

**PENGGABUNGAN MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT PADA  
PEMBUATAN IKLAN PADA RANZ STORE**

**SKRIPSI**

Program Studi Informatika



disusun oleh

**DWI YANTONO**

**18.11.2208**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**PENGGABUNGAN MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT PADA  
PEMBUATAN IKLAN PADA RANZ STORE**

**SKRIPSI**

Program Studi Informatika



disusun oleh

**DWI YANTONO**

**18.11.2208**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGGABUNGAN MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT PADA  
PEMBUATAN IKLAN PADA RANZ STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Dwi Yantono**

**18.11.2208**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 31 Juli 2023

**Dosen Pembimbing,**

**Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom**

**NIK. 190302390**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGGABUNGAN MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT PADA  
PEMBUATAN IKLAN PADA RANZ STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Dwi Yantono**

**18.11.2208**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 31 Juli 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Ali Mustopa, M.Kom**  
**NIK. 190302192**

**Uyock Anggoro Saputro, M.Kom**  
**NIK. 190302419**

**Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom**  
**NIK. 190302390**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 31 Juli 2023

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Dwi Yantono  
NIM : 18.11.2208

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

#### **PENGGABUNGAN MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT PADA PEMBUATAN IKLAN PADA RANZ STORE**

Dosen Pembimbing : Ibnu Hadi Purwanto, 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, 19 September 2023

Yang Menyatakan,



Dwi Yantono

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”  
(Q.S Al-Baqarah, 2: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”  
(Q.S Al-Insyirah, 94:5-6)

“God has perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it's a worth the wait”

“Untuk masa-masa sulitmu, biarlah Allah yang menguatkanmu. Tugasmu hanya berusaha agar jarak antara kamu dengan Allah tidak pernah jauh”

“Orang lain ga akan paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian success storiesnya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

Jadi tetap berjuang ya”

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya panjatkan puji syukur atas rahmat Allah SWT dan bantuan atau bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Oleh karena itu Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT, terima kasih kepada Tuhan yang maha esa atas rahmat dan hidayahnya. Serta kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari zaman kegelapan menuju zaman kecerahan.
2. Dua orang paling berjasa dalam hidup saya, Ibu Marsiyem dan Bapak Iskandar. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin merantau dari kalian, serta pengorbanan, cinta, do'a, motivasi, semangat dan nasehat serta kata - kata yang sering dilontarkan " Anak Mama Papa Pasti Bisa, Libatkan Allah SWT dalam keadaan apapun, Tetap Semangat" dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup saya, kalian sangat berarti. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan aamiin.
3. Terima kasih kepada Bapak Ibnu Hadi Purwanto selaku dosen pembimbing.
4. Terima kasih kepada Anjas Sheva Sitio, Abdi Muhammad Nur, Nico Adi Pratama, dan anak kontrakan Al-Ghafur yang sudah membantu dan mendukung selama proses pengerjaan skripsi.
5. Terima kasih kepada teman seperjuangan kelas 18-IF-06 yang telah sama sama berjuang.

Terakhir, diri saya sendiri, Dwi Yantono atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga saya tetap rendah hati, karena ini baru awal dari semuanya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “penggabungan motion graphic dan live shoot pada pembuatan iklan pada ranz store“.

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Sebagai rektor dari Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Windha Mega PD, M.Kom selaku Ketua Program Studi Informatika.
3. Bapak Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberi arahan sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
4. Kepada Orang Tua saya dan segenap keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan demi tercapainya cita-cita penulis.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat kedepan-nya

Yogyakarta, 19 September 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

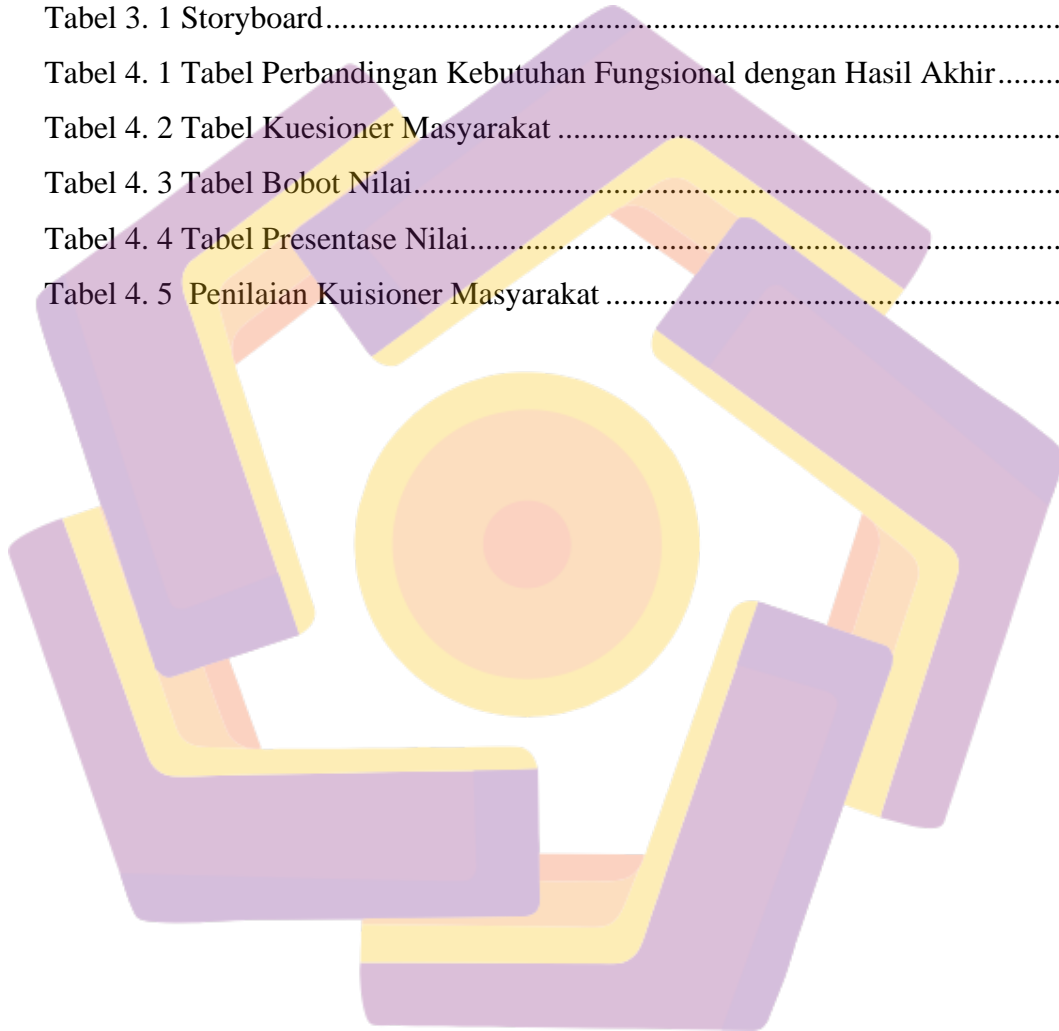
|   |      |
|---|------|
| COVER .....                               | 1    |
| HALAMAN JUDUL.....                        | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                  | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                   | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... | iv   |
| MOTTO.....                                | v    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....                  | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                      | vii  |
| DAFTAR ISI.....                           | viii |
| DAFTAR TABEL.....                         | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                       | xii  |
| INTISARI.....                             | xiii |
| ABSTRACT .....                            | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                   | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                  | 3    |
| 1.3 Batasan Masalah .....                 | 3    |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....               | 4    |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....              | 4    |
| 1.5.1 Bagi penulis .....                  | 4    |
| 1.5.2 Bagi Masyarakat.....                | 5    |
| 1.5.3 Bagi Ranz Store.....                | 5    |
| 1.6 Metode Penelitian .....               | 5    |
| 1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....       | 5    |
| 1.6.2 Metode Perancangan .....            | 6    |
| 1.6.3 Metode Evaluasi .....               | 6    |
| 1.7 Metode Penelitian .....               | 7    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....              | 8    |
| 2.1 Tinjauan Pustaka.....                 | 8    |
| 2.2 Konsep Dasar Multimedia .....         | 11   |
| 2.2.1 Pengertian Multimedia .....         | 11   |
| 2.2.2 Jenis – Jenis Multimedia .....      | 12   |
| 2.2.3 Elemen – Elemen Multimedia .....    | 13   |
| 2.3 Konsep Dasar Informasi .....          | 14   |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.3.1. Pengertian Informasi .....          | 14        |
| 2.3.2. Promosi.....                        | 17        |
| 2.4 Video.....                             | 19        |
| 2.4.1 Pengertian Video .....               | 19        |
| 2.4.2 Kategori Video .....                 | 19        |
| 2.5 Iklan .....                            | 20        |
| 2.5.1 Pengertian Iklan.....                | 20        |
| 2.5.2 Jenis – Jenis Iklan.....             | 21        |
| 2.5.3 Fungsi dan Tujuan Iklan.....         | 22        |
| 2.6 Teknik Live Shoot .....                | 23        |
| 2.7 Animasi.....                           | 24        |
| 2.7.1 Pengertian Animasi .....             | 24        |
| 2.8 Motion Graphic.....                    | 24        |
| 2.8.1 Sejarah Motion Graphic .....         | 24        |
| 2.8.2 Pengertian Motion Graphic .....      | 25        |
| 2.9 Multimedia Development Life Cycle..... | 26        |
| 2.10 Produksi .....                        | 27        |
| 2.10.1Pra Produksi.....                    | 27        |
| 2.11 Evaluasi.....                         | 28        |
| 2.11.1Skala Likert .....                   | 28        |
| 2.11.2Rumus Presentase Skala Likert .....  | 29        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>  | <b>31</b> |
| 3.1 Alur Penelitian .....                  | 31        |
| 3.2 Gambaran Umum Perusahaan .....         | 32        |
| 3.2.1 Sejarah Ranz Store .....             | 32        |
| 3.2.2 Profil Ranz Store .....              | 33        |
| 3.2.3 Visi dan Misi Ranz Store.....        | 33        |
| 3.2.4 Logo Ranz Store .....                | 34        |
| 3.3 Pengumpulan Data.....                  | 34        |
| 3.3.1 Wawancara .....                      | 34        |
| 3.3.2 Observasi .....                      | 35        |
| 3.4 Analisis Masalah.....                  | 38        |
| 3.4.1 Kelemahan dari Media Lama .....      | 38        |
| 3.4.2 Solusi yang Ditawarkan.....          | 38        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.4.3 Kesimpulan.....  | 38        |
| 3.5 Analisis Kebutuhan.....                                      | 39        |
| 3.5.1 Kebutuhan Informasi .....                                  | 39        |
| 3.5.2 Kebutuhan Non Fungsional .....                             | 39        |
| 3.6 Pra Produksi.....  | 40        |
| 3.6.1. Ide dan konsep .....                                      | 40        |
| 3.6.2. Storyboard .....  | 41        |
| <b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>                  | <b>45</b> |
| 4.1 Produksi .....   | 45        |
| 4.1.1 Pengambilan Gambar .....                                   | 45        |
| 4.1.2 Pengumpulan Asset Grafis .....                             | 47        |
| 4.1.3 Perekaman Suara .....                                      | 48        |
| 4.2 Pasca Produksi.....  | 50        |
| 4.2.1 Editing .....  | 50        |
| 4.2.2 Compositing .....  | 53        |
| 4.2.3 Rendering .....  | 56        |
| 4.2.4 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir ..... | 57        |
| 4.2.5 Kuisisioner Faktor Informasi .....                         | 59        |
| 4.3 Implementasi.....  | 62        |
| 4.3.1 Upload posting Instagram Reels.....                        | 63        |
| 4.3.2 Penyerahan ke pihak Ranz Store .....                       | 63        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>  | <b>65</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 65        |
| 5.2 Saran .....  | 66        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                      | <b>67</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>  | <b>70</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Perbandingan Video Iklan Tinjauan Pustaka.....                  | 10 |
| Tabel 2. 2 Tabel Evaluasi Skala Likert.....                                | 29 |
| Tabel 2. 3 Tabel Presentase Skala Likert.....                              | 30 |
| Tabel 3. 1 Storyboard.....   | 42 |
| Tabel 4. 1 Tabel Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir..... | 57 |
| Tabel 4. 2 Tabel Kuesioner Masyarakat.....                                 | 59 |
| Tabel 4. 3 Tabel Bobot Nilai.....  | 60 |
| Tabel 4. 4 Tabel Presentase Nilai.....                                     | 60 |
| Tabel 4. 5 Penilaian Kuisisioner Masyarakat.....                           | 61 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Lima Elemen Multimedia .....                                     | 14 |
| Gambar 2. 2 Metode Multimedia Development Life Cycle .....                   | 27 |
| Gambar 3. 1 Alur Penelitian .....  | 31 |
| Gambar 3. 2 Logo RANZ Store .....  | 34 |
| Gambar 3. 3 Instagram RANZ Store .....                                       | 35 |
| Gambar 3. 4 Instagram RANZ Store 2 .....                                     | 36 |
| Gambar 3. 5 Tiktok RANZ Store.....   | 36 |
| Gambar 3. 6 Shopee RANZ Store.....   | 37 |
| Gambar 3. 7 Tiktok Shop RANZ Store.....                                      | 37 |
| Gambar 4. 1 Pengambilan gambar <i>indoor</i> .....                           | 46 |
| Gambar 4. 2 Pengambilan gambar <i>outdoor</i> .....                          | 47 |
| Gambar 4. 3 Editing asset .....  | 48 |
| Gambar 4. 4 efek multiband compressor .....                                  | 49 |
| Gambar 4. 5 efek <i>Denoise</i> .....  | 49 |
| Gambar 4. 6 efek single band comp.....                                       | 50 |
| Gambar 4. 7 Membuat projek baru .....  | 51 |
| Gambar 4. 8 Proses cutting video .....                                       | 52 |
| Gambar 4. 9 Adobe dynamic link .....   | 52 |
| Gambar 4. 10 Proses pewarnaan .....  | 53 |
| Gambar 4. 11 Membuat <i>compositing</i> baru.....                            | 54 |
| Gambar 4. 12 Konfigurasi import.....   | 55 |
| Gambar 4. 13 plugin animation composer dan expression loopOut dan wiggle ... | 55 |
| Gambar 4. 14 Tampilan konfigurasi render .....                               | 57 |
| Gambar 4. 15 Upload posting Instagram reels.....                             | 63 |
| Gambar 4. 16 Penyerahan Video .....  | 64 |

## INTISARI

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini telah dimanfaatkan dalam berbagai macam media, salah satunya adalah penggunaan internet sebagai media pemasaran online. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survey tentang jumlah pengguna internet yang kian meningkat dari tahun ke tahun. Penerapan video iklan memiliki persentasi yang lebih deskriptif dan informasi yang dapat mengajak konsumen agar tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan, iklan dapat diterapkan pada banyak media seperti televisi, radio, majalah hingga media sosial. Selain itu, iklan juga dapat memberikan informasi seputar produk ataupun promosi yang bisa dijelaskan secara detail. Objek penelitian ini adalah Ranz Store yang merupakan salah satu usaha dalam bidang perdagangan dan penjualan berbagai jenis pakaian di Yogyakarta. RANZ Store memanfaatkan media Instagram dan whatsapp untuk mempromosikan pakaian thriftnya, Namun upaya ini di rasa belum maksimal dan ada beberapa informasi yang membutuhkan ilustrasi visual lebih lanjut. Video promosi berupa iklan yang akan dibuat dengan teknik live shoot dan motion graphics, dimana kedua teknik tersebut diharapkan mampu menghadirkan visualisasi dan ilustrasi yang lebih di Ranz Store.

**Kata kunci:** Iklan, Promosi, Live shoot, Motion Graphic

## ABSTRACT

*The rapid development of technology has now been utilized in various media, one of which is the use of the internet as an online marketing medium. The Association of Indonesian Internet Service Providers (APJII) conducted a survey regarding the increasing number of internet users from year to year. The application of video advertisements has a more descriptive presentation and information that can invite consumers to be interested in the goods or services offered, advertisements can be applied to many media such as television, radio, magazines to social media. In addition, advertisements can also provide information about products or promotions that can be explained in detail. The object of this research is Ranz Store which is one of the businesses in trading and selling various types of clothing in Yogyakarta. RANZ Store utilizes Instagram and whatsapp media to promote its thrift clothing. However, this effort is felt to be not optimal and there is some information that requires further visual illustration. Promotional videos in the form of advertisements will be made using live shoot and motion graphics techniques, where both techniques are expected to be able to present more visualization and illustrations at the Ranz Store.*

**Keyword:** Advertising, Promotion, Live shoot, Motion Graphic