

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN KAMERA DAN ALAT ALAT
MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI IFRAME RENTAL DI
SOSIAL MEDIA**

SKRIPSI

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



disusun oleh

ARIEF MIFTAKH

17.11.1397

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN KAMERA DAN ALAT ALAT
MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI IFRAME RENTAL DI
SOSIAL MEDIA**

SKRIPSI

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



disusun oleh

ARIEF MIFTAKH

17.11.1397

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN KAMERA DAN ALAT ALAT
MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI IFRAME RENTAL DI
SOSIAL MEDIA**


yang disusun dan diajukan oleh

Arief Miftakh

17.11.1397

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 7 Agustus 2023

Dosen Pembimbing


Ahlili Masruro, M.Kom
NIK. 190302148

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN VIDEO IKLAN KAMERA DAN ALAT ALAT
MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI IFRAME RENTAL DI
SOSIAL MEDIA

yang disusun dan diajukan oleh

Arief Miftakh

17.11.1397

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 16 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Muhammad Tofa Nurcholis, M.Kom
NIK. 190302281

Pramudhita Ferdiansyah, M.Kom
NIK. 190302409

Ahlihi Masruro, M.Kom
NIK. 190302148

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 16 Agustus 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 : Arief Miftakh
NIM : 17.11.1397

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Perancangan Video Iklan Kamera dan Alat-Alat Multimedia sebagai Media Promosi Iframe Rental di Sosial Media

Dosen Pembimbing : Ahlihi Masruro, 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, 16 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



SPULLUR RIBU RUPIAH
10000
METERAI
TEMPEL
07DE4AKX677628635

Arief Miftakh

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas terselesaikannya Laporan Tugas Akhir ini. Maka dari itu, peneliti ingin menyampaikan persembahan untuk:

1. Mama saya Siti Sulastri, Papa saya Suwito Saleh dan Bapak saya Suradiman yang tak pernah kurang dalam memberikan kasih sayang dan dukungan kepada setiap langkah dan pilihan anak satu-satunya. Terimakasih Mama yang selalu mengajarkan semua aspek pelajaran hidup , selalu mengajarkan untuk menjadi orang yang jujur dan *teges* dalam pekerjaan dan masyarakat. Terimakasih untuk Papa yang tidak pernah lelah mengingatkan pentingnya selalu mengingat Allah walau dalam keadaan sibuk sekalipun. Terimakasih kepada Bapak saya yang mengajarkan tentang sabar dan juga selalu menghadirkan tawa saat berada di rumah.
2. Kakak saya Khairunnisa dan keluarga yang selalu mendukung, memberikan semangat danda'a kepada adiknya , walaupun tau adiknya tidak disiplin.
3. Ulfa Maria yang telah bersedia membagi waktu, tenaga, pikiran, dan perasaan bersama selama pengerjaan naskah skripsi ini.
4. Mistho Khitobi selaku teman seperjuangan di Universitas AMIKOM yang sudah membantu meberikan referensi skripsi yang mungkin tanpa bantuannya, skripsi ini tidak akan selesai.
5. Mas Muhammad Zulfi Ifani dan Mbak Kitik Intarti yang sudah memberi kesempatan penulis untuk bisa bekerja dan menjadi bagian dari keluarga besar Iframe Multimedia. Tempat penulis mendapat banyak peluang dan pelajaran.
6. Mas Imam Fathkurrozi selaku SPV Iframe Rental yang mengizinkan saya untuk memakai kontrakannya sebagai tempat istirahat dan tempat untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Artikel Ilmiah yang berjudul “Perancangan Video Iklan Kamera dan Alat-Alat Multimedia sebagai Media Promosi Iframe Rental di Sosial Media”. Dengan baik dan lancar. Selama menyusun Artikel Ilmiah ini, penulis tidak lepas dari beberapa pihak. Maka dari itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof, Dr.M.Suyanto, MM., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Ahlihi Masruro, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingannya
3. Segenap dosen Program Studi Informatika atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama masa studi.
4. Seluruh Staff dan Karyawan Iframe yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan.
5. Keluarga Tercinta yang selalu memberikan dorongan moral serta materi.
6. Semua teman-teman seperjuangan dan berbagai pihak yang telah membantupenulis serta memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan Artikel Ilmiah ini.

Penulis sadar bahwa penulisan Artikel Ilmiah ini terdapat banyak kekurangan. Untuk itu penulis menghimbau agar para pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang membangun atas Artikel Ilmiah ini. Akhir kata penulis berharap agar Artikel Ilmiah ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang memerlukan.

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------------|-------------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| 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 Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 4 |
| 1.6 Metode Penelitian..... | 4 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Studi Literatur | 8 |
| 2.2 Dasar Teori..... | 12 |

| | |
|---------------------------------------------|-----------|
| 2.2.1 Pengertian Multimedia..... | 12 |
| 2.2.2 Motion Graphic | 14 |
| 2.2.3 Live Shoot | 14 |
| 2.2.4 Camera Tracking..... | 14 |
| 2.2.5 Motion Tracking..... | 14 |
| 2.2.6 Pengertian Promosi | 15 |
| 2.3 Metode Analisis | 16 |
| 2.3.1 SWOT | 16 |
| 2.3.2 Analisis Kebutuhan..... | 17 |
| 2.4 Metode Perancangan..... | 18 |
| 2.4.1 Pra Produksi | 18 |
| 2.4.2 Produksi..... | 19 |
| 2.4.3 Pasca Produksi | 20 |
| 2.5 Evaluasi..... | 20 |
| 2.5.1 Skala Likert | 20 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 22 |
| 3.1 Tinjauan Umum | 22 |
| 3.1.1 Deskripsi Singkat iFrame Rental | 22 |
| 3.2 Pengumpulan Data | 23 |
| 3.2.1 Wawancara..... | 23 |
| 3.2.2 Observasi..... | 24 |
| 3.3 Analisis Data | 26 |
| 3.4 Analisis Masalah..... | 27 |
| 3.4.1 SWOT | 27 |
| 3.4.2 Kelemahan Media Lama | 29 |
| 3.4.3 Solusi yang Ditawarkan | 29 |
| 3.4.4 Solusi yang Dipilih..... | 29 |
| 3.4.5 Kesimpulan | 30 |
| 3.5 Analisa Kebutuhan..... | 30 |
| 3.5.1 Analisa Kebutuhan Informasi | 30 |

| | | |
|-----------------------------------|---------------------------|----|
| 3.6 | Pra Produksi | 32 |
| 3.6.1 | Ide..... | 32 |
| 3.6.2 | Konsep..... | 32 |
| 3.6.3 | Rancangan Naskah..... | 33 |
| 3.6.4 | Storyboard..... | 34 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 52 |
| 4.1 | Proses Produksi | 52 |
| 4.2.1 | Editing..... | 68 |
| 4.2.2 | Rendering..... | 71 |
| 4.2 | Publishing..... | 72 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 73 |
| 4.4 | Teknis Analisis Data..... | 78 |
| 4.5.1 | Uji Validitas | 78 |
| 4.4.2 | Uji Reliabilitas | 80 |
| BAB V PENUTUP..... | | 81 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 81 |
| 5.2 | Saran..... | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 83 |

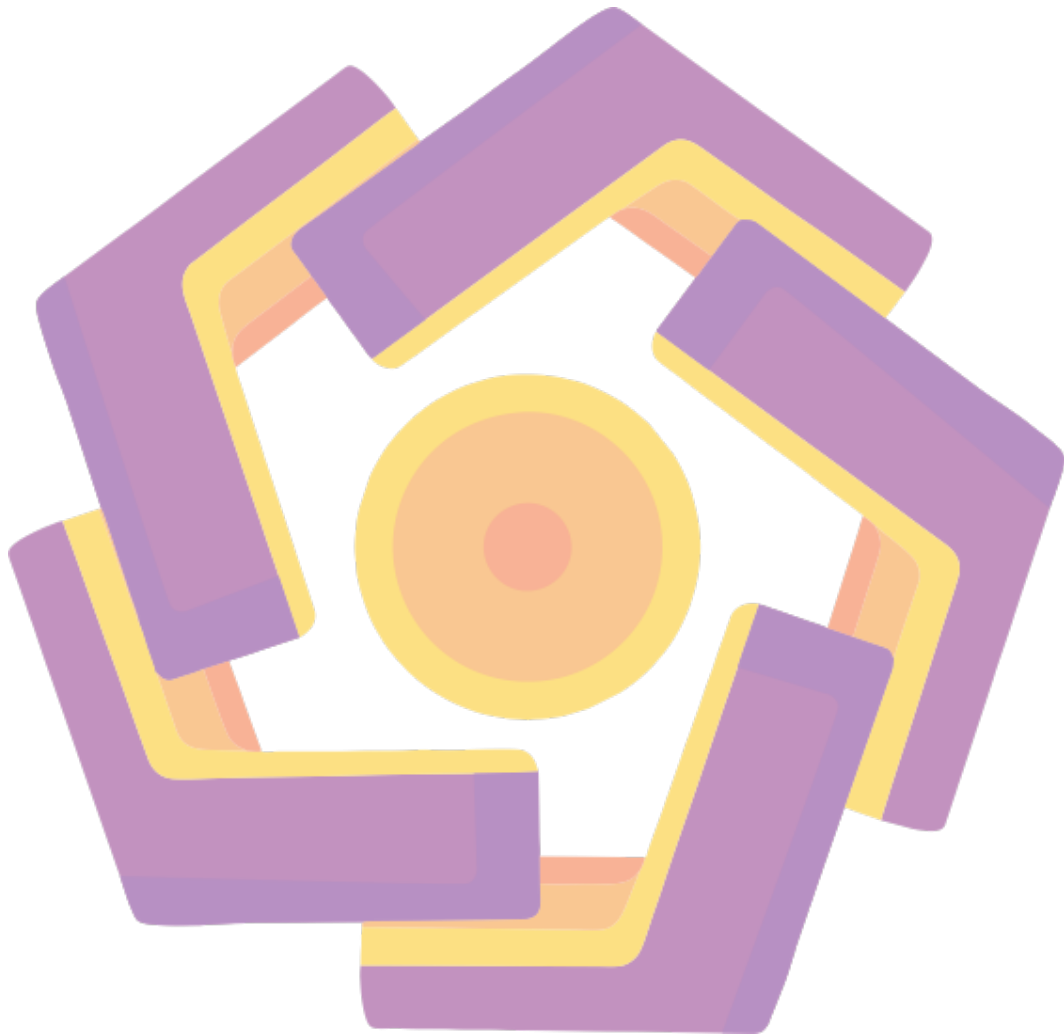
DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Keaslian Penelitian Bagian 1..... | 10 |
| Tabel 2. 2 Keaslian Penelitian Bagian 2..... | 11 |
| Tabel 2. 3 Keaslian Penelitian Bagian 3..... | 11 |
| Tabel 2. 2 SWOT..... | 17 |
| Tabel 2. 2 Evaluasi Skala Likert..... | 21 |
| Tabel 3. 1 <i>Alpha Cronbach</i> | 27 |
| Tabel 3. 2 Analisis SWOT..... | 28 |
| Tabel 3. 3 Tabel Story Board | 34 |
| Tabel 4. 1 Hasil Footage Video..... | 53 |
| Tabel 4. 2 Aset Grafis..... | 57 |
| Tabel 4. 3 Indikator Pertanyaan..... | 73 |
| Tabel 4. 4 Variabel dan Skor..... | 74 |
| Tabel 4. 5 Persentase Skor Jawaban..... | 75 |
| Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Validitas | 79 |
| Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas | 80 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3. 1 Instagram IFrame Rental cabang Jogokariyan | 24 |
| Gambar 3. 2 Naskah Video Iklan Iframe Rental Bagian 1 | 33 |
| Gambar 3. 3 Naskah Video Iklan Iframe Rental Bagian 2..... | 34 |
| Gambar 4. 1 Behind the Scene Produksi Video Iklan 1 | 52 |
| Gambar 4. 2 Behind the Scene Produksi Video Iklan 2 | 53 |
| Gambar 4. 3 Tampilan <i>window New Composition</i> | 59 |
| Gambar 4. 4 File yang akan di <i>Import File</i> ke dalam <i>Composition</i> | 60 |
| Gambar 4. 5 Tambilan <i>Null Object</i> pada <i>Layer</i> | 60 |
| Gambar 4. 6 Memunculkan <i>Window Tracker</i> | 61 |
| Gambar 4. 7 Tampilan <i>Track Point</i> pada <i>Track Motion</i> | 61 |
| Gambar 4. 8 Tampilan <i>Window Motion Target</i> yang Diarahkan ke <i>Null Object</i> . | 62 |
| Gambar 4. 9 Tampilan <i>Keyframe</i> pada <i>Null Object</i> Berdasarkan Pergerakan <i>Track Point</i> | 62 |
| Gambar 4. 10 Tampilan Aset Grafis yang Sudah di Atur Posisi dan Diberi <i>Keyframe</i> | 63 |
| Gambar 4. 11 Tampilan Cara <i>Setting Render File</i> | 63 |
| Gambar 4. 12 Tampilan <i>Window Output Media Settings</i> | 64 |
| Gambar 4. 13 Tampilan <i>New Composition</i> yang Menyesuaikan Ukuran Aset Grafis | 65 |
| Gambar 4. 14 Mengganti Font yang Dipakai | 65 |
| Gambar 4. 15 Mencari <i>Effect Slider</i> | 66 |
| Gambar 4. 16 Mengatur Nilai Teks Agar Dapat Dikendalikan Dengan Slider.... | 66 |
| Gambar 4. 17 Mengatur Nilai <i>Slider</i> Menjadi Angka Desimal..... | 67 |
| Gambar 4. 18 Mengatur <i>Keyframe Slider</i> Sesuai Kebutuhan..... | 67 |
| Gambar 4. 19 Tampilan <i>Footage</i> yang Sudah di <i>Import</i> | 68 |
| Gambar 4. 20 <i>Footage</i> yang Sudah di Pilih dan di Tata | 69 |
| Gambar 4. 21 Tampilan <i>Footage</i> yang Diberi Filter Warna dan Transisi..... | 69 |
| Gambar 4. 22 Tampilan <i>Timeline</i> yang Diberi Aset Grafis dan Animasi | 70 |
| Gambar 4. 23 <i>Import Music Background</i> | 70 |

Gambar 4. 24 *Import Sound Effect* 70
Gambar 4. 25 Tampilan Menu *Export*..... 71
Gambar 4. 26 Tampilan *Window* Pengaturan Render Video 72
Gambar 4. 27 Publishing Video Iklan Iframe Rental 72



INTISARI

Iframe Rental merupakan usaha penyewaan kamera dan alat-alat multimedia, usaha ini terletak di Nglempong Lor, RT.7/RW.22, Randugiang, Sariharjo, Ngaglik, Sleman yang berdiri sejak 2013. Usaha ini bergerak di bidang rental yang menyediakan berbagai keperluan multimedia. Dalam mengembangkan usahanya, IFrame Rental sudah melakukan promosi-promosi menggunakan sosial media tetapi kualitas yang disajikan masih kurang. Maka dari itu solusi yang dilakukan yaitu merancang video promosi yang baik dengan teknik *live shoot* dan menambahkan *motion graphic* untuk meningkatkan kualitas media sosial IFrame Rental.

Metode yang dilakukan pertama kali yaitu metode pengumpulan data berupa metode observasi dan wawancara. Kemudian yang kedua yaitu menggunakan metode analisis SWOT untuk merumuskan konten pada video promosi yang cocok untuk IFrame Rental. Setelah itu metode perancangan terbagi menjadi 3 yaitu proses pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Hasil penelitian ini yaitu berupa video iklan iframe yang diupload ke media sosial *Instagram* dimana telah di uji kepada 26 responden menggunakan skala likert dengan rata-rata nilai pada aspek informasi 83,84% dan aspek visual audio 85,00% dalam kriteria sangat setuju/ sangat nyaman/ sangat jelas/ sangat percaya/sangat tahu.

Kata kunci: *motion graphic, live shoot, video promosi, analisis SWOT*

ABSTRACT

Iframe Rental is a camera and multimedia equipment rental business located in Nglempung Lor, RT.7/RW.22, Randuguang, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, established since 2013. The business operates in the rental sector, providing various multimedia equipment. In its efforts to expand, IFrame Rental has conducted promotions through social media, but the quality presented is still lacking. Therefore, the solution implemented is to create a well-designed promotional video using live shoot techniques and incorporating motion graphics to enhance the quality of IFrame Rental's social media.

The first method employed is the data collection method, consisting of observational and interview methods. The second method involves using the SWOT analysis method to formulate content for the promotional video suitable for IFrame Rental. Following that, the design method is divided into three phases: pre-production, production, and post-production processes.

The results of this research include an iframe advertisement video uploaded to Instagram, which was tested on 26 respondents using a Likert scale. The average scores for the information aspect were 83.84%, and for the visual audio aspect, it was 85.00%, falling under the criteria of strongly agree/very comfortable/very clear/very trustworthy/very knowledgeable.

Keyword: *motion graphic, live shoot, promotional video, SWOT analysis*