

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK HOZPIT
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC
DAN LIVE SHOOT**

SKRIPSI



disusun oleh

Raymond Leonardo Br

15.12.8728

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**



**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK HOZPIT
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC
DAN LIVE SHOOT**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Raymond Leonardo Br

15.12.8728

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**



PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK HOZPIT
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC
DAN LIVE SHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Raymond Leonardo Br
15.12.8728

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 September 2018

Dosen Pembimbing,



Bhanu Sri Nugraha, M.Kom
NIK. 190302164

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK HOZPIT
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC
DAN LIVE SHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Raymond Leonardo Br
15.12.8728**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 12 Februari 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

**M. Rudyanto Arief, S.T, M.T
NIK. 190302098**

**Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243**

**Bhanu Sri Nugraha, M.Kom
NIK. 190302164**

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 19 Februari 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 putaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 16 Februari 2019



Raymond Leonardo Br
NIM. 15.12.8728

MOTTO

Karena itu Aku berkata kepadamu: apa saja yang kamu minta dan doakan, percayalah bahwa kamu telah menerimanya, maka hal itu akan diberikan kepadamu.

Markus 11:24

Do your best and let God do the rest.

Ben Carson

Awal yang sulit adalah awal yang baik, terus belajar dan berikan yang terbaik.

Raymond Leonardo

PERSEMBAHAN

Dengan rasa bersyukur dan terima kasih karena skripsi ini telah selesai, yang saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, skripsi ini merupakan salah satu bentuk ucapan syukur atas anugerah, pertolongan, berkatnya yang selalu tercurah bagi penulis sampai saat ini.
2. Kedua orang tua tercinta Krisman Brahmana dan Marni Dewita Ginting yang selalu mendoakan, mendukung, dan membimbing penulis sampai selesainya skripsi ini.
3. Abang dan Kakak tercinta Charly Haga Mandela Brahmana dan Maria Ekaristi Brahmana yang selalu memberi dukungan, dan bantuan sampai penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Bhanu Sri Nugraha M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan, dan bimbingan selama pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah senantiasa membimbing dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini.
6. Abang Oky Rey Montha selaku founder Hozpit (Houze of Piratez) yang telah bersedia menjadikan Hozpit sebagai objek penelitian.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Semoga Tuhan selalu memberikan anugerah dan berkatnya bagi kita semua.

KATA PENGANTAR

Dengan penuh ucapan syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih, rahmat, dan anugerahnya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul "PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK HOZPIT MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT" dengan baik dan lancar.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta, serta menjadi sebuah bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan masa studi jenjang Strata Satu (S1) untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis memberikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama di bangku perkuliahan.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca sehingga penulis dapat mengembangkan hasil penelitian ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Terimakasih.

Yogyakarta, 16 Februari 2019

Raymond Leonardo Br



DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.1.1 Metode Wawancara (<i>Interview</i>).....	5
1.6.1.2 Metode Pengamatan Langsung (<i>Observasi</i>).....	5
1.6.2 Metode Pengembangan <i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC).....	5
1.6.3 Metode Analisis.....	6

1.6.4	Metode Testing	6
1.7	Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI		8
2.1	Tinjauan Pustaka.....	8
2.2	Konsep Dasar Multimedia.....	10
2.2.1	Pengertian Multimedia	10
2.2.2	Jenis - Jenis Multimedia	11
2.2.3	Unsur Sistem Multimedia.....	11
2.3	Promosi	13
2.3.1	Pengertian Promosi	13
2.3.2	Pengertian Media Promosi.....	13
2.3.3	Bauran Promosi.....	14
2.4	Video.....	15
2.4.1	Standar Video.....	15
2.4.2	Jenis Video.....	16
2.4.2.1	Video Analog.....	16
2.4.2.2	Video Digital	16
2.5	<i>Live Shoot</i>	17
2.5.1	<i>Type of Shot</i>	17
2.5.1.1	<i>Close Up (CU)</i>	17
2.5.1.2	<i>Medium Close Up (MCU)</i>	18
2.5.1.3	<i>Extreme Close Up (ECU)</i>	18
2.5.1.4	<i>Medium Shot (MS)</i>	19
2.5.1.5	<i>Long Shot (LS)</i>	20
2.5.1.6	<i>Very Long Shot (VLS)</i>	20
2.6	<i>Motion Graphic</i>	21
2.6.1	Pengertian <i>Motion Graphic</i>	21

2.6.2	Sejarah <i>Motion Graphic</i>	22
2.6.3	Metode <i>Motion Graphic</i>	22
2.7	Tahap Produksi	23
2.7.1	Pra-produksi	23
2.7.2	Produksi	24
2.7.3	Pasca Produksi	24
2.8	Instagram Ads	24
2.9	Pengujian	24
2.9.1	Pengujian Alpha (<i>Alpha Testing</i>)	24
2.9.2	Pengujian Beta (<i>Beta Testing</i>)	24
2.9.2.1	Skala Likert	25
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		27
3.1	Tinjauan Umum	27
3.1.1	Deskripsi Objek	27
3.1.2	Logo Hozpit (Houze of Piratez)	28
3.2	Pengumpulan Data	28
3.2.1	Wawancara	28
3.2.2	Observasi	29
3.2.2.1	Instagram	30
3.2.2.2	Youtube	30
3.2.2.3	Website	31
3.3	Analisis Masalah	32
3.3.1	Analisis SWOT	32
3.3.2	Kelemahan dari Media Lama	35
3.3.3	Solusi yang Ditawarkan	35
3.3.4	Solusi yang Dipilih	36

3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	36
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	36
3.4.1.1	Kebutuhan Informasi	36
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	37
3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	37
3.4.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	38
3.4.2.3	Kebutuhan <i>Brainware</i>	38
3.5	Analisis Kelayakan	39
3.5.1	Kelayakan Teknologi	39
3.5.2	Kelayakan Operasional.....	40
3.5.3	Kelayakan Hukum.....	40
3.5.4	Kelayakan Ekonomi	40
3.6	Tahap Pra Produksi.....	40
3.6.1	Rancangan Konsep Video Promosi.....	40
3.6.2	Rancangan Naskah Video Promosi.....	41
3.6.3	Rancangan <i>Storyboard</i>	43
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Implementasi	49
4.1.1	Produksi.....	50
4.1.1.1	<i>Shooting</i>	50
4.1.1.2	Pembuatan Objek Grafis.....	53
4.1.1.3	Animasi <i>Motion Graphics</i>	55
4.2	Tahap Pascaproduksi	61
4.2.1	Proses <i>Capturing</i>	61
4.2.2	Proses <i>Compositing</i>	62
4.2.3	<i>Final Compositing</i> dan <i>Coloring</i>	63
4.2.4	<i>Rendering</i>	65

4.3	Evaluasi.....	68
4.3.1	Alpha Testing.....	69
4.3.2	Beta <i>Testing</i>	71
4.3.2.1	Perhitungan Skala Likert Aspek Informasi	71
4.3.2.2	Perhitungan Skala Likert Aspek Multimedia	74
4.4	<i>Media Placement</i>	78
BAB V PENUTUP		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		1
LAMPIRAN		1

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian	9
Tabel 3.1 Matriks Strategi SWOT	32
Tabel 3.2 Kebutuhan Perangkat Keras	37
Tabel 3.3 Kebutuhan Perangkat Lunak	38
Tabel 3.4 Rancangan Naskah	41
Tabel 3.5 Tabel <i>Storyboard</i>	43
Tabel 4.1 <i>Alpha Testing</i>	69
Tabel 4.2 Skala Likert Aspek Informasi	71
Tabel 4.3 Persentase Arikunto	72
Tabel 4.4 Skala Likert Aspek Multimedia	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia	11
Gambar 2.2 Pengambilan gambar <i>close up</i>	18
Gambar 2.3 Pengambilan Gambar <i>Medium Close Up</i>	18
Gambar 2.4 Pengambilan Gambar <i>Extreme Close Up</i>	19
Gambar 2.5 Pengambilan Gambar <i>Medium Shot</i>	19
Gambar 2.6 Pengambilan Gambar <i>Long Shot</i>	20
Gambar 2.7 Pengambilan Gambar <i>Very Long Shot</i>	20
Gambar 2.8 Presentase Penilaian Likert	26
Gambar 3.1 Logo Hozpit (Houze of Piratez)	28
Gambar 3.2 Instagram Hozpit (Houze of Piratez).....	30
Gambar 3.3 <i>Youtube channel</i> Hozpit (Houze of Piratez).....	31
Gambar 3.4 <i>Website</i> Hozpit (Houze of Piratez)	31
Gambar 4.1 Bagan Produksi & Pasca Produksi	49
Gambar 4.2 Pengambilan Gambar di Hozpit (Houze of Piratez).....	50
Gambar 4.3 Pengambilan Gambar <i>Medium Close Up</i>	51
Gambar 4.4 Pengambilan Gambar <i>Close Up</i>	52
Gambar 4.5 Pengambilan Gambar <i>Extreme Close Up</i>	53
Gambar 4.6 Proses <i>Logo Tracing</i> 1 dengan Adobe Illustrator CC 2017	54
Gambar 4.7 Proses <i>Logo Tracing</i> 2 dengan Adobe Illustrator CC 2017	54
Gambar 4.8 Kotak Dialog <i>Import</i> Adobe After Effect	56
Gambar 4.9 Komposisi Adobe After Effect.....	56
Gambar 4.10 <i>Position</i>	57
Gambar 4.11 <i>Scale</i>	58

Gambar 4.12 <i>Rotation</i>	58
Gambar 4.13 <i>Opacity</i>	59
Gambar 4.14 <i>Trim Paths</i>	60
Gambar 4.15 <i>Masking</i>	61
Gambar 4.16 Manajemen <i>file</i>	62
Gambar 4.17 <i>Compositing Footage</i> Sesuai <i>Storyboard</i>	63
Gambar 4.18 <i>Final Compositing</i>	64
Gambar 4.19 Sebelum dan Sesudah <i>Color Grading</i>	65
Gambar 4.20 Pengaturan <i>Rendering Video</i>	66
Gambar 4.21 Pengaturan <i>Rendering Audio</i>	66
Gambar 4.22 Proses <i>Rendering</i>	67
Gambar 4.23 Hasil <i>Rendering Motion Graphic</i> Nama Produk	67
Gambar 4.24 Hasil <i>Rendering Motion Graphic Animated Tittle</i>	67
Gambar 4.25 Hasil <i>Rendering Motion Graphic</i> Spesifikasi Produk	68
Gambar 4.26 Hasil <i>Rendering Motion Graphic Logo Closing</i>	68
Gambar 4.27 Penilaian Skala Likert	71
Gambar 4.28 Penayangan Media Promosi di Instagram.....	79
Gambar 4.29 Statistik Penayangan Video.....	79

INTISARI

Hozpit (Houze of Piratez) merupakan sebuah industri kreatif yang terletak di wilayah Sewon, Bantul, Yogyakarta. Sejak berdiri tahun 2012 Hozpit menjadikan kulit sebagai bahan utama pembuatan produk tas, dompet, dan ikat pinggang pada setiap produknya terdapat ukiran, lukisan dan corak yang menjadikan ciri khas tersendiri dari produk Hozpit, namun selama ini media promosi yang di gunakan belum memberikan informasi yang jelas terhadap fasilitas-fasilitas yang di miliki oleh sebuah produk serta tahapan-tahapan yang dilewati dalam pembuatan sebuah produk.

Dengan adanya permasalahan tersebut, penulis ingin membuat sebuah media promosi dalam bentuk video dengan memanfaatkan multimedia sebagai sarana yang digunakan untuk strategi komunikasi pemasaran. Dalam proses pembuatan media promosi terdapat tahapan pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan selama penelitian, tahapan analisis untuk mengidentifikasi masalah yang akan diselesaikan dan merancang kebutuhan yang harus dipenuhi, tahapan implementasi dari hasil perancangan sebelumnya serta tahapan evaluasi dan pengujian terhadap hasil akhir media promosi yang dibuat.

Dari hasil penelitian ditemukan masalah berupa kurangnya pemanfaatan multimedia sebagai media promosi secara maksimal pada objek penelitian, dimana penggunaan multimedia sebagai media promosi masih sebatas media gambar dan teks, belum memanfaatkan lima elemen multimedia yang terdiri dari elemen gambar, teks, video, audio dan animasi.

Kata kunci: Multimedia, Media Promosi, Motion Graphic, Live Shoot

ABSTRACT

Hozpit (Houze of Piratez) is a creative industry located in the Sewon area, Bantul, Yogyakarta. Since its founding in 2012 Hozpit has made leather as the main ingredient in making bags, wallets and belts for every product there are carvings, paintings and patterns that make the distinctive characteristics of Hozpit products, but all this time the promotional media that has been used has not provided clear information the facilities possessed by a product and the stages that are passed in making a product.

With these problems, the author wants to make a promotional media in the form of video by utilizing multimedia as a means used for marketing communication strategies. In the process of making promotional media there are stages of data collection to obtain information needed during research, stages of analysis to identify problems to be resolved and design needs that must be met, stages of implementation of the previous design results and stages of evaluation and testing of the final results of promotional media made .

From the results of the study found a problem in the form of lack of use of multimedia as a promotional media optimally on research objects, where the use of multimedia as a promotional media is still limited to image and text media, yet utilizing five multimedia elements consisting of elements of images, text, video, audio and animation.

Keywords: *Multimedia, Promotion Media, Motion Graphic, Live Shoot*