

**PEMBUATAN IKLAN KEDAI MIE NYINYIR DENGAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Muhammad Rifqi

15.12.8713

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



**PEMBUATAN IKLAN KEDAI MIE NYINYIR DENGAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Muhammad Rifqi

15.12.8713

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN KEDAI MIE NYINYIR DENGAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Muhammad Rifqi
15.12.8713**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 5 November 2018

Dosen Pembimbing,


Ali Mustopa, M.Kom
NIK. 190302192

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN KEDAI MIE NYINYIR DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Rifqi

15.12.8713

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Februari 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Agung Pambudi, ST, M.A
NIK. 190302012

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

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



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 25 Februari 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 sepengetahuan 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 26 Februari 2019



Muhammad Rifqi

15.12.8713

MOTTO

Dua tentara Allah Subhanahu Wa Ta'alla yang tak terkalahkan

Yaitu hati yang ikhlas dan doa yang tulus

(Ibnu Tamiyah)

*Setiap saat kamu perlu mengingat bahwa lebih banyak hal
yang tidak kamu ketahui dari pada*

yang kamu ketahui

(Cak Nun)

Saat kebodohan menguasai kesadaran maka

Kesadaran memiliki hak untuk

Berbuat hal paling

Bodoh

(Ibnu Sina)

PERSEMBAHAN

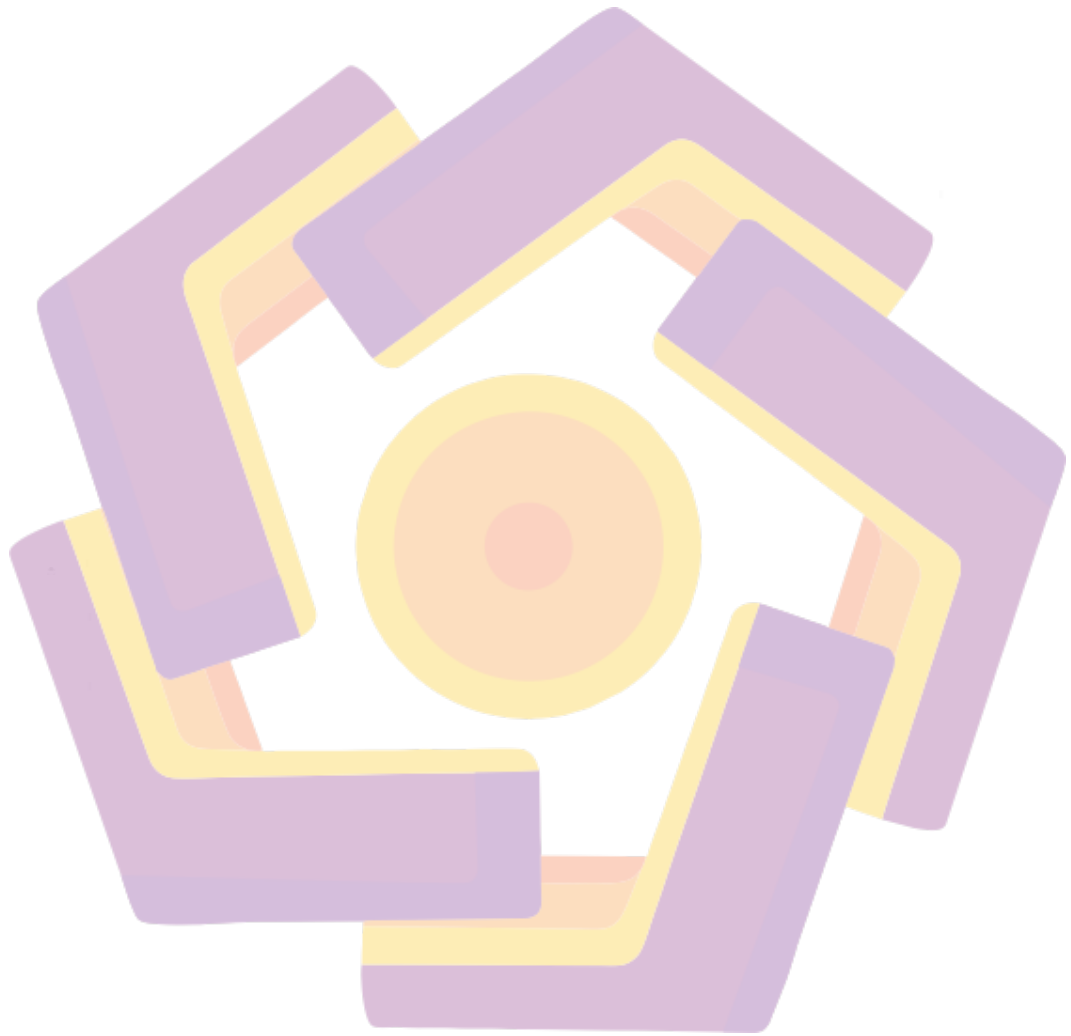
Bismillahirrahmanirrahim, dengan rahmat Allah Subhanahu Wa Ta'alla yang maha pengasih lagi maha penyayang, serta kehadiran Nabi kita Nabi besar Muhammad Shallallahu alaihi Wa Sallam.

Saya persembahkan karya ini kepada :

Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Didik Setiyawan dan Ibu Lailah Mubarakah, kedua mertua saya, Bapak Sunarno dan Ibu Priyani, dan tidak lain tentunya isteri dan anak saya, Nidya Esa Pristya dan Dzikra Izzaty Multazam, yang tentunya merekalah salah satu di antara para orang terdekat saya, yang telah mendukung, memotivasi dan senantiasa mendoakan keberhasilan pendidikan saya, kehidupan didunia saya maupun diakhirat.

Kakek dan Nenek, serta keluarga besar saya yang tidak saya bisa sebutkan satu persatu.

Saya persembahkan karya ini untuk Universitas Amikom Yogyakarta, yang selalu saya bangga-banggakan.



KATA PENGANTAR

Puja puji syukur kehadiran Allah Subhannahu Wa Ta'alla atas rahmat dan karunia-Nya dan kehadiran Nabi besar kita Muhammad Shallallahu alaihi Wasallam yang telah membawa kita pada zaman yang terang benderang seperti sekarang, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Komputer, jurusan Sistem Infromasi, Universitas Amikom Yogyakarta. Skripsi ini tentunya tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya berterimakasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto M.M, selaku ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Krisnawati, S.Si., M.T., selaku ketua jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ali Mustopam M.Kom, selaku Dosen Pembimbing.
4. Segenap para Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membimbing serta memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya.
5. Para dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mendidik dan membimbing dalam proses perkuliahan.

6. Keluarga saya tercinta, Bapak Didik Setiyawan, Ibu Lailah Mubarakah, Nidya Esa Pristya dan Dzikra Izzaty Multazam, yang senantiasa memberikan semangat demi keberhasilan pendidikan saya.
7. Rekan-rekan S1 Sistem Informasi 06 yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis selama ini.
8. Semua pihak yang telah memberikan bimbingan, perhatian dan dukungan, saya menyadari karya ini masih banyak sekalu kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan. Semoga karya ini bermanfaat bagi dunia pendidikan.

Penulis

(Muhammad Rifqi)

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Manfaat dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2 Metode Analisis	5
1.5.3 Metode Perancangan	5
1.5.4 Metode Testing	5
1.6 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 Elemen Multimedia	11
2.3 Konsep Dasar Iklan	14
2.3.1 Sejarah Periklanan di Televisi	14
2.3.2 Pengertian Iklan	15
2.4 Jenis Iklan Secara Umum	15
2.5 Jenis Iklan Secara Khusus	17
2.6 Video	20
2.6.1 Video Analog	20
2.6.2 Video Digital	21
2.6.3 H.264	22
2.7 Analisis SWOT	23
2.7.1 Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	23
2.7.2 Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	23
2.7.3 Peluang (<i>Opportunities</i>)	24
2.7.4 Ancaman (<i>Threats</i>)	24
2.8 Analisis Kebutuhan Sistem	25
2.8.1 Kebutuhan Fungsional	26
2.8.2 Kebutuhan Nonfungsional	26
2.9 Analisis Kelayakan	27
2.9.1 Analisis Kelayakan Teknis	27
2.9.2 Analisis Kelayakan Operasional	28
2.9.3 Analisis Kelayakan Ekonomi	28
2.9.4 Analisis Kelayakan Hukum	28
2.10 <i>Live Shoot</i>	29
2.11 <i>Motion Graphic</i>	29
2.11.1 Sejarah <i>Motion Graphic</i>	30
2.11.2 Teknik <i>Motion Graphic</i>	32

2.11.3	Pertimbangan Motion Graphic	33
2.12	Memproduksi Video Iklan	34
2.12.1	Tahap Produksi	35
2.12.1	Tahap Pascaproduksi	36
2.13	Teknik Pengambilan Gambar	37
2.13.1	Menggunakan <i>Single Cam</i>	37
2.14	Testing	41
2.15	Skala Likert	42
2.16	Statistika	43
BAB III	Analisis dan Perancangan	45
3.1	Tinjauan Umum	45
3.1.1	Deskripsi Singkat Kedai Mie Nyinyir	45
3.2	Pengumpulan Data	46
3.2.1	Metode Wawancara	46
3.2.2	Metode Observasi	46
3.3	Analisis Masalah	48
3.3.1	Analisis SWOT	48
3.3.2	Upaya Yang Dilakukan	50
3.3.3	Solusi Yang Diberikan	51
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	51
3.4.1	Kebutuhan Fungsional	51
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional	52
3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras	52
3.4.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak	53
3.4.2.3	Kebutuhan Brainware	53
3.5	Tahap Pra-Produksi	53
3.5.1	Rancangan Konsep	53
3.5.2	Rancangan Breakdown Naskah	54

3.5.3 <i>Storyboard</i>	57
BAB IV Implementasi Dan Pembahasan	63
4.1 Proses Produksi	63
4.1.1 Pengambilan Gambar	63
4.1.2 Pembuatan <i>Motion Graphic</i>	70
4.2 Pasca Produksi	73
4.2.1 <i>Editing</i>	73
4.2.2 Penggunaan <i>Warp Stabilizer</i>	76
4.2.3 <i>Color Grading</i>	77
4.3 Rendering	79
4.4 Implementasi	81
4.5 Pembahasan	81
4.5.1 Testing	81
4.5.2 Skala Likert	83
4.5.3 Hitungan Skala Likert	87
4.5.3.1 Aspek Informasi	87
4.5.3.2 Aspek Multimedia	90
4.5.4 Statistika	92
4.5.5 Penerapan Teknis Video Iklan	96
BAB V Penutup	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99
Daftar Pustaka	101

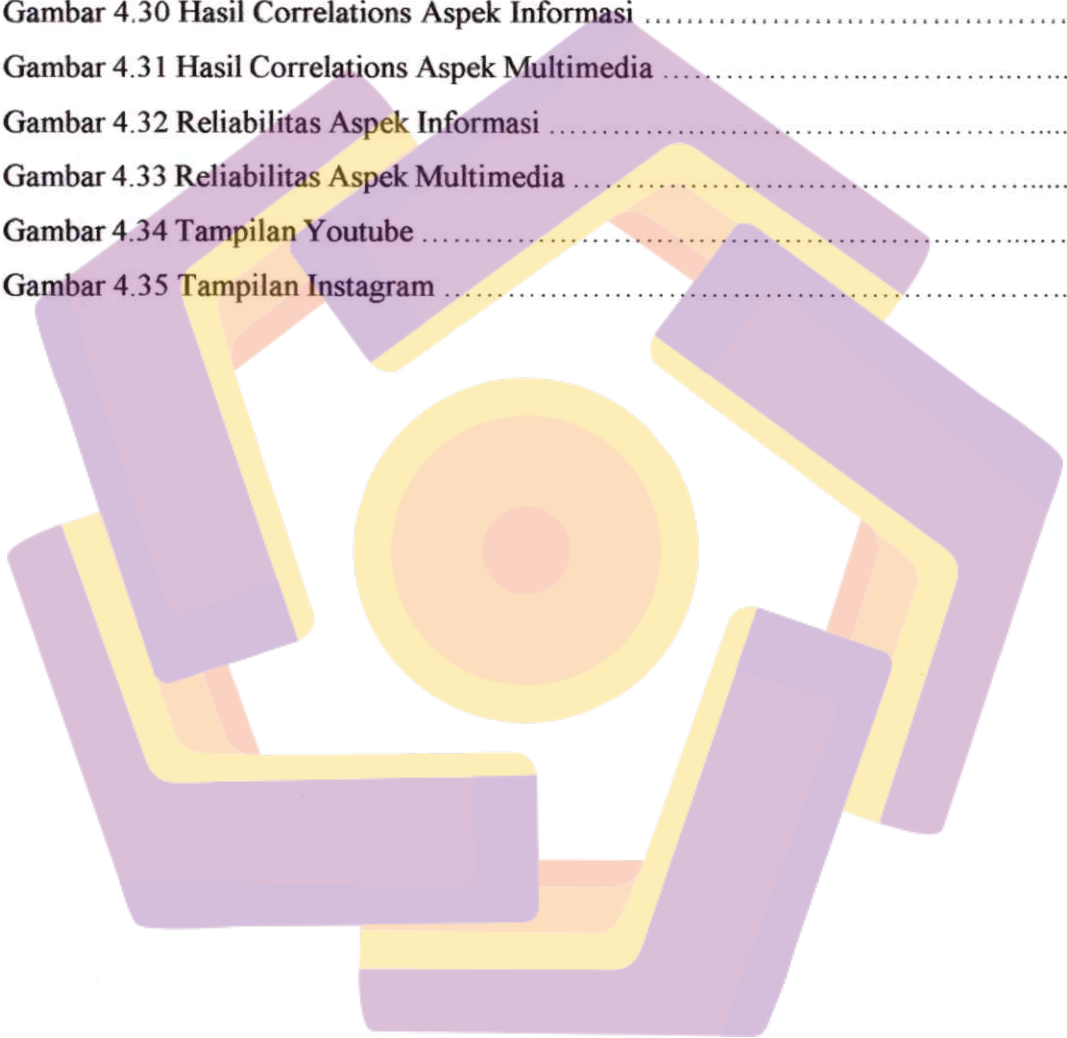
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT	25
Tabel 3.1 Analisis SWOT	49
Tabel 3.2 Breakdown Naskah	55
Tabel 3.3 Storyboard	57
Tabel 4.1 Testing	82
Tabel 4.2 Hasil Kuisoner Informasi	84
Tabel 4.3 Hasil Kuisoner Multimedia	85
Tabel 4.4 Persentase Nilai	87
Tabel 4.5 Hasil Validitas Aspek Informasi	96
Tabel 4.6 Hasil Validitas Aspek Multimedia	96
Tabel 4.7 Reliabilitas Aspek Informasi dan Multimedia	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia	11
Gambar 3.1 Tampilan Facebook	47
Gambar 3.2 Tampilan Instagram	48
Gambar 4.1 Shoot 1	63
Gambar 4.2 Shoot 2	64
Gambar 4.3 Shoot 3	64
Gambar 4.4 Shoot 4	65
Gambar 4.5 Shoot 5	65
Gambar 4.6 Shoot 6	66
Gambar 4.7 Shoot 7	66
Gambar 4.8 Shoot 8	67
Gambar 4.9 Shoot 9	67
Gambar 4.10 Shoot 10	68
Gambar 4.11 Shoot 11	68
Gambar 4.12 Shoot 12	69
Gambar 4.13 Shoot 13	69
Gambar 4.14 Fungsi Position	70
Gambar 4.15 Fungsi Scale	71
Gambar 4.16 Fungsi Opacity	72
Gambar 4.17 Fungsi End	72
Gambar 4.18 Fungsi Rotation	73
Gambar 4.20 New Squence	75
Gambar 4.21 Import File	75
Gambar 4.22 Penggabungan Scene	76
Gambar 4.23 Penggunaan Warp Stabilizer	76
Gambar 4.24 Stabilizer Setting	77

Gambar 4.25 Lumetri Color	78
Gambar 4.26 Basic Correction	78
Gambar 4.27 Export File	79
Gambar 4.28 Export Setting	80
Gambar 4.29 Rendering File	80
Gambar 4.30 Hasil Correlations Aspek Informasi	93
Gambar 4.31 Hasil Correlations Aspek Multimedia	94
Gambar 4.32 Reliabilitas Aspek Informasi	96
Gambar 4.33 Reliabilitas Aspek Multimedia	96
Gambar 4.34 Tampilan Youtube	97
Gambar 4.35 Tampilan Instagram	97



INTISARI

Kedai Mie Nyinyir merupakan salah satu rumah makan yang bahan utamanya menggunakan mie, dan dibuat tanpa bahan pengawet maupun penyedap rasa. Menu andalahnya adalah Mie Nyinyir menu ini sangat disukai sekali oleh para remaja tentunya anak sekolah dan mahasiswa, di Yogyakarta Kedai Mie Nyinyir mampu membentuk 5 cabang kedai, salah satunya di sorogenen ini tempat penelitian penulis. Dalam promosi menu dan segala jenis snack yang terdapat pada Kedai Mie Nyinyir sangat berpengaruh besar terhadap citra dan penjualan pada kedai ini.

Video iklan merupakan sarana media informasi yang baik untuk di manfaatkan dalam meningkatkan citra dan penjualan pada kedai. Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

Melalui media sosial Instagram video iklan Kedai Mie Nyinyir ini akan di publis dan disebarluaskan dikota Yogyakarta, dengan tujuan untuk menciptakan *branding* yang terpercaya dan prospek yang baik di mata masyarakat yang sudah mengetahui maupun yang belum mengetahui.

Kata Kunci : Media promosi, iklan, pembuatan, Kedai Mie Nyinyir

ABSTRACT

Kedai Mie Nyinyir is one of the restaurants whose main ingredients are using noodles, and made without preservatives or flavorings. The menu is Mie Nyinyir this menu is every loved by teenagers, or course school children and students, in Yogyakarta Kedai Mie Nyinyir is able from 5 branches, one of which in Sorogenen is the researcher's place. In the promotion of menus and all kind of snacks found at Mie Nyinyir Store, it has a big influence on the image and sales of this shop.

Video ads are a good medium of information to use in improving the image and sales of the store. Making this ad video uses live shoot techniques dan motion graphics.

Through Instagram social media, the advertisement video of Mie Nyinyir Store will be publicized and distributed in the city of Yogyakarta, with the aim of creating reliable branding and good prospects in the eyes of people who already know and whi do not know.

Keywords: Media promotion, advertising, manufacture, Mie Nyinyir Store