

**PENGGUNAAN TEKNIK LIVE SHOOTING DAN MOTION GRAPHIC
DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN LIKE PROJECT HOME
INDUSTRI**

SKRIPSI



disusun oleh

Harimas Shofi Mahatma

13.11.6913

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

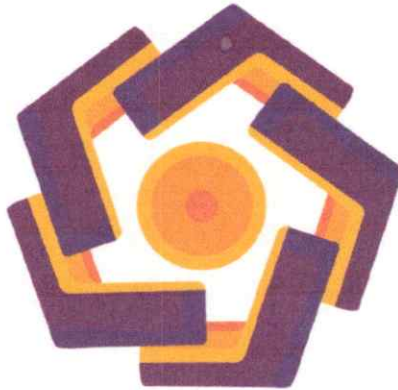
2018



**PENGUNAAN TEKNIK LIVE SHOOTING DAN MOTION GRAPHIC
DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN LIKE PROJECT
HOME INDUSTRI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh :

Harimas Shofi Mahatma

13.11.6913

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGGUNAAN TEKNIK LIVE SHOOTING DAN MOTION
GRAPHIC DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN
LIKE PROJECT HOME INDUSTRI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Harimas Shofi Mahatma

13.11.6913

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 30 Maret 2017

Dosen Pembimbing,


Agus Purwanto, M.Kom.

NIK.190302229



PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGGUNAAN TEKNIK LIVE SHOOTING DAN MOTION
GRAPHIC DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN
LIKE PROJECT HOME INDUSTRI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Harimas Shofi Mahatma

13.11.6913

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 15 Februari 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom.
NIK. 190302164

Agus Fatkhurohman, M.Kom.
NIK.190302249

Agus Purwanto, M.Kom.
NIK.190302229

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 20 Februari 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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 4 Maret 2019



Harimas Shofi Mahatma

NIM. 13.11.6913

MOTTO

Mungkin akan terasa sulit ketika anda melakukan sesuatu yang anda benci setengah mati. Tetapi, itu akan menjadi hal yang mudah ketika anda sedang menginginkannya.

"Dimanapun engkau berada selalulah menjadi yang terbaik dan berikan yang terbaik dari yang bisa kau berikan"

(B.J. Habibie)

"Satu-satunya cara untuk melakukan pekerjaan hebat adalah mencintai apa yang anda lakukan"

(Steve Jobs)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas izin Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis persembahkan Skripsi ini untuk :

1. Allah SWT karena berkat izin-Nya yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW
3. Kedua orang tua penulis Bapak Drs. Banu Mahatmanto, M.M. dan Ibu Suryani yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua adik Insandhia Luqmanul Mahatma dan Juanafi Ghitha Mahatma dengan memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Keluarga besar dari kedua orang tua.
6. Bapak Agus Purwanto, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal sampai akhir sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Teman-teman Potrait dan 13-SITI-03 yang selalu memberikan semangat.
8. Dosen dan Staff Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan materi serta pelatihan, sehingga ilmu-ilmu yang penulis dapatkan dapat membantu dalam proses pembuatan Skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan ridho - Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Hal ini tidak terlepas dari semua pihak yang telah. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih kepada pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto selaku rector Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, MT selaku dekan fakultas Sains dan Teknologi, dan ketua program studi S1 Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Agus Purwanto, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dan memotivasi.
4. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom dan Bapak Agus Fathkhurohman, M.Kom selaku Dosen Penguji yang telah menguji skripsi ini.
5. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat, doa dan memberi dukungan.
6. Lika Utami Putri selaku pemilik Like Project Home Industry yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian.
7. Teman-teman 13-S1TI-03 yang telah memberikan pengalaman.
8. Suryanita dan semua teman yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR ISTILAH.....	xviii
INTISARI.....	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	3
1.5.2 Metode Analisis.....	4
1.5.3 Metode Perancangan.....	4
1.5.4 Metode Pengembangan.....	4
1.5.5 Metode Testing.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
Tabel 2.1 Tabel perbandingan dengan penelitian Eka Lestari	7

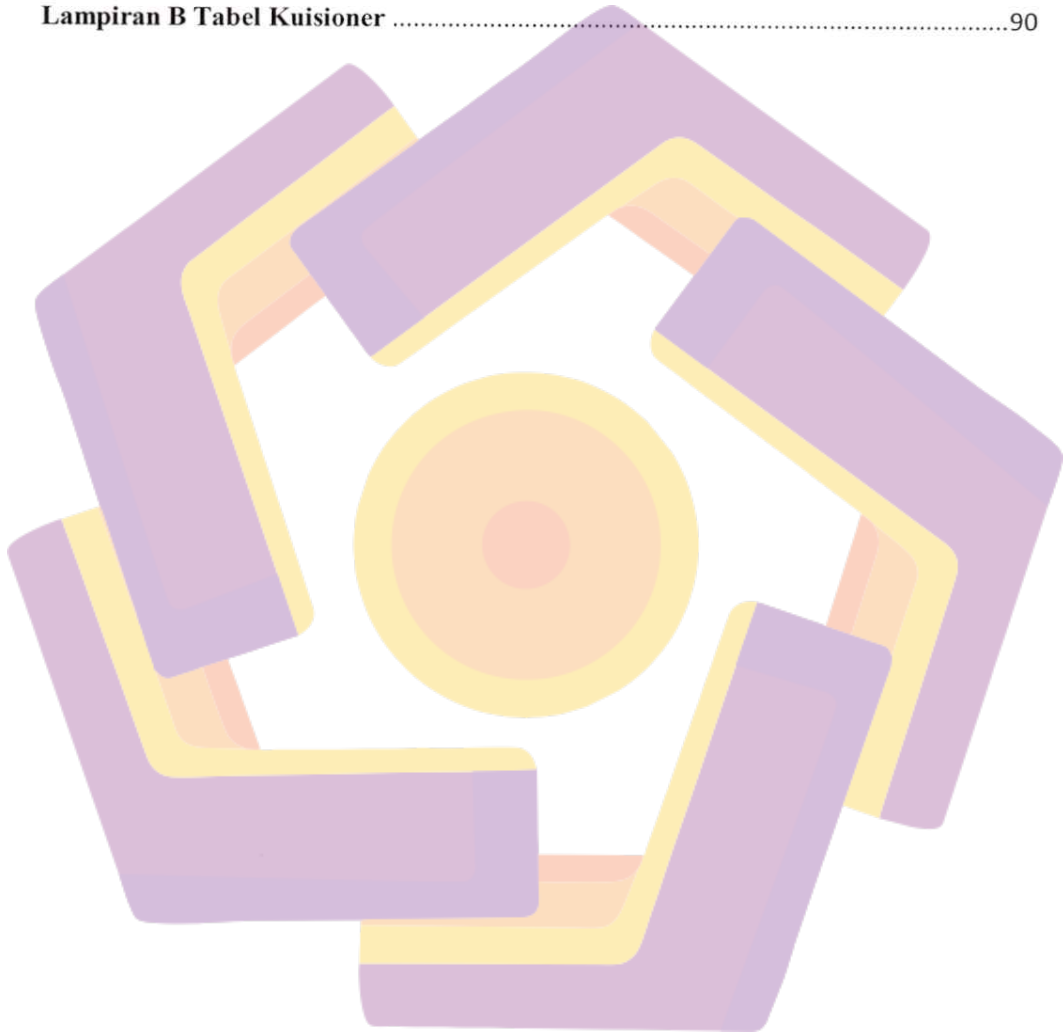
Tabel 2.2 Tabel perbandingan dengan penelitian Husen Amin Febriyanto	8
Tabel 2.3 Tabel perbandingan dengan penelitian Gatot Susilo	9
2.2 Video	10
2.3 Periklanan	13
2.3.1 Definisi Iklan	13
2.3.2 Tujuan Periklanan.....	13
2.3.3 Manfaat Iklan	14
2.3.4 Efektivitas Promosi Instagram.....	14
2.4 Motion Graphic	15
2.4.1 Sejarah Motion Graphic	15
2.5 Konsep Dasar Animasi.....	17
2.5.1 PrinsipAnimasi	17
Gambar 2.1 Anticipation	18
Gambar 2.2 Squash and Stretch	18
Gambar 2.3 Staging.....	19
Gambar 2.4 Straight-ahead Action dan Pose-to-Pose	19
Gambar 2.5 Follow-trought dan Overlapping Action.....	20
Gambar 2.6 Slow In – Slow Out.....	20
Gambar 2.7 Arcs.....	21
Gambar 2.8 Secondary Action	21
Gambar 2.9 Timing	22
Gambar 2.10 Exaggeration.....	22
Gambar 2.11Solid Drawing	23
Gambar 2.12 Appeal	23
2.5.2 JenisAnimasi	24
2.6 Live Shoot.....	25
2.7 Proses Produksi	26
2.7.1 Pra Produksi	26
2.7.2 Produksi.....	29
2.7.3 Pasca Produksi.....	31
2.8 Teknik Pengambilan Gambar	32

2.8.1	Type of Shot	34
	Gambar 2.13 Contoh Extreme Close Up	34
	Gambar 2.14 Contoh Close Up.....	35
	Gambar 2.15 Contoh Medium Close Up	35
	Gambar 2.16 Contoh Medium Shot.....	36
	Gambar 2.17 Contoh Medium Full Shot.....	37
	Gambar 2.18 Contoh Full Shot	37
	Gambar 2.19 ContohMedium Long Shot.....	38
	Gambar 2.20 Contoh Long Shot.....	39
	Gambar 2.21 Contoh Extreme Long Shot.....	40
2.8.2	Camera Angle	40
2.8.3	Pergerakan Kamera	42
2.9	Analisis	43
2.9.1	Analisis Sistem	43
2.9.2	Analisis SWOT.....	43
2.9.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	45
	2.9.3.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	45
	2.9.3.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	45
2.10	Evaluasi	46
2.10.1	Kuesioner.....	46
	2.10.1.1 KuesionerTertutup	47
	2.10.1.2 Kuesioner Terbuka.....	47
2.10.2	PerhitunganKuisisioner (Skala Likert).....	47
2.10.3	Menentukan Interval.....	48
Tabel 2.4	Contoh Pengkategorian Skor Jawaban	48
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		49
3.1	Tinjauan Umum.....	49
3.1.1	Profil Like Project	49
3.1.2	Struktur Organisasi.....	49
3.1.3	Logo Like Project	50
Gambar 3.1	Logo Like Project.....	50

3.1.4	Visi dan Misi Like Project	50
3.1.4.1	Visi :	50
3.1.4.2	Misi :	50
3.1.5	Sejarah Proses Bisnis.....	50
3.2	Pengumpulan Data	51
3.2.1	Wawancara	51
3.2.2	Observasi.....	52
	Gambar 3.2 Instagram Like Project.....	52
	Gambar 3.3 Salah Satu Postingan Like Project	52
	Gambar 3.4 Tempat Produksi Like Project.....	53
3.3	Analisis Sistem	53
3.3.1	Analisis SWOT.....	53
	Tabel 3.1 Kualitatif Matriks SWOT	54
3.3.2	Kelemahan Media Lama	56
3.3.3	Solusi yang Diberikan	56
3.3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	57
3.3.4.1	Kebutuhan Fungsional.....	57
3.3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	57
	Tabel 3.2 Kebutuhan Non Fungsional	57
3.4	Pra Produksi	58
3.4.1	Ide.....	58
3.4.2	Rancangan Naskah.....	59
3.4.3	Storyboard.....	61
	Tabel 3.5 Tabel Storyboard	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Proses Produksi	65
4.1.1	Produksi video	65
	Gambar 4.1 File hasil produksi video	65
	Gambar 4.2 File hasil produksi video 2	66
4.1.2	Produksi asset gambar	66
	Gambar 4.3 Foto produk sepatu milik Like project	67

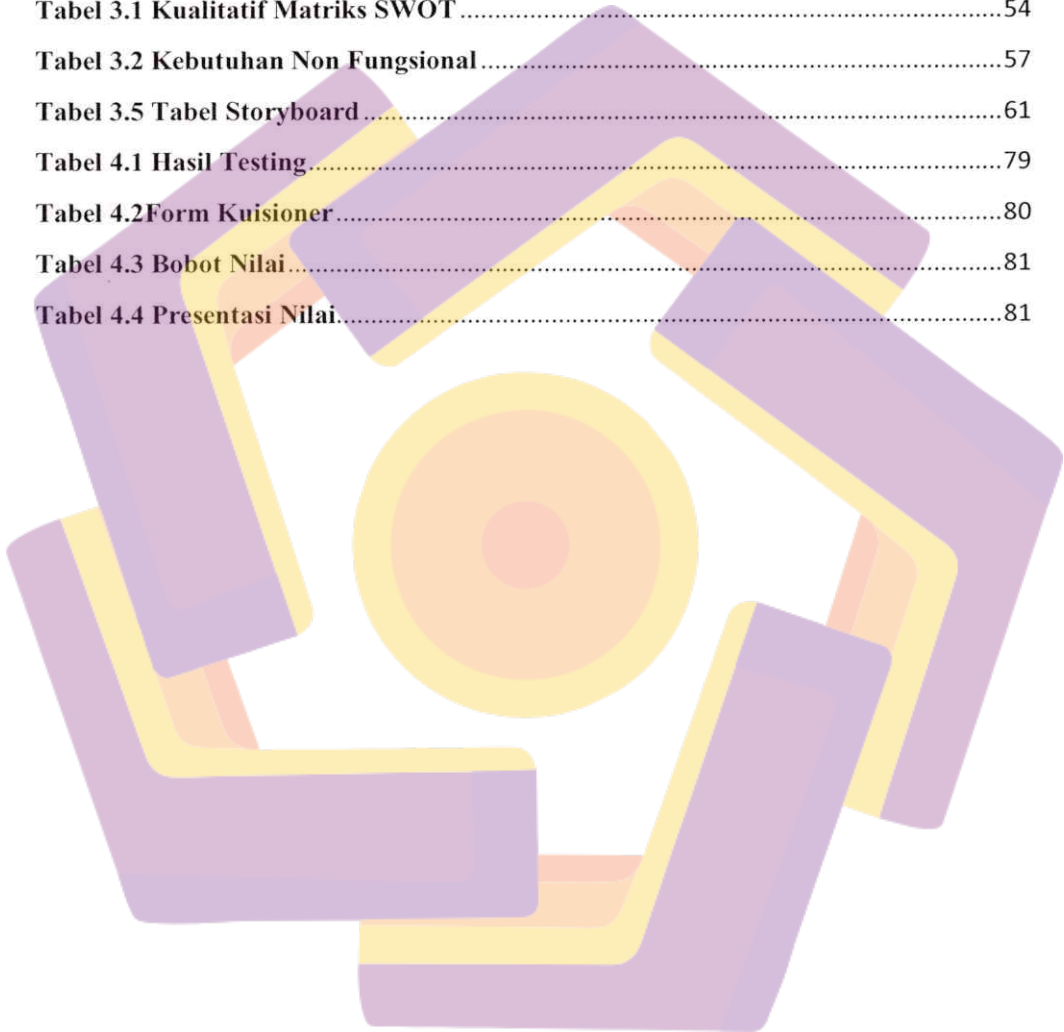
Gambar 4.4 <i>Tracing</i> pada foto produk.....	67
Gambar 4.5 Hasil dari proses <i>tracing</i> produk sepatu.....	68
Gambar 4.6 Beberapa bagian layer gambar sepatu.....	68
Gambar 4.7 Tambahan gambar kaki pada asset sepatu.....	69
Gambar 4.8 Tambahan gambar model pada asset sepatu.....	69
Gambar 4.9 Hasil asset ketika digabung kedalam video	70
4.1.3 Animasi Motion Graphic	70
Gambar 4.10 Proses animasi dalam <i>after effect</i>	70
Gambar 4.11 Pembagian layer pada proses animasi	71
4.1.4 Pemilihan Background Music	71
Gambar 4.12 Pemilihan music di Youtube library	72
4.1.5 Rekam Narasi.....	72
Gambar 4.13 Proses rekam narasi.....	73
Gambar 4.14 File hasil rekam narasi	73
4.2 <i>Pasca</i> Produksi.....	74
4.2.1 Animasi.....	74
Gambar 4.15 Salah satu proses animasi dalam <i>after effect</i>	74
4.2.2 Motion Graphic	75
4.2.3 Editing	75
Gambar 4.16 Penggabungan scene pada Premiere	76
Gambar 4.17 Penambahan background music.....	76
4.2.4 Rendering	77
Gambar 4.18 Setting format rendering	77
Gambar 4.19 Proses rendering.....	77
4.3 Evaluasi	78
4.3.1 Testing	78
Tabel 4.1 Hasil Testing.....	78
4.3.2 Skala Likert.....	79
Tabel 4.2 Form Kuisiner.....	79
Tabel 4.3 Bobot Nilai.....	80
Tabel 4.4 Presentasi Nilai.....	80

BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
Gambar 5.1 Video iklan di akun Instagram Like Project	81
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
Lampiran A Bukti Wawancara	87
Lampiran B Tabel Kuisisioner	90



DAFTAR TABEL

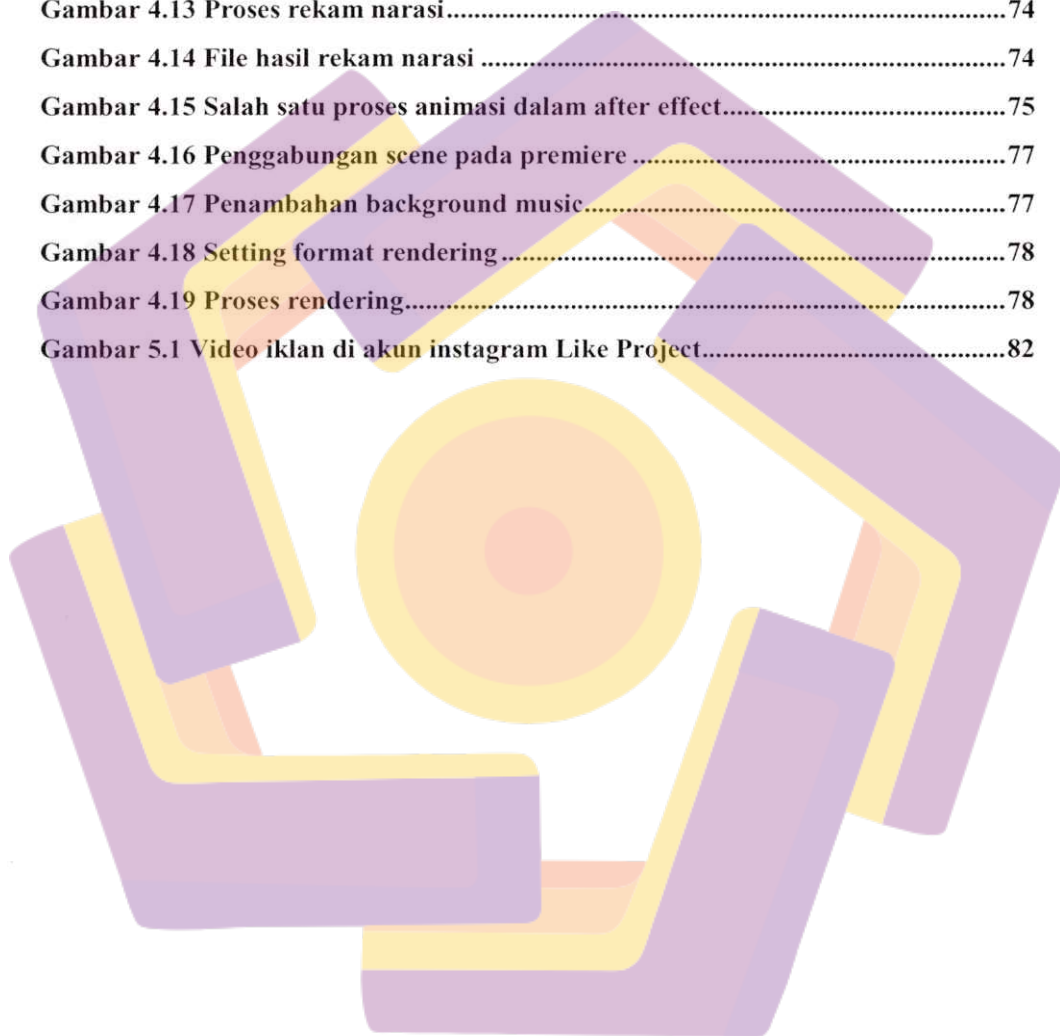
Tabel 2.1 Tabel perbandingan dengan penelitian Eka Lestari	7
Tabel 2.2 Tabel perbandingan dengan penelitian Husen Amin Febriyanto	8
Tabel 2.3 Tabel perbandingan dengan penelitian Gatot Susilo	9
Tabel 2.4 Contoh Pengkategorian Skor Jawaban	48
Tabel 3.1 Kualitatif Matriks SWOT	54
Tabel 3.2 Kebutuhan Non Fungsional	57
Tabel 3.5 Tabel Storyboard	61
Tabel 4.1 Hasil Testing	79
Tabel 4.2 Form Kuisioner	80
Tabel 4.3 Bobot Nilai	81
Tabel 4.4 Presentasi Nilai	81



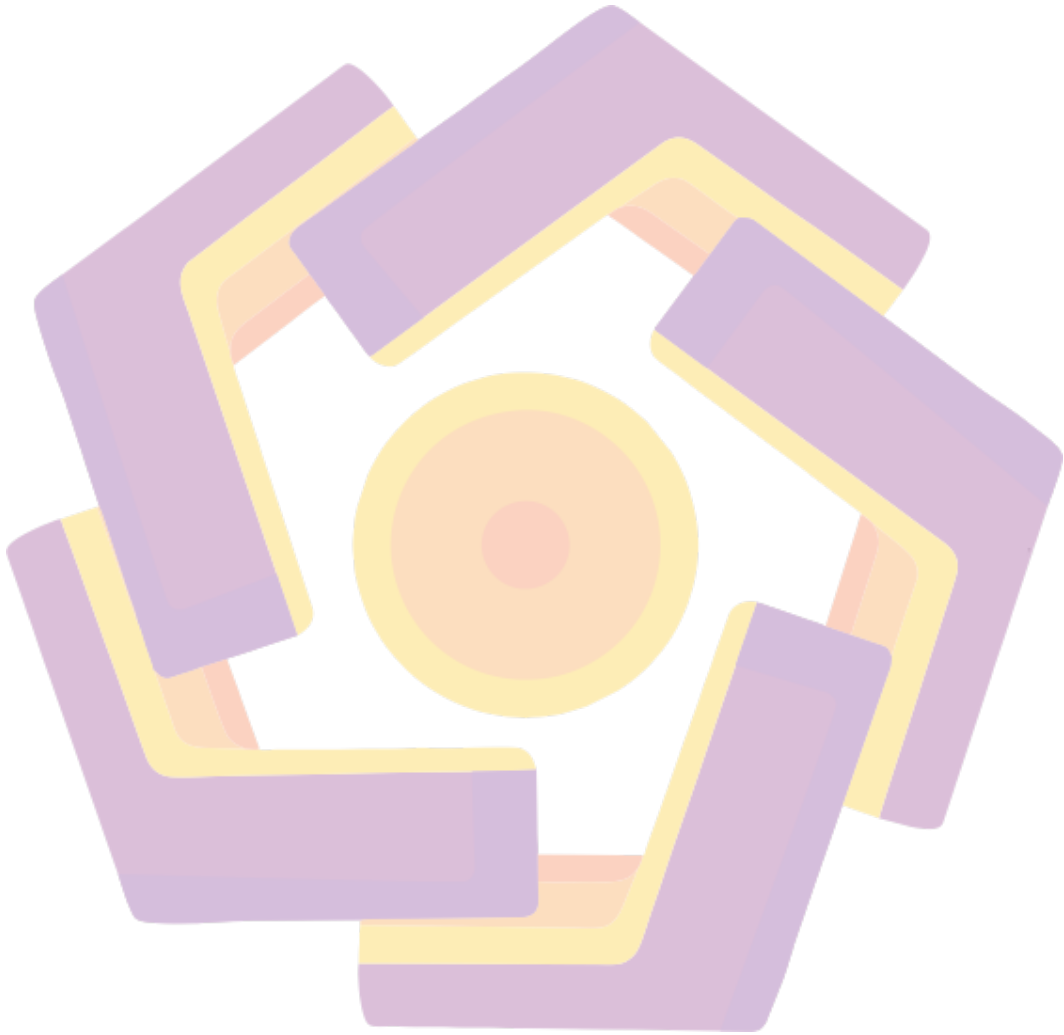
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Anticipation	189
Gambar 2.2 Squash and Stretch	189
Gambar 2.3 Staging.....	20
Gambar 2.4 Straight-ahead Action dan Pose-to-Pose	20
Gambar 2.5 Follow-trought dan Overlapping Action.....	21
Gambar 2.6 Slow In - Slow Out	20
Gambar 2.7 Arcs.....	212
Gambar 2.8 Secondary Action	212
Gambar 2.9 Timing	223
Gambar 2.10 Exaggeration.....	223
Gambar 2.11 Solid Drawing	234
Gambar 2.12 Appeal	234
Gambar 2.13 Contoh Extreme Close Up.....	34
Gambar 2.14 Contoh Close Up.....	35
Gambar 2.15 Contoh Medium Close Up	35
Gambar 2.16 Contoh Medium Shot.....	36
Gambar 2.17 Contoh Medium Full Shot.....	37
Gambar 2.18 Contoh Full Shot	37
Gambar 2.19 Contoh Medium Long Shot.....	38
Gambar 2.20 Contoh Long Shot	40
Gambar 2.21 Contoh Extreme Long Shot.....	41
Gambar 3.1 Logo Like Project.....	50
Gambar 3.2 Instagram Like Project.....	52
Gambar 3.3 Salah Satu Postingan Like Project	52
Gambar 3.4 Tempat Produksi Like Project.....	52
Gambar 4.1 File hasil produksi video.....	66
Gambar 4.1 File hasil produksi video 2.....	67
Gambar 4.3 Foto produk sepatu milik Like Project	68
Gambar 4.4 Tracing pada foto produk	68
Gambar 4.5 Hasil dari proeses tracing produk sepatu	69
Gambar 4.6 Beberapa bagian layer gambar sepatu.....	69

Gambar 4.7 Tambahan gambar kaki pada asset sepatu	70
Gambar 4.8 Tambahan gambar model pada asset sepatu.....	70
Gambar 4.9 Hasil asset ketika digabung kedalam video	71
Gambar 4.10 Proses animasi dalam after effect	71
Gambar 4.11 Pembagian layer pada proses animasi	72
Gambar 4.12 Pemilihan music di Youtube library	73
Gambar 4.13 Proses rekam narasi.....	74
Gambar 4.14 File hasil rekam narasi	74
Gambar 4.15 Salah satu proses animasi dalam after effect.....	75
Gambar 4.16 Penggabungan scene pada premiere	77
Gambar 4.17 Penambahan background music	77
Gambar 4.18 Setting format rendering	78
Gambar 4.19 Proses rendering.....	78
Gambar 5.1 Video iklan di akun instagram Like Project.....	82



DAFTAR ISTILAH



INTISARI

Media promosi adalah hal penting yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan produk, juga meningkatkan mutu dari produk yang sudah digunakan oleh publik. Dalam hal ini pembuatan media periklanan dalam bentuk video sudah sangat dibutuhkan oleh Like Project Home Industri, untuk menambah efisiensi produk dipasaran dan tidak membuang-buang waktu, biaya, tenaga dan memfasilitasi konsumen untuk dapat mengetahui manfaat produk.

Teknik yang dibutuhkan untuk pembuatan video ini adalah live shooting untuk memperjelas bagaimana produk ini bisa digunakan dan hasil yang memuaskan setelah produk digunakan, untuk menambah daya tarik video ini digunakan animasi 2d motion graphic. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effect.

Penelitian ini bertujuan bagaimana membuat sebuah video iklan dengan menggunakan teknik penggabungan antara live shooting dan motion graphic.

Kata Kunci : Video Komersial, Motion Graphic, Video Promosi

ABSTRACT

Media promotions are important things needed by a company to increase product sales, as well as improve the quality of products already used by the public. In this case the manufacture of advertising media in the form of video is very needed by Like Project Home Industry, to increase the efficiency of the products in the market and do not waste time, cost, effort and facilitate the consumers to be able to know the benefits of the product.

The techniques required for the manufacture of this video is a live shooting to clarify how these products can be used and satisfactory results after the product is used, to increase the attractiveness of this video used 2D motion graphic animation. Software used is Adobe Premiere Pro and Adobe After Effects.

The aim of this study how to create a video ad using techniques merger between live shooting and motion graphic.

Keywords : *Video Commercial, Motion Graphic, Media Promotion*

