

**PERANCANGAN PROMOSI IKLAN HERDANA BAGS
MENGUNAKAN TEKNIK LIVESHOOT
DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Yogi Sulistyo

13.12.7772

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



**PERANCANGAN PROMOSI IKLAN HERDANA BAGS
MENGUNAKAN TEKNIK LIVESHOOT
DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Yogi Sulistyo

13.12.7772

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN PROMOSI IKLAN HERDANA BAGS MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

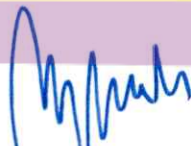
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yogi Sulistyo

13.12.7772

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 23 Februari 2019

Dosen Pembimbing,



Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

NIK. 190302164

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN PROMOSI IKLAN HERDANA BAGS MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yogi Sulistyo
13.12.7772

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 22 Februari 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Heri Sismoro, M.Kom

NIK. 190302037

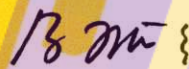
Barka Satya, M.Kom

NIK. 190302126

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

NIK. 190302164

Tanda Tangan



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



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 disuatu instansi 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 disebut dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi

Yogyakarta, 23 Februari 2019

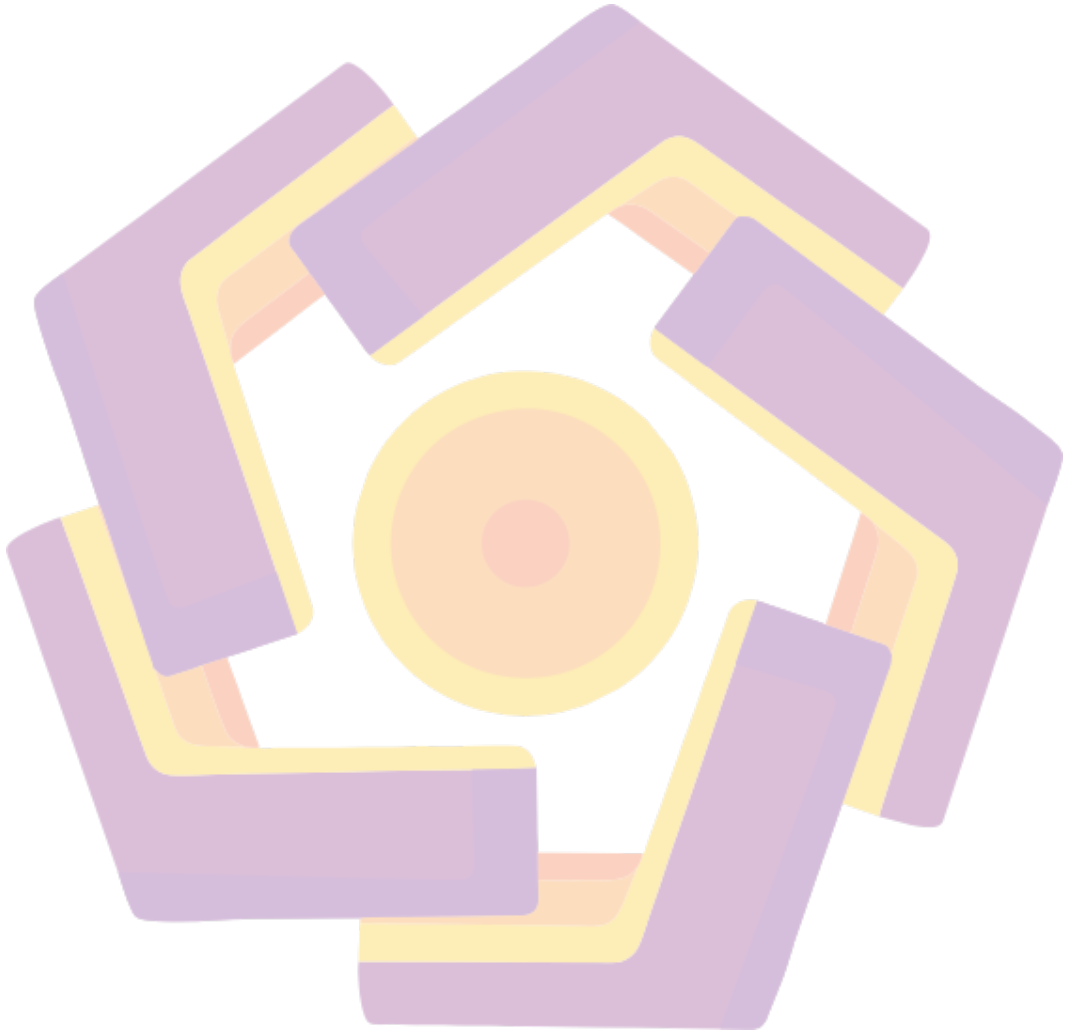


Yogi Sulistyvo

NIM. 13.12.7772

MOTTO

“Rasa takut hanya akan membuatmu kehilangan kepercayaan diri, hadapi rasa takut itu dan teruslah melangkah”



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kekuatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Perancangan Promosi Iklan Herdana Bags Menggunakan Live Shoot dan Motion Graphic, shalawat serta salam selalu tercurahkan untuk Rasulullah Muhammad Shalallahu'alahi wassalam yang telah memberikan teladan sebaik baiknya teladan.

Karya tulis ini dengan bangga penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya , Bapak Yetni Sulistyو dan Ibu Susiana Irianti atas segala doa, dukungan, dan semangat yang terus diberikan kepada penulis.
2. Richter Haryono, Fremi Pangah, Dimas Alfian, Kesy Wahyuni, Amalia Nurtikasari, Risna N Andani, Nurrohman Hani Sakina teman saya yang selalu memberikan bantuan untuk menyelesaikan skripsi kepada penulis.
3. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Teman-teman kelas 13 SISI 09 yang sudah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi.
5. Herdana yang bersedia memberikan ijin penelitian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa mencurahkan berkat, anugerah, cinta kasih-Nya kepada setiap umat-Nya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata 1 Jurusan Sistem Informasi, Universitas AMIKOM Yogyakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer. Dengan selesainya skripsi yang berjudul Perancangan Promosi Iklan Herdana Bags Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.M Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
4. Seluruh Dosen dan Staff Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah berjasa dalam memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Bapak, Ibu, Saudara dan segenap keluarga yang telah memberikan doa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat, teman dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Kritik dan saran yang membangun senantiasa diharapkan demi kebaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pada umumnya dan penulis khususnya.

Yogyakarta, 23 Februari 2019


Yogi Sulisty

DAFTAR ISI

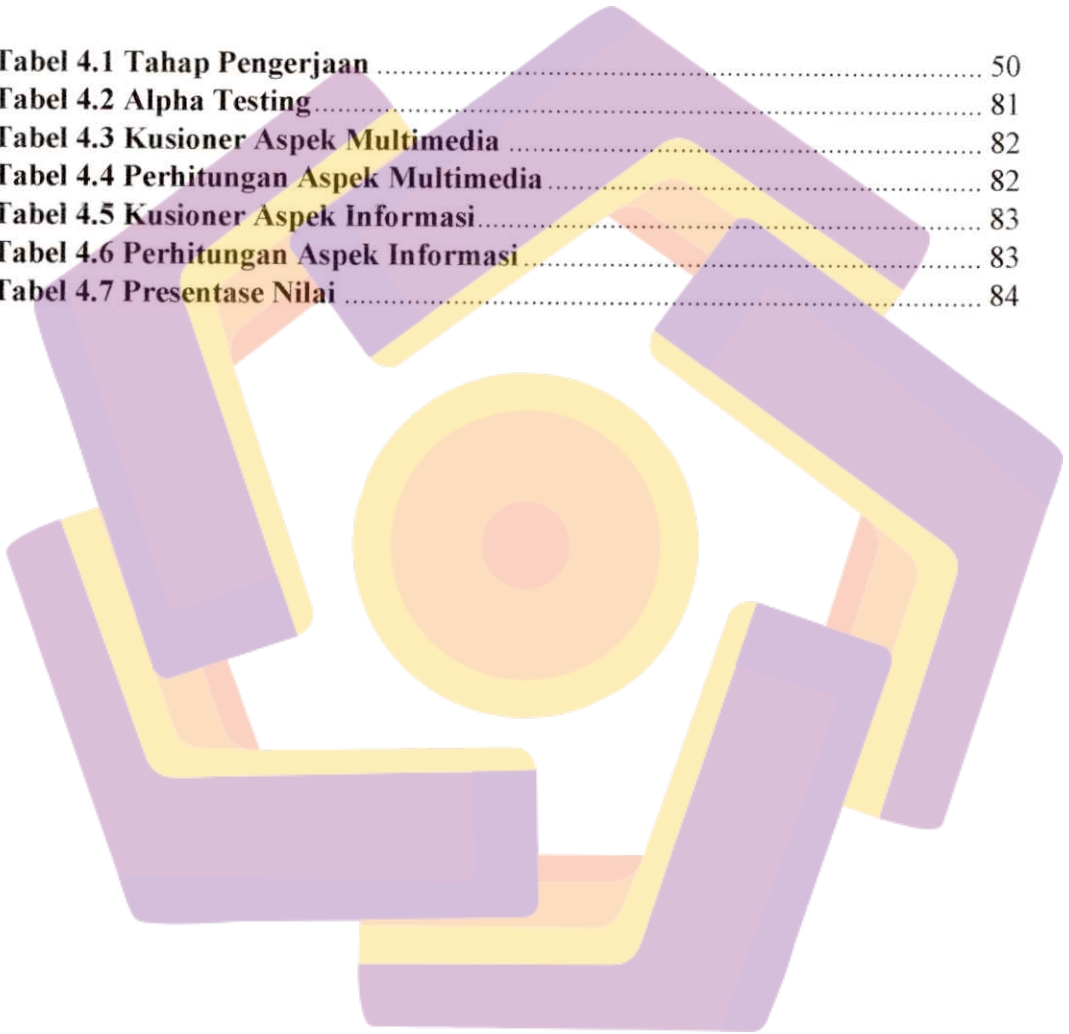
PERANCANGAN PROMOSI IKLAN HERDANA BAGS MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	17
1.1 Latar Belakang Masalah	17
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Batasan Masalah	18
1.4 Tujuan Pustaka	19
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.5.1 Bagi Penulis	19
1.5.2 Bagi Perusahaan	20
1.6 Metode Penelitian	20
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	20
1.6.2 Metode Analisis	21
1.6.3 Metode Produksi	21
1.6.4 Metode Evaluasi	21
1.7 Sistematika	21
BAB II	23
2.1 Tinjauan Pustaka	23

2.2 Video	24
2.3 Konsep Promosi	26
2.3.1 Pengertian Promosi	26
2.3.2 Tujuan Promosi	26
2.4 Motion Graphic	27
2.4.1 Sejarah Motion Graphic	27
2.4.2 Pengertian Motion Graphic	28
2.4.3 Pertimbangan Motion Graphic	28
2.5 Tahap Produksi	30
2.5.1 Pra Produksi	30
2.5.1.1 Ide Cerita	30
2.5.1.2 Pembuatan Naskah Cerita	30
2.5.1.3 Storyboard	31
2.5.2 Produksi	31
2.6 Teknik Pengambilan Gambar	33
2.6.1 Bidikan Kamera	34
2.7 Metode Analisis	36
2.7.1 Analisis SWOT	36
BAB III	38
3.1 Tinjauan Umum	38
3.1.1 Profil Herdana	38
3.1.2 Logo Herdana	38
3.1.3 Metode Wawancara	38
3.2 Analisis	39
3.2.1 Analisis SWOT	39
3.2.2 Kelemahan iklan saat ini	41
3.2.3 Solusi Yang Ditawarkan	41
3.2.4 Solusi Yang Dipilih	41
3.3 Analisis Kebutuhan	41
3.3.1 Kebutuhan Fungsional	41
3.3.2 Kebutuhan Non Fungsional	42
3.3.2.1 Kebutuhan Perangkat Keras	42

3.3.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	43
3.3.2.3	Kebutuhan Sumber Daya Manusia.....	44
3.4	Tahap Praproduksi.....	45
3.4.1	Ide dan Konsep.....	45
3.4.2	Naskah.....	45
3.4.3	Storyboard.....	48
BAB IV	50
4.1	Proses Perancangan dan Pembuatan Iklan Tas Herdana.....	50
4.2	Tahap Awal Produksi.....	51
4.2.1	Meeting Pra Produksi.....	51
4.2.2	Hunting Lokasi.....	51
4.2.3	Penentuan Alat Produksi.....	51
4.2.4	Final Meeting.....	51
4.3	Analisis Teknik Produksi.....	51
4.3.1	Live Action.....	51
4.3.2	Animasi.....	52
4.4	Produksi.....	52
4.4.1	Proses Pengambilan Gambar.....	52
4.4.2	Pembuatan Aset Karakter.....	56
4.5	Tahap Pasca Produksi.....	56
4.5.1	Pembuatan Animasi Karakter.....	56
4.5.2	Proses Editing Video.....	78
4.6	Evaluasi.....	80
4.6.1	Alpha Testing.....	80
4.6.2	Perhitungan Skala Likert Aspek Multimedia.....	81
4.6.3	Perhitungan Skala Likert Aspek Informasi.....	83
BAB V	85
1.1	Kesimpulan.....	85
1.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	1

DAFTAR TABEL

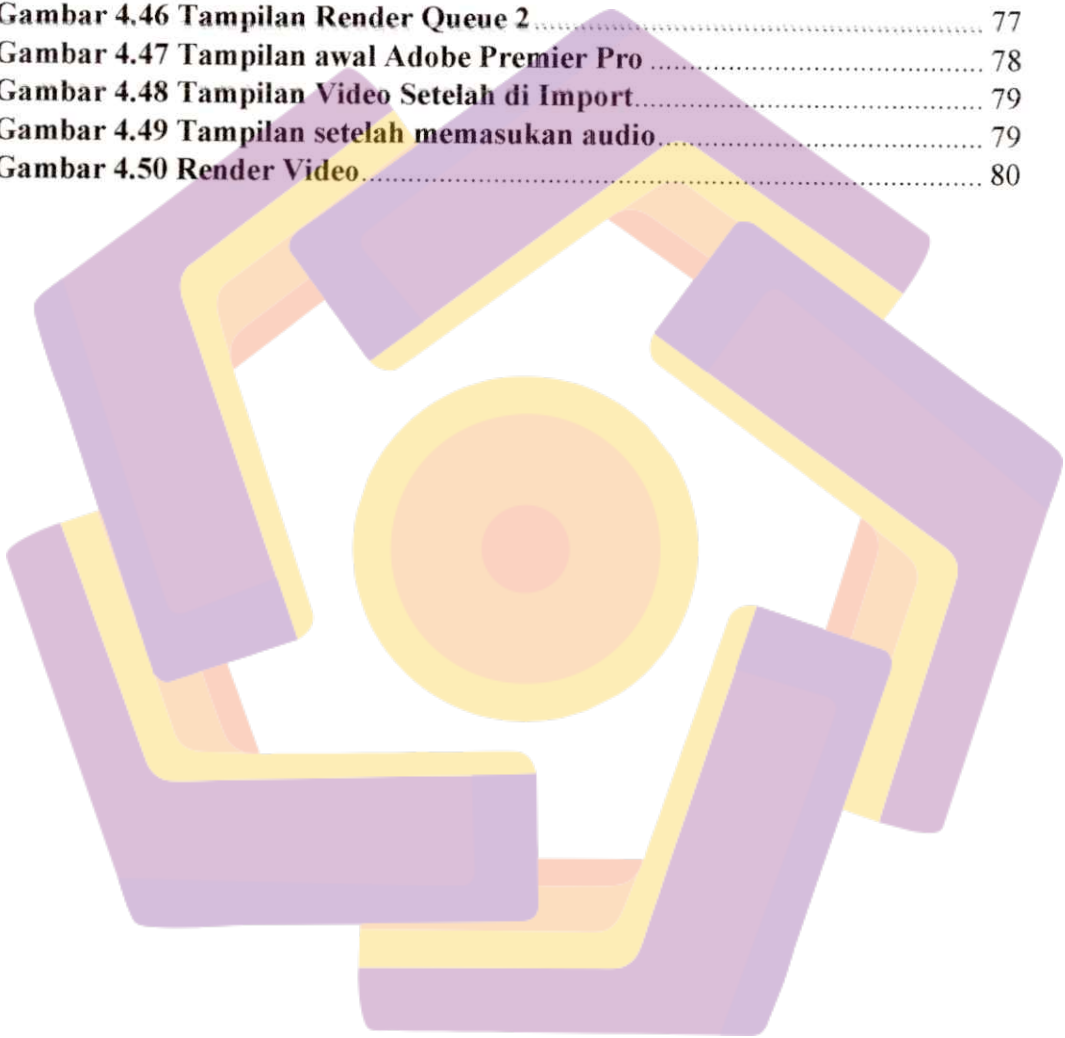
Tabel 3.1 Tabel Strategi Analisis SWOT	40
Tabel 3.2 Perangkat Keras (Hardware).....	43
Tabel 3.3 Perangkat Lunak (Software).....	44
Tabel 3.4 Storyboard	49
Tabel 4.1 Tahap Pengerjaan	50
Tabel 4.2 Alpha Testing.....	81
Tabel 4.3 Kusioner Aspek Multimedia	82
Tabel 4.4 Perhitungan Aspek Multimedia	82
Tabel 4.5 Kusioner Aspek Informasi.....	83
Tabel 4.6 Perhitungan Aspek Informasi.....	83
Tabel 4.7 Presentase Nilai	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Herdana	38
Gambar 4.1 Medium Close Up 1	52
Gambar 4.2 Medium Close Up 2	53
Gambar 4.3 Close Up 1	53
Gambar 4.4 Close Up 2	54
Gambar 4.5 Close Up 3	55
Gambar 4.6 Medium Shoot 1	55
Gambar 4.7 Medium Shoot 2	55
Gambar 4.8 Cara pembuatan rambut	56
Gambar 4.9 Cara Pembuatan Wajah	57
Gambar 4.10 Cara Pembuatan Hidung, Mulut dan Poni Rambut	57
Gambar 4.11 Cara Pembuatan Leher dan Badan	58
Gambar 4.12 Pemotongan Untuk Posisi Tangan	58
Gambar 4.13 Pembuatan tangan kanan dan kiri	59
Gambar 4.14 Pembuatan Lengan	59
Gambar 4.15 Pembuatan Telapak Tangan Menunjuk Ke Atas	60
Gambar 4.16 Gabungan Bagian Bagian Yang Sudah di Buat	61
Gambar 4.17 Toolbar Untuk Mengilangkan Stroke	62
Gambar 4.18 Susunan Layer Karakter	63
Gambar 4.19 Cara Import File	63
Gambar 4.20 Memilih File Yang akan di Import	64
Gambar 4.21 Komposisioning Import	64
Gambar 4.22 Composition	65
Gambar 4.23 Composition Setting	66
Gambar 4.24 Jendela Project	66
Gambar 4.25 Cara Pre compose 1	67
Gambar 4.26 Cara Pre compose 2	67
Gambar 4.27 Cara Pre compose 3	68
Gambar 4.28 Mengubah nama Pre compose	68
Gambar 4.29 Mengubah anchor point pada bagian persendian	69
Gambar 4.30 Cara Parenting	69
Gambar 4.31 Cara Membuat Animasi	69
Gambar 4.32 Cara Easy Ease	70
Gambar 4.33 Tampilan setelah Easy Ease	70
Gambar 4.34 Merubah nama composition baru	71
Gambar 4.35 Setelah Di rubah nama	71
Gambar 4.36 Layer Mata	72
Gambar 4.37 Tampilan Mata	72
Gambar 4.38 Tampilan Mata saat berkedip	73
Gambar 4.39 Menganimasi mata berkedip	73

Gambar 4.40 Girl	74
Gambar 4.41 Komposisi Girl	74
Gambar 4.42 Layer Girl	75
Gambar 4.43 Tampilan Video awal.....	75
Gambar 4.44 Cara Render	76
Gambar 4.45 Tampilan Render Queue 1	76
Gambar 4.46 Tampilan Render Queue 2	77
Gambar 4.47 Tampilan awal Adobe Premier Pro	78
Gambar 4.48 Tampilan Video Setelah di Import.....	79
Gambar 4.49 Tampilan setelah memasukan audio.....	79
Gambar 4.50 Render Video.....	80



INTISARI

Herdana membutuhkan sebuah media promosi sebagai upaya mempromosikan Herdana agar lebih di kenal oleh masyarakat luas dengan harapan meningkatnya pembeli dan pengorder di Herdana melalui media promosi di Youtube.

Perancangan media promosi iklan Youtube Herdana ini menggunakan metode Live Shoot dan Motion Graphic. Teknik dalam mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan sudi pustaka. Dalam konsep perancangan, terdiri dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Proses perancangan iklan Herdana menggunakan software Adobe After Effect CC 2017, Adobe Premier pro CC 2017, Adobe Adition CC 2017 dan Adobe Illustrator CC 2017.

Perancangan ini menghasilkan suatu produk berupa iklan Youtube berdurasi 50 detik yang mempresentasikan produk, alamat, social media yang di pakai Herdana serta citra positif Herdana supaya lebih di kenal oleh masyarakat luas dan mengajak masyarakat untuk membeli produk Herdana. Hasil dari perancangan ini di harap dapat menjadi acuan atau tolak ukur dalam mengadakan perancangan iklan Youtube, baik bagi mahasiswa, desainer pemula, pengajar, dan lain sebagainya

Kata Kunci: video iklan youtube, Herdana Bags, Live Shoot, Motion Graphic

ABSTRACT

Herdana needs a media campaign as an effort to promote Herdana to be better known by the public with the hope of increasing buyers and orderers in Herdana through media promotions on Youtube.

The design of Herdana Youtube advertisement promotion media uses Live Shoot and Motion Graphic methods. Techniques in collecting data through observation, interviews, and literature. In the design concept, it consists of the pre-production, production and post-production stages. The process of designing Herdana ads uses Adobe After Effect CC 2017, Adobe Premier Pro CC 2017, Adobe Adition CC 2017 and Adobe Illustrator CC 2017.

This design produced a product in the form of a 50-second YouTube advertisement that presented products, addresses, social media used by Herdana and Herdana's positive image so that it would be better known by the public and invited the public to buy Herdana products. The results of this design are expected to be a benchmark or benchmark in designing Youtube ads, both for students, novice designers, instructors, and so on

Keywords: *youtube video ads, Herdana Bags, Live Shoot, Motion Graphic*