

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI KAY RAMEN DENGAN MENGGUNAKAN  
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Farhan Dickry Kaulika**

**15.12.8743**

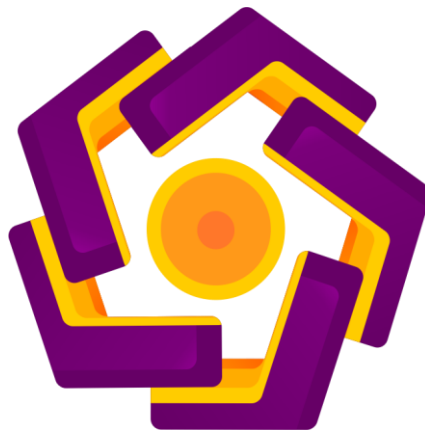
**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2019**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI KAY RAMEN DENGAN MENGGUNAKAN  
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Farhan Dickry Kaulika**

**15.12.8743**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2019**

# PERSETUJUAN

## SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI KAY RAMEN DENGAN MENGGUNAKAN  
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Farhan Dickry Kaulika**

**15.12.8743**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 22 Agustus 2019

**Dosen Pembimbing,**



**Akhmad Dahlan, M.Kom.**  
**NIK. 190302174**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI KAY RAMEN DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Farhan Dickry Kaulika**

**15.12.8743**

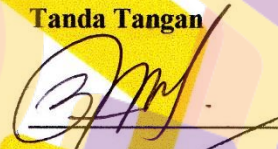
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 Agustus 2019

#### Susunan Dewan Penguji

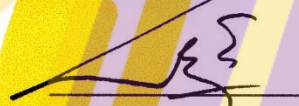
**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

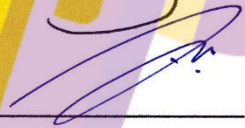
Ali Mustopa, M.Kom.  
NIK. 190302192



Agus Purwanto, M.Kom.  
NIK. 190302229



Ablihi Masruro, M.Kom.  
NIK. 190302148



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 22 Agustus 2019

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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



## 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 19 Desember 2019



Farhan Dickry Kaulika

NIM. 15.12.8743

## MOTTO

*“Balas dendam terbaik adalah dengan memperbaiki dirimu.”*

-Ali Bin Abi Thalib

*“Seseorang yang tepat tak selalu datang tepat waktu. Kadang ia datang setelah kau lelah disakiti oleh seseorang yang tidak tahu cara menghargaimu.”*

-Farhan Dickry Kaulika

*“Bertambah tua itu bukan berarti kehilangan masa muda, Tapi babak baru dari kesempatan dan kekuatan.”*

-Betty Friedan

*“Saat dimana kita harus fokus pada cahaya adalah pada masa tergelap kita.”*

-Aristotle Onassis

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang – orang berarti disekeliling saya. Yang selalu memberi semangat dan doa , sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk karya yang sederhana ini, maka saya persembahkan untuk :

- Ayah, Ibu, dan adik saya Kaysan

Apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat, dan juga air mata bagi saya. Terimakasih atas segala dukungan kalian, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita – cita.

- Salma Pradica Sandy

Terimakasih untuk momen – momen bahagia yang telah kita lewatin bersama saat saya masih berkuliah. Yang selalu memberikan semangat untuk rajin kuliah agar bisa lulus dengan cepat. Membantu dan menemani untuk membuat video bahan skripsi di Kota Salatiga. Walau akhirnya ditengah jalan kita sudah tidak lagi bersama. Semoga setelah ini saat kita masing – masing sudah baik – baik saja. Kita bisa berteman dengan baik.

- Sahabat dan seluruh teman

Tanpa kalian mungkin masa – masa kuliah saya akan menjadi biasa – biasa saja, untuk Agung, Dio, Azhar teman saya dikampus terimakasih selalu membantu perihal tugas dan kerja kelompok, saya bisa lulus berkat bantuan kalian. Untuk Sadboys (Kiconk, Aik, Victor, Rico, Galang) Terimakasih untuk sudah selalu ada ketika saya sedang tidak baik, semoga sampai nanti kita sibuk dengan urusan masing – masing, kita mendapatkan kesempatan untuk bisa bercengkrama di Bukit Kiconk lagi. Yang terakhir Terimakasih Hollywood Squad, sudah menemani sepanjang perjalanan awal kuliah samapi hari ini.

- Dosen Pembimbing

Kepada Pak Alland selaku dosen pembimbing saya yang paling baik dan bijaksana, terimakasih karena sudah memberikan support dan bantuannya, sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.



## KATA PENGANTAR

Dengan menghaturkan puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah – Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang judul “ PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI KAY RAMEN DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis sadar skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada:

1. Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer.
2. Akhmad Dahlan, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberi motivasi, saran dan bimbingan sejak penyusunan laporan dari awal hingga terselesainya laporan ini.
3. Dosen penguji yang telah banyak memberikan bantuan, serta motivasinya.
4. Kedua orang tua dan keluarga, terima kasih atas doanya, semangat dan dukungannya selama saya menjalankan hingga menyelesaikan studi.
5. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan bantuan, mendoakan serta memberikan dukungan moral dan material yang berharga bagi penulis.
6. Semua dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu selama menempuh kuliah.

Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saran dan kritik yang sifatnya membangun bagi penulis dan laporan ini saya harapkan berguna dan bermanfaat bagi pembaca, Terima kasih.


## DAFTAR ISI

COVER .....	i
COVER .....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
INTISARI .....	xviii
ABSTRACT .....	xix
PENDAHULUAN .....	20
1.1    Latar Belakang .....	20
1.2    Rumusan Masalah .....	20

1.3	Batasan Masalah .....	2
1.4	Maksud dan Tujuan Penelitian .....	2
1.5	Manfaat Penelitian .....	3
1.6	Metode Penelitian .....	3
1.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2	Metode Perancangan.....	4
1.6.3	Metode <i>Testing</i> .....	6
1.7	Sistematika Penulisan .....	6
LANDASAN TEORI.....		8
2.1	Tinjauan Pustaka.....	8
2.2	Dasar Teori Multimedia.....	9
2.2.1	Definisi dan Sejarah Multimedia .....	9
2.2.2	Pengertian Multimedia.....	10
2.2.3	Elemen Multimedia .....	10
2.3	Definisi <i>Iklan</i> .....	12
2.4	Pengertian Video .....	13
2.4.1	Jenis Format Video Digital.....	14
2.4.1	Standart Video .....	21
2.5	Teknik Dasar Pembuatan Video .....	24
2.5.1	Camera <i>Angel</i> (Sudut Pandang Kamera) .....	24

2.5.2	<i>Shot Size</i> (Ukuran Gambar) .....	24
2.6	Pengertian <i>Motion Graphic</i> .....	29
2.7	Konsep Teknik <i>Motion Graphic</i> .....	29
ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM .....		34
3.1	Tinjauan Umum .....	34
3.1.1	Deskripsi Perusahaan .....	34
3.1.2	Visi .....	35
3.1.3	Misi .....	35
3.1.4	Struktur Organisasi .....	35
3.2	Analisis Sistem .....	36
3.3	Analisis Masalah .....	36
3.4	Analisi PIECES .....	37
3.4.1	Analisis <i>Performance</i> (Kinerja) .....	38
3.4.2	Analisis Informasi .....	38
3.4.3	Analisis <i>Economic</i> (Ekonomi) .....	38
3.4.4	Analisis <i>Control</i> (Keamanan) .....	39
3.4.5	Analisis <i>Efficiency</i> (Efisiensi) .....	40
3.4.6	Analisis <i>Service</i> (Pelayanan) .....	40
3.5	Analisis Kebutuhan Fungsional .....	41
3.5.1	Prosedur yang Sedang Berjalan .....	41

3.5.2	Permasalahan yang terjadi .....	42
3.5.3	Kebutuhan.....	43
3.6	Analisis Kebutuhan Non Fungsional .....	44
3.6.1	Hardware (Perangkat Keras).....	44
3.6.2	<i>Software</i> (Perangkat Lunak) .....	45
3.6.3	Kebutuhan Sumber Daya Manusia .....	45
3.7	Analisis Kelayakan Teknis .....	45
3.8	Analisi Kelayakan Operasional .....	46
3.9	Analisi Kelayakan Teknologi .....	46
3.10	Analisis Kelayakan Ekonomi .....	46
3.10.1	Perhitungan Anggaran Biaya Produksi.....	46
3.11	Perancangan Pembuatan Video Iklan .....	47
3.11.1	Storyboard.....	48
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1	Produksi .....	58
4.1.1	Proses Pengambilan Gambar .....	58
4.2	Pasca Produksi .....	60
4.2.1	<i>Import Video</i> .....	60
4.2.2	<i>Editing</i> .....	61
4.2.3	<i>Color Correction</i> .....	62



4.2.4	Transisi .....	63
4.2.5	<i>Import</i> Audio .....	63
4.2.6	<i>Compositing</i> .....	64
4.3	Rendering .....	68
4.4	Pembahasan .....	69
4.4.1	Review Testing .....	69
4.4.2	Alpha Testing .....	69
4.4.3	Beta Testing .....	72
4.4.4	Uji Coba Pengguna .....	74
4.4.5	Skala Likert .....	74
4.5	Implementasi .....	82
4.5.1	Publish Youtube .....	83
4.5.2	Publikasi Instagram .....	83
4.6	Penyerahan .....	84
5.1	Kesimpulan .....	85
5.2	Saran .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....		87

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Biaya Pembuatan Iklan .....	47
Tabel 3.2	Storyboard .....	48
Tabel 4.1	Alpha Testing .....	70
Tabel 4.2	Beta Testing .....	72
Tabel 4.3	Hasil Presentase Quisoner Informasi .....	75
Tabel 4.4	Hasil Presentase Quisoner Multimedia .....	77
Tabel 4.5	Perhitungan X dan Y .....	79
Tabel 4.6	Indeks Penilaian .....	80
Tabel 4.7	Perhitungan Skala Likert Aspek Informasi .....	80
Tabel 4.8	Perhitungan Skala Likert Aspek Multimedia .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Elemen Multimedia .....	12
Gambar 2.2	Format WMV .....	15
Gambar 2.3	Format DiVX .....	16
Gambar 2.4	Format MP4 .....	16
Gambar 2.5	Format Quicktime .....	17
Gambar 2.6	Format RealMedia .....	18
Gambar 2.7	Format ASF .....	19
Gambar 2.8	Format 3GP .....	20
Gambar 2.9	Format Flash Video .....	21
Gambar 2.10	Standart Video NTSC .....	22
Gambar 2.11	Standart Video PAL .....	23
Gambar 2.12	Standart Video SECAM .....	23
Gambar 2.13	<i>Extreme Long Shot</i> .....	25
Gambar 2.14	<i>Very Long Shot</i> .....	26
Gambar 2.15	<i>Long Shot</i> .....	27
Gambar 2.16	<i>Close Up</i> .....	28
Gambar 2.17	<i>Extreame Close up</i> .....	28
Gambar 2.18	<i>Motion Graphic Spatial</i> .....	31
Gambar 2.19	<i>Motion Graphic Temporal</i> .....	32
Gambar 2.20	<i>Motion Graphic Live Action</i> .....	33



Gambar 2.21	<i>Motion Graphic Typhographic</i> .....	33
Gambar 3.1	Kay Ramen .....	34
Gambar 3.2	Struktur Organisasi .....	35
Gambar 3.3	Penyajian Informasi .....	37
Gambar 3.4	Iklan Foto di Instagram .....	38
Gambar 4.1	Sisi Depan Kay Ramen .....	59
Gambar 4.2	Suasana Kay Ramen .....	59
Gambar 4.3	Proses Penyajian .....	60
Gambar 4.4	<i>Import Video</i> .....	61
Gambar 4.5	Proses Penggabungan Video .....	61
Gambar 4.6	Sebelum dan Sesudah Colouring .....	62
Gambar 4.7	Pemberian <i>Effect</i> Transisi .....	63
Gambar 4.8	Menambahkan Audio sebagai <i>Backsound</i> .....	64
Gambar 4.9	<i>Composition Setting</i> .....	65
Gambar 4.10	Jendela <i>Project</i> .....	66
Gambar 4.11	Transformasi Utama .....	67
Gambar 4.12	<i>Lower Third</i> .....	67
Gambar 4.13	Proses <i>Export</i> Video Render .....	68
Gambar 4.14	Proses Rendering Video .....	69
Gambar 4.15	Publish Youtube .....	83
Gambar 4.16	Publikasi Instagram .....	84

## INTISARI

Hiburan meningkat dengan persaingan bisnis yang ketat. Perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam kegiatan bisnis apa pun. Salah satunya dengan promosi. Promosi Media sering digunakan untuk menyampaikan informasi tentang perusahaan melalui media iklan.

Oleh karena itu, penulis ingin membuat iklan Kay Ramen sebagai media promosi di media sosial. Iklan ini juga dimaksudkan sebagai media promosi bagi manajemen perusahaan untuk mempromosikan Kay Ramen.

Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui internet juga di Kay Ramen. Pada akhirnya untuk membuat video iklan Perusahaan sebagai media promosi Kay Ramen dapat membantu manajemen untuk mempromosikan Kay Ramen.

**Kata Kunci:** Sistem Informasi, Media promosi, Video Iklan, Produk, Konsumen.

## **ABSTRACT**

*Entertainment is increasing with intense business competition. Companies are required to be more creative in any business activities. One of them is with promotion. Media promotions are often used to convey information about companies through advertising media.*

*Therefore, the writer wants to make a Kay Ramen advertisement as a promotional media on social media. This ad is also attractive as a promotional medium for company management to promote Kay Ramen.*

*The author conducted research using data collection methods via the internet also at Kay Ramen. In the end, to make Company advertising video as Kay Ramen promotional media can help management to support Kay Ramen.*

**Keywords:** *Information systems, Media promotion, Advertisement Video, Product, Consument.*