

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK HONX MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT**

SKRIPSI



disusun oleh

Aini Ma'rifah

14.12.8211

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

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

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



Disusun Oleh
Aini Ma'rifah
14.12.8211

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**



PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK HONX MENGGUNAKAN
TEKNIK MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT

yang diperstapkan dan disusun oleh

Aini Ma'rifah

14.12.8211

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 2 April 2018

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

NIK. 190302215



PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK HONX MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aini Ma'rifah

14.12.8211

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 April 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tonny Hidavat, M.Kom
NIK. 190302182

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Anggit Dwi Hartanto, M.Kom
NIK. 190302163



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 25 April 2018

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 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, 25 April 2018

Aini Ma'rifah



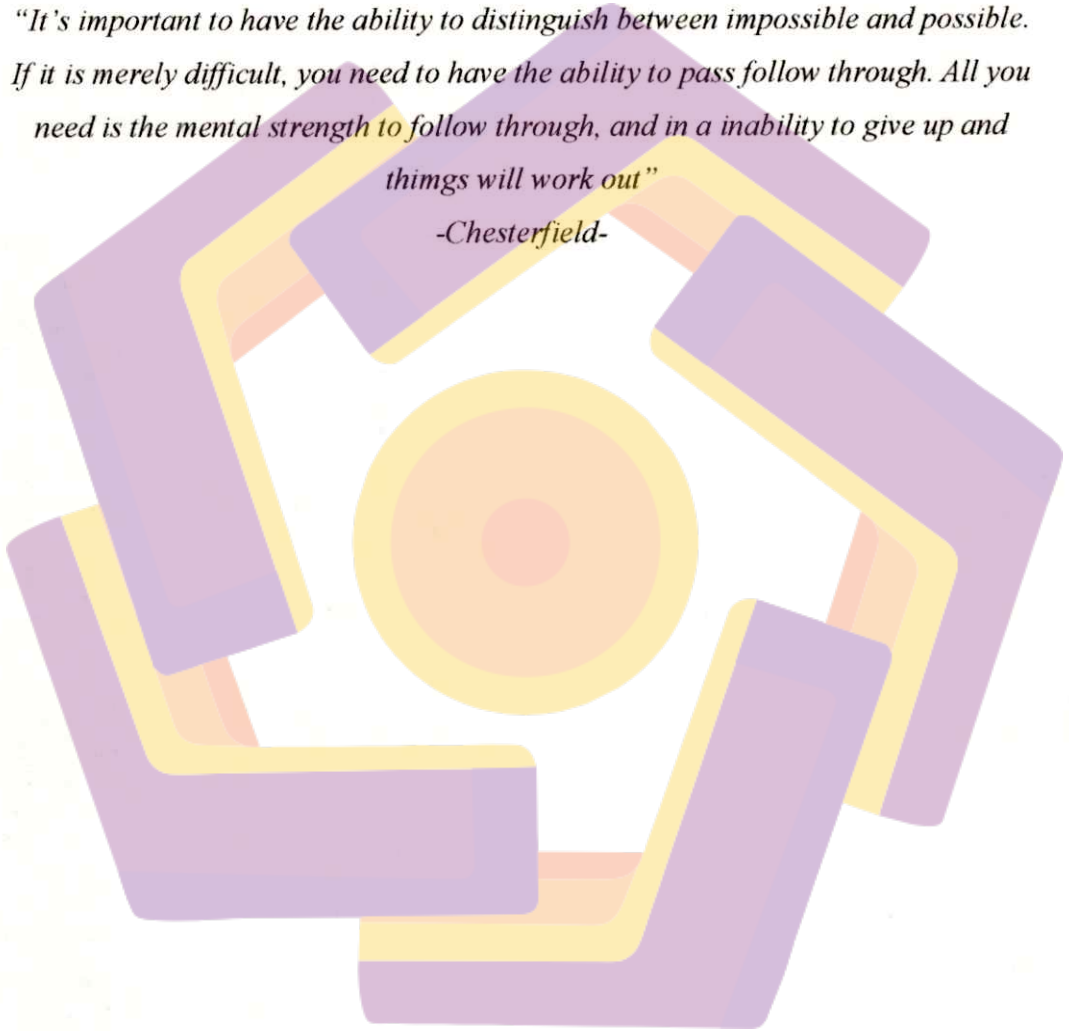
NIM. 14.12.8211

MOTTO

“Kita menjadi lebih dengan cara kita yang lebih, maka mustahil kita menjadi lebih ketika kita masih melakukan kebiasaan para pecundang”

“It's important to have the ability to distinguish between impossible and possible. If it is merely difficult, you need to have the ability to pass follow through. All you need is the mental strength to follow through, and in a inability to give up and things will work out”

-Chesterfield-



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah thanks to Allah, peace be upon you.

Terimakasih banyak kepada semua pihak yang sudah menemani dan membantu saya selama pengerjaan skripsi ini. Saya persembahkan kepada :

1. Bapak, Ibu dan kakak saya yang selalu mendoakan, menyemangati, memotivasi dan *men-support* segala kebutuhan saya.
2. Bapak Rizqi Sukma Karisma selaku dosen pembimbing yang berhasil membimbing saya hingga saya bisa menuntaskan skripsi ini, dan selalu memberikan pengarahan.
3. Mas Irwan Adhitya Khresna selaku pemilik toko Honx, yang sudah menerima baik kehadiran saya untuk melakukan penelitian di tokonya beserta karyawan yang sudah sering saya repotkan saat pengambilan gambar.
4. Demanta Ais yang selalu mendukung, menyemangati, membantu dan mendorong saya ketika malas mengerjakan skripsi ini. Terimakasih juga sudah diberi wejangan banyak agar saya berkembang.
5. Marfuatun Ar Rosyidah, sahabat yang selalu memberikan dukungan moril dari jauh.
6. Al Azizah Raida, Qoriah Nissa Ulhaq dan Selvyaga Devytasari, sahabat saling memberikan *support* karena sama-sama sedang mengerjakan skripsi dan tugas akhir, terimakasih atas semangat dan doa yang selalu kalian berikan kepada saya.
7. Annisa Pinansari, Brigitha Defira Anjasari, Chori Talitha Nuraina, Purwaningtum Widyastuti dan Risma Yulia, sahabat dari semester satu yang selalu mendukung dan membantu dan selalu ada waktu untuk saya ketika saya sedang ada kesulitan serta teman-teman SI-07 yang kocak.
8. Teman-teman Rumah Warna yang sama semangatnya memberi wejangan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Fahrul Rozy Pohan dan Jauhari Aziz yang membantu saya dalam pembuatan BTS dan musik.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga skripsi dengan judul “Pembuatan Media Promosi Produk Honx menggunakan Teknik Motion Graphic dan Live Shoot” bisa selesai. Skripsi ini diharapkan dapat membantu Honx untuk meningkatkan penjualan produknya. Selain itu, melalui skripsi ini dapat menjadi syarat kelulusan sarjana komputer bagi penulis.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan yang diberikan oleh banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan yang terbaik kepada hamba hingga saat ini.
2. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung secara moril maupun materil.
3. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu skripsi penulis.
5. Seluruh Dosen yang telah mengajar saya.
6. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu mendukung dan mendoakan saya.
7. Teman-teman SI-07 angkatan 2014 yang selalu menjadi keluarga terbaik di Universitas Amikom Yogyakarta.
8. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan *support* yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih ada banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar bisa dijadikan pacuan semangat untuk lebih baik lagi dalam penelitian selanjutnya.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Wassalamualaikum warrahmatullahi wabarakatuh.

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|--------------|
| JUDUL | i |
| PERSETUJUAN | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| INTISARI | xvii |
| ABSTRACT | xviii |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah | 2 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 2 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 3 |
| 1.6 Metode Penelitian..... | 3 |
| 1.6.1 Metode Pengumpulan Data | 3 |
| 1.6.2 Metode Analisis | 3 |

| | | |
|-----------------------|--|----------|
| 1.6.3 | Metode Perancangan | 4 |
| 1.6.4 | Metode Pengembangan | 4 |
| 1.6.5 | Metode Testing..... | 4 |
| 1.7 | Sistematika Penulisan..... | 4 |
| BAB 2 | | 6 |
| LANDASAN TEORI | | 6 |
| 2.1 | Tinjauan Pustaka | 6 |
| Tabel 2.1 | Perbandingan dengan Penelitian Muhammad Darmawan | 6 |
| Tabel 2.2 | Perbandingan dengan Penelitian Hafid Muhammad Noor | 7 |
| Tabel 2.3 | Perbandingan dengan Penelitian Viqi Alfajri | 7 |
| 2.2 | Konsep Dasar Multimedia | 8 |
| 2.2.1 | Pengertian Multimedia | 8 |
| 2.2.2 | Elemen Multimedia | 9 |
| 2.3 | Definisi Media Promosi..... | 11 |
| 2.4 | Definisi Motion Graphic | 11 |
| 2.5 | Definisi Live Shoot | 11 |
| 2.6 | Proses Produksi | 12 |
| 2.6.1 | Pra Produksi | 12 |
| 2.6.2 | Produksi | 13 |
| 2.6.3 | Pasca Produksi | 16 |
| 2.7 | Analisis SWOT..... | 17 |
| 2.7.1 | Strengths..... | 17 |
| 2.7.2 | Weakness..... | 17 |
| 2.7.3 | Opportunities..... | 18 |
| 2.7.4 | Threats..... | 18 |

| | | |
|---------------------------------|--|-----------|
| 2.8 | Analisis Kebutuhan Sistem | 18 |
| 2.8.1 | Kebutuhan Fungsional | 18 |
| 2.8.2 | Kebutuhan Non Fungsional..... | 18 |
| 2.9 | Analisis Kelayakan..... | 19 |
| 2.9.1 | Analisis Kelayakan Operasional | 19 |
| 2.9.2 | Analisis Kelayakan Hukum | 19 |
| 2.10 | Skala Likert..... | 20 |
| 2.11 | Menentukan Interval | 20 |
| Tabel 2.4 | Contoh Pengkategorian Skor Jawaban | 21 |
| 2.12 | Rumus Persentase | 21 |
| 2.13 | Teknik Sampling..... | 22 |
| BAB 3 | | 23 |
| ANALISIS DAN PERANCANGAN | | 23 |
| 3.1 | Tinjauan Umum..... | 23 |
| 3.1.1 | Profil Honx..... | 23 |
| 3.1.2 | Logo | 23 |
| 3.2 | Analisis Masalah | 24 |
| 3.2.1 | Identifikasi Masalah..... | 24 |
| 3.2.2 | Analisis SWOT | 24 |
| 3.3 | Solusi yang dapat diterapkan..... | 27 |
| 3.4 | Solusi yang dipilih..... | 27 |
| 3.5 | Studi Kelayakan | 27 |
| 3.5.1 | Kelayakan Teknologi | 27 |
| 3.5.2 | Kelayakan Ekonomi..... | 28 |
| 3.5.3 | Kelayakan Hukum..... | 28 |

| | | |
|------------------------------------|--|-----------|
| 3.6 | Analisis Kebutuhan Sistem | 28 |
| 3.6.1 | Kebutuhan Fungsional | 29 |
| 3.6.2 | Kebutuhan Non Fungsional..... | 30 |
| 3.7 | Tahap Pra Produksi | 33 |
| 3.7.1 | Pembuatan Naskah | 33 |
| 3.7.2 | Pembuatan Storyboard | 35 |
| BAB 4 | | 38 |
| IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN | | 38 |
| 4.1 | Tahap Produksi..... | 38 |
| 4.1.1 | Persiapan Perangkat Produksi | 38 |
| 4.1.2 | Pengambilan Gambar | 40 |
| 4.1.3 | Perekaman Suara..... | 42 |
| 4.1.4 | Pengaturan Pencahayaan..... | 42 |
| 4.1.5 | Desain..... | 43 |
| 4.1.6 | Sound Editing..... | 47 |
| 4.2 | Tahap Pasca Produksi..... | 48 |
| 4.2.1 | Filter File..... | 49 |
| 4.2.2 | Animation..... | 49 |
| 4.2.3 | Compositing | 54 |
| 4.2.4 | Editing..... | 56 |
| 4.2.5 | Rendering | 59 |
| 4.2.6 | Testing..... | 61 |
| 4.3 | Perhitungan Kuisisioner Skala Likert | 63 |
| 4.3.1 | Intrepretasi Skor Perhitungan..... | 63 |
| 4.3.2 | Hasil Perhitungan | 64 |

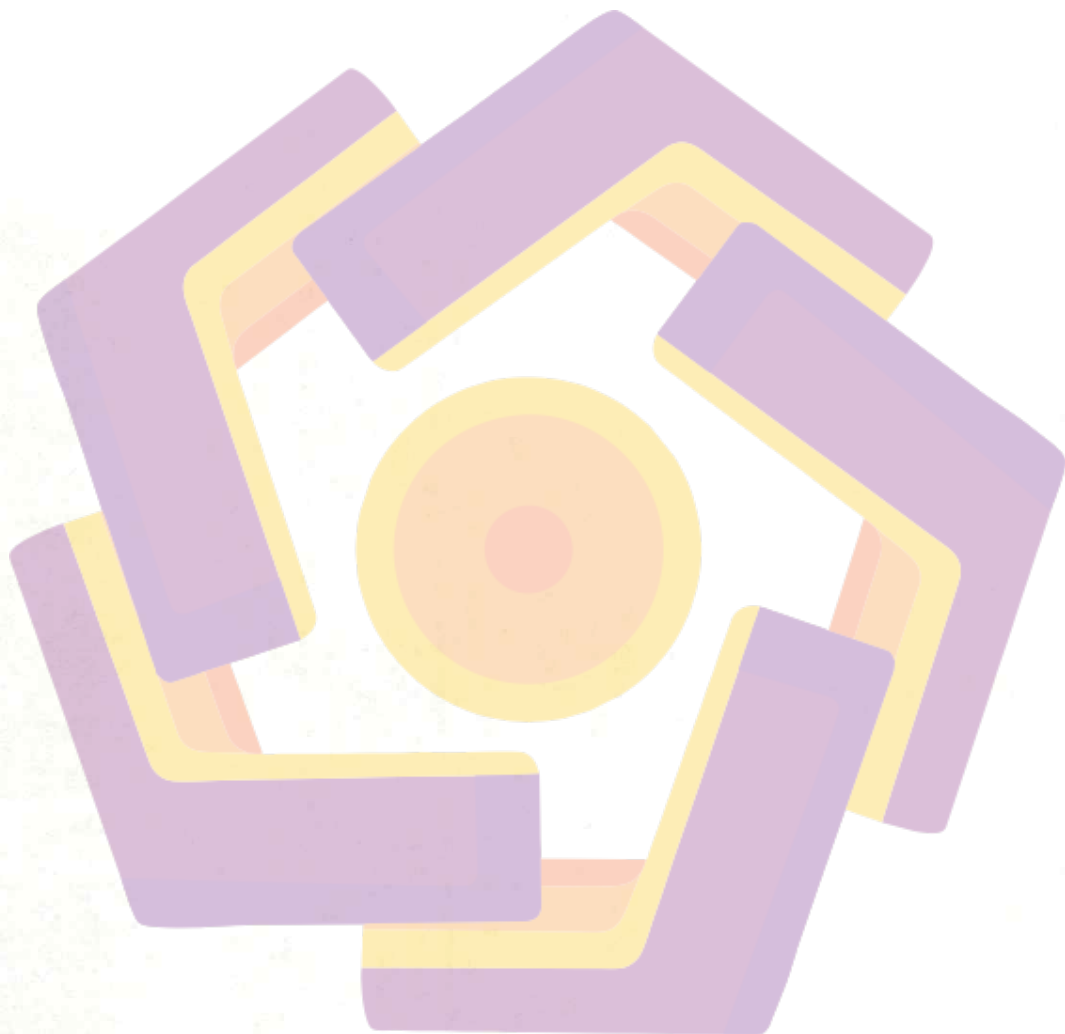
| | | |
|-----------------------------|---|-----------|
| 4.4 | Penayangan..... | 67 |
| | Gambar 4.23 Penayangan pada Instagram | 67 |
| 4.5 | Hasil Penayangan | 67 |
| | Gambar 4.24 Data Form Action | 68 |
| | Gambar 4.25 Data Form Discovery | 69 |
| BAB 5 | | 70 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | | 70 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 70 |
| 5.2 | Saran..... | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 72 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Perbandingan dengan Penelitian Muhammad Darmawan | 6 |
| Tabel 2.2 Perbandingan dengan Penelitian Hafid Muhammad Noor | 7 |
| Tabel 2.3 Perbandingan dengan Penelitian Viqi Alfajri | 7 |
| Tabel 2.4 Contoh Pengkategorian Skor Jawaban..... | 21 |
| Tabel 3.1 Matriks Analisis SWOT..... | 25 |
| Tabel 3.2 Tabel Analisis Kebutuhan Perangkat Keras..... | 30 |
| Tabel 3.3 Tabel Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak..... | 30 |
| Tabel 3.4 Tabel Analisis Kebutuhan Pengguna | 31 |
| Tabel 3.5 Tabel Pembuatan Naskah..... | 33 |
| Tabel 3.6 Tabel Pembuatan Storyboard | 35 |
| Tabel 4.1 Tabel Perangkat Produksi | 38 |
| Tabel 4.2 Pembuatan Aset Gambar..... | 44 |
| Tabel 4.3 Pembuatan Musik..... | 47 |
| Tabel 4.4 Penerapan Teknik Motion Graphic | 54 |
| Tabel 4.5 Tabel Revisi | 62 |
| Tabel 4.6 Tabel Kuisisioner Skala Likert | 62 |
| Tabel 4.7 Aspek Penilaian 1..... | 64 |
| Tabel 4.8 Aspek Penilaian 2..... | 64 |
| Tabel 4.9 Aspek Penilaian 3..... | 65 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| Tabel 4.10 Aspek Penilaian 4..... | 65 |
| Tabel 4.11 Aspek Penilaian 5..... | 66 |
| Tabel 4.12 Aspek Penilaian 6..... | 66 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Gambar Elemen Multimedia | 9 |
| Gambar 2.2 Contoh Animasi | 10 |
| Gambar 2.3 Virtual Reality | 11 |
| Gambar 2.4 Contoh Storyboard | 13 |
| Gambar 3.1 Gambar Logo Honx..... | 23 |
| Gambar 4.1 Persiapan Peralatan | 40 |
| Gambar 4.2 Tata Letak Lighting..... | 41 |
| Gambar 4.3 Pengambilan Video | 41 |
| Gambar 4.4 Pengambilan Video | 42 |
| Gambar 4.5 Tata Letak Lighting..... | 43 |
| Gambar 4.6 Pembuatan File Adobe Photoshop | 43 |
| Gambar 4.7 Hasil Shooting sebelum difilter..... | 49 |
| Gambar 4.8 Hasil Shooting setelah difilter..... | 49 |
| Gambar 4.9 Pembuatan Composition | 50 |
| Gambar 4.10 Pembuatan Solid..... | 51 |
| Gambar 4.11 Gambar Solid | 51 |
| Gambar 4.12 Pembuatan Efek Cairan..... | 52 |
| Gambar 4.13 Pembuatan Texture..... | 53 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.14 Pemberian Efek pada Cairan | 54 |
| Gambar 4.15 Pembuatan File Adobe Premiere | 57 |
| Gambar 4.16 Pemilihan Location dan Nama Project..... | 57 |
| Gambar 4.17 Tampilan Sequence Presets | 58 |
| Gambar 4.18 Tampilan Setting | 58 |
| Gambar 4.19 Tampilan Import..... | 59 |
| Gambar 4.20 Tampilan Project pada Adobe Premiere..... | 59 |
| Gambar 4.21 Tampilan Export Setting | 60 |
| Gambar 4.22 Tampilan Rendering..... | 61 |
| Gambar 4.23 Penayangan pada Instagram | 67 |
| Gambar 4.24 Data Form Action..... | 68 |
| Gambar 4.25 Data Form Discovery | 69 |

INTISARI

Honx merupakan sebuah brand tas kamera. Tas kamera tersebut merupakan produk handmade. Desain dari tas tersebut terbilang berbeda dari yang lain, sederhana dan terlihat eksklusif. Produk Honx ini memiliki potensi bersaing dengan produk-produk tas kamera besar seperti National Geographic dan lainnya.

Sejak berdirinya Honx, promosi yang dilakukan oleh owner hanya komunikasi mulut ke mulut. Belum lama ini, media sosial juga turut digunakan beliau untuk promosi seperti facebook, instagram dan beberapa online store seperti blibli dan tokopedia. Ternyata media tersebut dirasa masih minim karena hanya menampilkan gambar dan teks. Untuk memaksimalkan promosi, maka salah satu caranya yaitu dengan membuat promosi berupa video iklan. Video iklan tersebut akan menggunakan teknik motion graphic dan live shoot yang akan membuat sebuah video terkesan lebih hidup sehingga konsumen bisa melihat lebih jelas produk tersebut.

Kata Kunci : Media Promosi, Multimedia, Instagram, *Live Shoot*, *Motion Graphic*, Adobe After Effect CS6

ABSTRACT

Honx is a brand of camera's bag. That is a handmade produk. Design of the bag is different from the others, simple and looks exclusive. Product of Honx have a potential to compete with a big camera's product such as National Geographic and others.

Since Honx established, promotion is done by owner only use mouth to mouth communication. Recently, social media also used to promotion such as facebook, instagram and some online store like a blibli.com and tokopedia. It turns out this media is still considered minimum because only show an image and text. To maximize the promotion, one way that is making video advertising. That video will use motion graphic and live shoot techniques which will make the video seem more life so that consumer can see this product more clearly.

Keywords : Media promotion, Multimedia, Instagram, Live shoot, Motion Graphic, Adobe After Effect CS6

