambar 2. 9 <i>Timing and Spacing</i>	25
Gambar 2. 10 <i>Exaggerate</i>	25
Gambar 2. 11 <i>Solid Drawing</i>	26
Gambar 2. 12 <i>Appeal</i>	27
Gambar 3. 1 Logo Moengkin.....	44
Gambar 3. 2 Salah Satu Variant Moengkin	45
Gambar 3. 3 Profil dari Instagram Moengkin	46
Gambar 4. 1 Pengambilan Gambar	56
Gambar 4. 2 Resolusi Project.....	57
Gambar 4. 3 Control Panel Moengkin	58
Gambar 4. 4 Animation Composer wave Warp.....	58
Gambar 4. 5 Timeline dan Text START ADS.....	59
Gambar 4. 6 Timeline dan Solid	59
Gambar 4. 7 Import File Footage.....	60
Gambar 4. 8 Effect Keylight pada Footage.....	60
Gambar 4. 9 Timeline dan Transition Opacity	61

Gambar 4. 10 <i>Import file</i> Gambar PNG.....	61
Gambar 4. 11 Timeline dan Text Layer Flavor.....	62
Gambar 4. 12 Timeline dan Compositing Text Layer	62
Gambar 4. 13 <i>Compositing</i> Gabungan <i>text</i> dan Minuman.....	63
Gambar 4. 14 <i>Compositing</i> Gabungan <i>text</i> dan Minuman 2.....	63
Gambar 4. 15 Transisi <i>Text</i> dan Minuman.....	64
Gambar 4. 16 Effect Control Adjustment Layer.....	64
Gambar 4. 17 Text New Variant.....	65
Gambar 4. 18 Graph Editor.....	65
Gambar 4. 19 Camera 3D.....	65
Gambar 4. 20 Import Regal.....	66
Gambar 4. 21 Timeline dan regal.....	66
Gambar 4. 22 Regal Parallax	67
Gambar 4. 23 Animasi Camera 3D	67
Gambar 4. 24 animasi rotate regal	68
Gambar 4. 25 animasi regal pop up	68
Gambar 4. 26 Text Only 10k Outline.....	69
Gambar 4. 27 Text Only 10k Inline	69
Gambar 4. 28 Pre-Comp Text Only 10k.....	70
Gambar 4. 29 10k duplicate	70
Gambar 4. 30 10k Scale dan Rotation.....	71
Gambar 4. 31 Format Export Moengkin Promosi.....	71
Gambar 4. 32 Rendering Moengkin Promosi	71
Gambar 4. 33 Open Adobe Premiere Pro CC	72
Gambar 4. 34 New Project.....	73
Gambar 4. 35 Import Video Produksi	73
Gambar 4. 36 Create Sequence	74
Gambar 4. 37 Import Backsound	74
Gambar 4. 38 Plug-in Premiere Composer	75
Gambar 4. 39 Export Premiere Pro	75
Gambar 4. 40 Export Setting Premiere	76



INTISARI

Penelitian terhadap usaha Milshakes dan mocktail yaitu Moengkin yang sudah didirikan pada 5 Juni 2021 di Yogyakarta. Media *Instagram* merupakan salah satu media promosi utama yang digunakan Moengkin. Moengkin ingin terus memberikan pelayanan penyampaian video promosi dan produk baru yang menarik, baik kepada masyarakat umum atau calon konsumen, sehingga masyarakat umum atau calon konsumen akan lebih mudah mengetahui promo dan produk baru yang sedang dilakukan Moengkin.

Media yang ada saat ini dirasa sudah sangat cukup, akan tetapi peneliti memberikan sebuah solusi yaitu dengan pembuatan video promosi dan produk baru untuk lebih menarik minat konsumen. Dalam pembuatan video promosi ini melalui beberapa tahapan pengerjaan, seperti pra produksi, produksi, pasca produksi, dan tahap evaluasi. Keseluruhan tahapan tersebut dilakukan untuk mencapai hasil akhir video yang maksimal.

Setelah melalui beberapa tahapan pembuatan video, dapat ditemukan hasil dari penelitian ini adalah video promosi yang menarik serta memberikan visualisasi promo dan produk baru pada pelanggan atau masyarakat.

Kata Kunci: Promosi, Produk Baru, Moengkin, Instagram

ABSTRACT

Research on the Milshakes and mocktail business, namely Moengkin, which was established on June 5, 2021 in Yogyakarta. Instagram is one of the main promotional media used by Moengkin. Moengkin wants to continue to provide services for the delivery of promotional videos and interesting new products, both to the general public or potential consumers, so that the general public or potential consumers will more easily find out about the promos and new products that Moengkin is doing.

The current media is considered very sufficient, but researchers provide a solution, namely by making promotional videos and new products to attract more consumers. In making this promotional video through several stages of work, such as pre-production, production, post-production, and evaluation stages. All of these steps are carried out to achieve maximum video results.

After going through several stages of making videos, it can be found that the results of this research are interesting promotional videos and provide visualization of promos and new products to customers or the public.

Keywords: *promotional, new products, Moengkin, Instagram*

