

PEMBUATAN IKLAN LIVE SHOOT PADA SOSIAL MEDIA MELANJA.ID

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

MUHAMMAD LUBIS NOTANGSI

18.11.2594

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

PEMBUATAN IKLAN LIVE SHOOT PADA SOSIAL MEDIA MELANJA.ID

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

MUHAMMAD LUBIS NOTANGSI

18.11.2594

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN LIVE SHOOT PADA SOSIAL MEDIA MELANJA.ID

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Lubis Notangsi

18.11.2594

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 18 September 2023

Dosen Pembimbing,


Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

NIK. 190302215

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN LIVE SHOOT PADA SOSIAL MEDIA MELANJA.ID

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Lubis Notangsi

18.11.2594

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 September 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Agit Amrullah, S.Kom., M.Kom
NIK. 190302356

Rifda Faticha Alfa Aziza, S.Kom., M.Kom
NIK. 190302392

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 18 September 2023

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **Muhammad Lubis Notangsi**
NIM : **18.11.2594**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Pembuatan Iklan Live Shoot Pada Sosial Media Melanja.id

Dosen Pembimbing : **Rizqi Sukma Kharisma, 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, 18 September 2023

Yang Menyatakan,



Muhammad Lubis Notangsi

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Saya mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dan diharapkan skripsi ini dapat membantu pembaca untuk belajar membuat media iklan live shoot.
2. Terimakasih kepada kedua orang tua saya dan kakak saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya sampai saat ini.
3. Terimakasih kepada Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan ilmu-ilmu baru yang saya dapatkan selama penyusunan skripsi ini sampai selesai.
4. Terimakasih untuk dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah mendidik dan membimbing saya selama kuliah.
5. Terimakasih kepada seluruh teman-teman 18 Informatika 11 atas dukungan, dorongan, dan kebersamaan yang tidak terlupakan, dan segala pengalaman yang kalian berikan kepada saya selama perkuliahan.
6. Dan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu saya selama menyusun dan menyelesaikan skripsi yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah kalian berikan.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia serta campur tangannya dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“PEMBUATAN IKLAN LIVE SHOOT PADA SOSIAL MEDIA MELANJA.ID”** ini dapat diselesaikan guna untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan jurusan Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Perjalanan dan proses yang panjang telah penulis lewati dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini. Banyak hambatan dan kendala yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini namun karena Rahmat dan karunia serta campur tangan Allah SWT sehingga segala sesuatu dapat dillewati dengan mudah. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati dan keikhlasan hati pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua dan kakak saya yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan kasih sayang yang berlimpah sampai saat ini.
2. Kepada Bapak **Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom** selaku dosen pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, ajaran, dan ilmu-ilmu baru yang penulis dapatkan selama penyusunan skripsi ini.
3. Kepada Ibu Anita Lestari selaku pemilik toko tas Melanja.id karena sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian di toko tas Melanja.id.
4. Kepada dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah mendidik dan membimbing saya selama kuliah.
5. Kepada seluruh teman-teman 18 Informatika 11 atas dukungan, dorongan, dan kebersamaan yang tidak terlupakan, dan segala pengalaman yang kalian berikan kepada saya selama perkuliahan.
6. Kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu saya selama menyusun dan menyelesaikan skripsi yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah kalian berikan.

Akhir kata penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat. Semoga Allah SWT senantiasa selalu memberikan perlindungan, rahmat dan karunianya kepada kita semua.

Yogyakarta, 27 September 2023



Muhammad Lubis Notangsi

NIM : 18.11.2594



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data :	4
1.6.2 Metode Perancangan	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Multimedia.....	9
2.2.1 Pengertian Multimedia	9
2.2.2 Elemen Multimedia	9
2.2.3 Jenis-jenis Multimedia	10
2.3 Iklan.....	11

2.3.1	Pengertian Iklan	11
2.3.2	Tujuan Iklan.....	11
2.4	Promosi.....	12
2.5	Instagram	12
2.6	Compositing.....	13
2.7	Live Shoot.....	13
2.7.1	Teknik-Teknik Pengambilan Gambar	13
2.8	Motion Graphics	16
2.9	Stop Motion	17
2.10	Analisis Kebutuhan	17
2.10.1	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	17
2.10.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	17
2.11	Metode Perancangan	17
2.11.1	Pra Produksi.....	17
2.11.2	Produksi.....	19
2.11.3	Pasca Produksi	20
2.12	Software Yang Digunakan.....	21
2.13	Kuesioner.....	21
2.13.1	Pengertian Kuesioner.....	21
2.13.2	Responden.....	21
2.13.3	Skala Likert.....	21
2.13.4	Rumus Presentase Skala Likert.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1	Objek Penelitian.....	24
3.1.1	Logo Melanja.id.....	24
3.1.2	Profil Melanja.id	24
3.1.3	Struktur Organisasi Melanja.id	25
3.1.4	Visi Melanja.id	25
3.1.5	Misi Melanja.id	25
3.2	Alur Penelitian	25
3.2.1	Pengumpulan Data	26
3.2.2	Pra Produksi.....	27

3.2.3	Produksi.....	27
3.2.4	Pasca Produksi.....	27
3.3	Analisis Kebutuhan.....	27
3.3.1	Kebutuhan Fungsional.....	27
3.3.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	28
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1	Pra Produksi.....	30
4.1.1	Penentuan Tema.....	30
4.1.2	Naskah.....	30
4.1.3	Storyboard.....	31
4.2	Produksi.....	34
4.2.1	Pengambilan Gambar dan Video.....	34
4.2.2	Perekaman Narasi (Dubbing).....	39
4.3	Pasca Produksi.....	40
4.3.1	File Hasil Produksi.....	40
4.3.2	Editing dan Compositing Iklan.....	41
4.3.4	Rendering.....	52
4.4	Pengujian.....	55
4.4.1	Kuesioner.....	55
4.4.2	Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	56
4.4.3	Karakteristik berdasarkan usia.....	56
4.4.4	Karakteristik berdasarkan lama menggunakan Instagram.....	57
4.4.5	Hasil Kuesioner.....	58
4.5	Penyerahan Dan Pemasangan Iklan.....	62
4.5.1	Penyerahan Iklan Kepada Pihak Melanja.id.....	62
4.5.2	Proses Pemasangan Iklan Pada Instagram.....	62
BAB V	PENUTUP.....	70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	71
	DAFTAR PUSTAKA.....	72
	LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

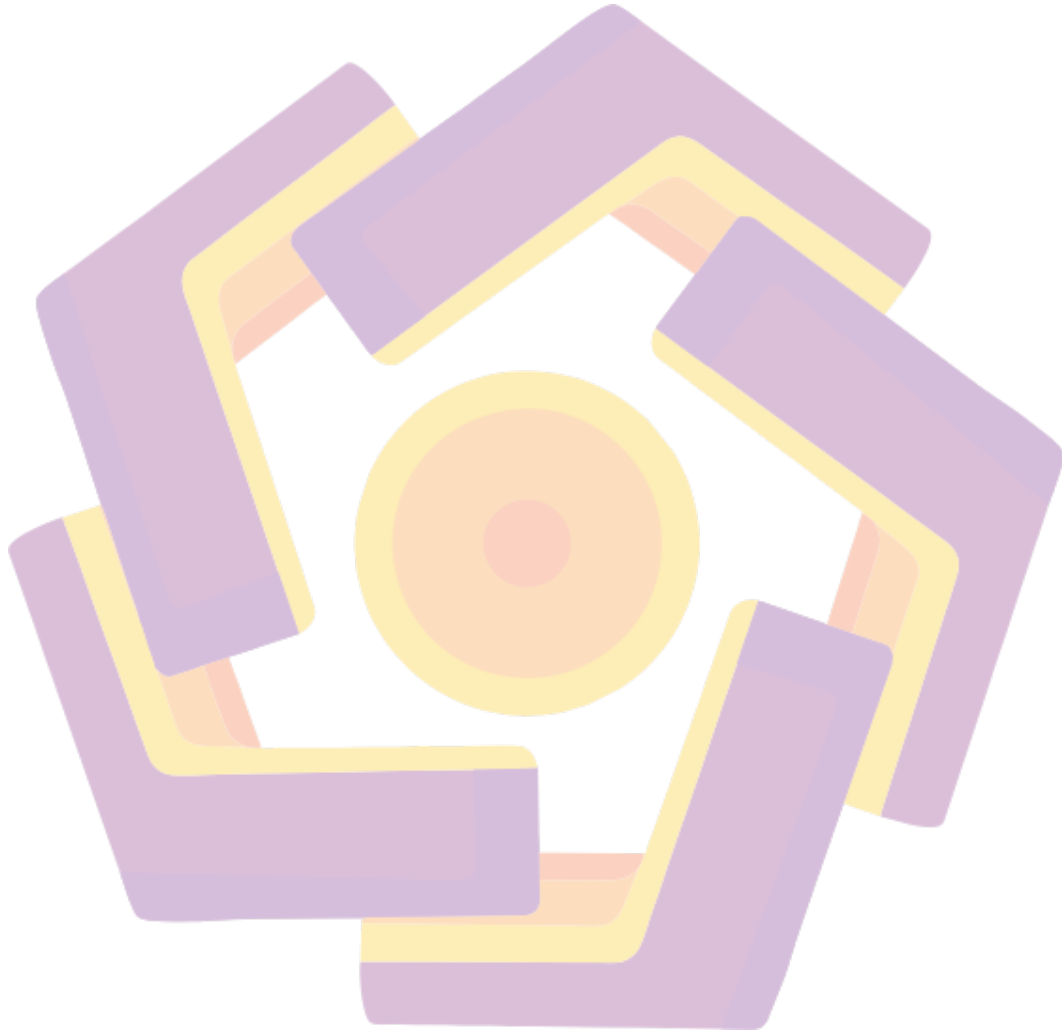
Tabel 2. 1 Bobot Pilihan Jawaban.....	22
Tabel 2. 2 Presentase Nilai	23
Tabel 3. 1 Perlengkapan Produksi.....	28
Tabel 3. 2 Perlengkapan Editing	28
Tabel 3. 3 Perangkat Lunak	29
Tabel 3. 4 Crew dan Jobdesk	29
Tabel 4. 1 Naskah.....	30
Tabel 4. 2 Storyboard	32
Tabel 4. 3 Hasil Pengambilan Gambar	34
Tabel 4. 4 Hasil Pengambilan Video.....	37
Tabel 4. 5 Bobot Pilihan Jawaban.....	55
Tabel 4. 6 Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 7 Usia	56
Tabel 4. 8 Lama Menggunakan Instagram	57
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Kuesioner.....	58
Tabel 4. 10 Perhitungan kuesioner	60
Tabel 4. 11 Presentase Nilai	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lima Elemen Multimedia	9
Gambar 2. 2 Extreme Close Up	14
Gambar 2. 3 Big Close Up.....	14
Gambar 2. 4 Close Up	15
Gambar 2. 5 Medium Close Up	15
Gambar 2. 6 Full Shot	16
Gambar 2. 7 Contoh Storyboard	19
Gambar 3. 1 Logo Melanja.id	24
Gambar 3. 2 Diagram Perancangan Iklan Sosial Media.....	26
Gambar 4. 1 Perekaman Dubbing (Narasi).....	40
Gambar 4. 2 Screenshot File Hasil Produksi	41
Gambar 4. 3 Orang Kebingungan	42
Gambar 4. 4 Logo Melanja.id	43
Gambar 4. 5 Jam Buka dan Tutup.....	44
Gambar 4. 6 Sosial Media dan Alamat dari Melanja.id	45
Gambar 4. 7 Stop Motion 1	46
Gambar 4. 8 Stop Motion 2	47
Gambar 4. 9 Stop Motion 3	48
Gambar 4. 10 Stop Motion 4	49
Gambar 4. 11 Penggabungan Scene	50
Gambar 4. 12 Penggabungan dan Penyesuaian antara Video, Narasi, dan Backsound	51
Gambar 4. 13 Persiapan dan Penyesuaian Format Video Sebelum Rendering	52
Gambar 4. 14 Proses Rendering.....	53
Gambar 4. 15 Rendering Berhasil	54
Gambar 4. 16 Kuesioner Umum	55
Gambar 4. 17 Posting Video.....	63
Gambar 4. 18 Fitur Promosikan Postingan.....	64
Gambar 4. 19 Memilih Tujuan Periklanan	65
Gambar 4. 20 Membuat dan Menentukan Target Pemirsa	66
Gambar 4. 21 Menentukan Anggaran dan Durasi.....	67
Gambar 4. 22 Rincian Informasi Periklanan	68
Gambar 4. 23 Insight Hasil Pemasangan Iklan	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Penelitian 75



INTISARI

Melanja.id merupakan toko tas yang menjual berbagai macam jenis tas, yang berdiri sejak 3,5 tahun yang lalu tepatnya pada bulan Oktober 2019. Toko tas tersebut berada di jalan Bangsal Baru, Dusun Karang Pangsor RT 2, Desa Pemenang Barat, Kec.Pemenang, Kab.Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat 83352. Melanja.id dalam promosi hanya menggunakan foto atau gambar yang diberi keterangan saja yang diunggah ke akun sosial media Melanja.id yang digunakan untuk memberikan informasi-informasi tentang toko dan produk-produk pada Melanja.id. Promosi tersebut dirasa kurang menarik dan tidak efektif untuk menarik minat konsumen untuk datang ke toko tas Melanja.id. Dengan demikian, pemilik toko tas Melanja.id ingin meningkatkan promosinya menggunakan iklan sosial media. Akan tetapi dengan keterbatasan sumberdaya manusia iklan sosial media yang dimaksud tersebut belum dapat terealisasi.

Maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membuat iklan live shoot pada sosial media Melanja.id dengan menerapkan teknik live shoot, motion graphic, dan stop motion untuk meningkatkan promosi Melanja.id, iklan live shoot pada sosial media Melanja.id ini diharapkan mampu untuk memberikan informasi-informasi tentang toko dan produk-produk pada Melanja.id agar dapat menarik perhatian dan minat konsumen untuk datang ke toko tas Melanja.id serta dapat membuat Melanja.id lebih dikenal oleh masyarakat luas terutama para pengguna sosial media instagram.

Dalam proses pembuatan iklan live shoot pada sosial media Melanja.id menerapkan teknik live shoot, motion graphic, dan stop motion, iklan yang akan dibuat berdurasi kurang lebih 1 menit, dalam iklan tersebut terdapat rekaman video, rekaman suara, gambar, dan tulisan menggunakan software InShot dengan menyesuaikan kebutuhan dari Melanja.id. Setelah itu penulis akan mengunggah iklan tersebut pada postingan sosial media instagram Melanja.id.

Kata Kunci: Iklan, Live Shoot, Sosial Media, Melanja.id

ABSTRACT

Melanja.id is a bag shop that sells various types of bags, which was founded 3.5 years ago, precisely in October 2019. The bag shop is on Jalan Bangsal Baru, Dusun Karang Pangsor RT 2, West Pemenang Village, Pemenang District , North Lombok Regency, West Nusa Tenggara 83352. Melanja.id in promotions only uses photos or images with captions which are uploaded to the Melanja.id social media account which is used to provide information about shops and products on Melanja. id. This promotion was deemed less attractive and ineffective in attracting consumers to come to the Melanja.id bag shop. Thus, the owner of the Melanja.id bag shop wants to increase its promotion using social media advertising. However, due to limited human resources, the intended social media advertising has not yet been realized.

So the aim of this research is to create live shoot advertisements on Melanja.id social media by applying live shoot, motion graphic and stop motion techniques to increase Melanja.id promotion. This live shoot advertisement on Melanja.id social media is expected to be able to provide information about shops and products on Melanja.id so that it can attract the attention and interest of consumers to come to the Melanja.id bag shop and can make Melanja.id better known to the wider community, especially Instagram social media users.

In the process of making live shoot advertisements on Melanja.id social media using live shoot, motion graphic and stop motion techniques, the advertisements that will be created are approximately 1 minute long, in these advertisements there are video recordings, sound recordings, images and writing using software. InShot by adapting to the needs of Melanja.id. After that, the author will upload the advertisement to the Melanja.id Instagram social media post.

Keyword: Advertising, Live Shoot, Social Media, Melanja.id