

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN 39 GARAGE TRAIL MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING**

SKRIPSI



disusun oleh

Yopie Artha Wijaya

16.12.9065

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN 39 GARAGE TRAIL MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Yopie Artha Wijaya

16.12.9065

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN 39 GARAGE TRAIL MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yopie Artha Wijaya

16.12.9065

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 9 Desember 2021

Dosen Pembimbing,

Barka Satva, M.Kom.

NIK. 190302126

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN 39 GARAGE TRAIL MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yopie Artha Wijaya

16.12.9065

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Januari 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Dhimas Adi Satria, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302427

Muhammad Tofa Nurcholis, M.Kom.
NIK. 190302281

Barka Satya, M.Kom.
NIK. 190302126

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 Maret 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M.Kom.
NIK. 190302096

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, 10 Maret 2022



Yopie Artha Wijaya

NIM. 16.12.9065

MOTTO

“Success is my only motherfuckin’ option, failure’s not”

Eminem



PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pembuatan Video Iklan 39 Garage Trail Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Tracking .

Dengan hormat, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Terimakasih kepada orang tua tercinta yang telah membimbing, mendoakan, mendukung dan selalu memberikan yang terbaik.
2. Dosen Pembimbing Barka Satya, S.Kom, M.Kom yang telah membimbing dengan sabar serta ketulusan hati mulai dari awal hingga selesainya skripsi ini.
3. Rendy Ardian Permana selaku pemilik usaha yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian di 39 Garage Trail.
4. Terimakasih kepada teman-teman saya yang sudah memotivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
5. Dan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan dan pembuatan skripsi, penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis,

Yopie Artha Wijaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME atas kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu penulisan skripsi ini merupakan bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang Strata-1 dan memperoleh gelar Sarjana.

Penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Barka Satya, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta memberikan saran.
4. Orang tua yang selalu mendoakan, membimbing dan memberikan dukungan bagi saya.
5. Bapak ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membagikan ilmunya selama saya mengikuti perkuliahan.
6. Kepada Pemilik 39 Garage Trail yang sudah bersedia memberikan izin untuk saya melakukan penelitian
7. Teman-teman semua yang sudah memberi motivasi dan dukungan kepada saya agar cepat menyelesaikan skripsi ini.

8. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Dalam pembuatan skripsi penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang menggunakannya.

Yogyakarta, 10 Maret 2022

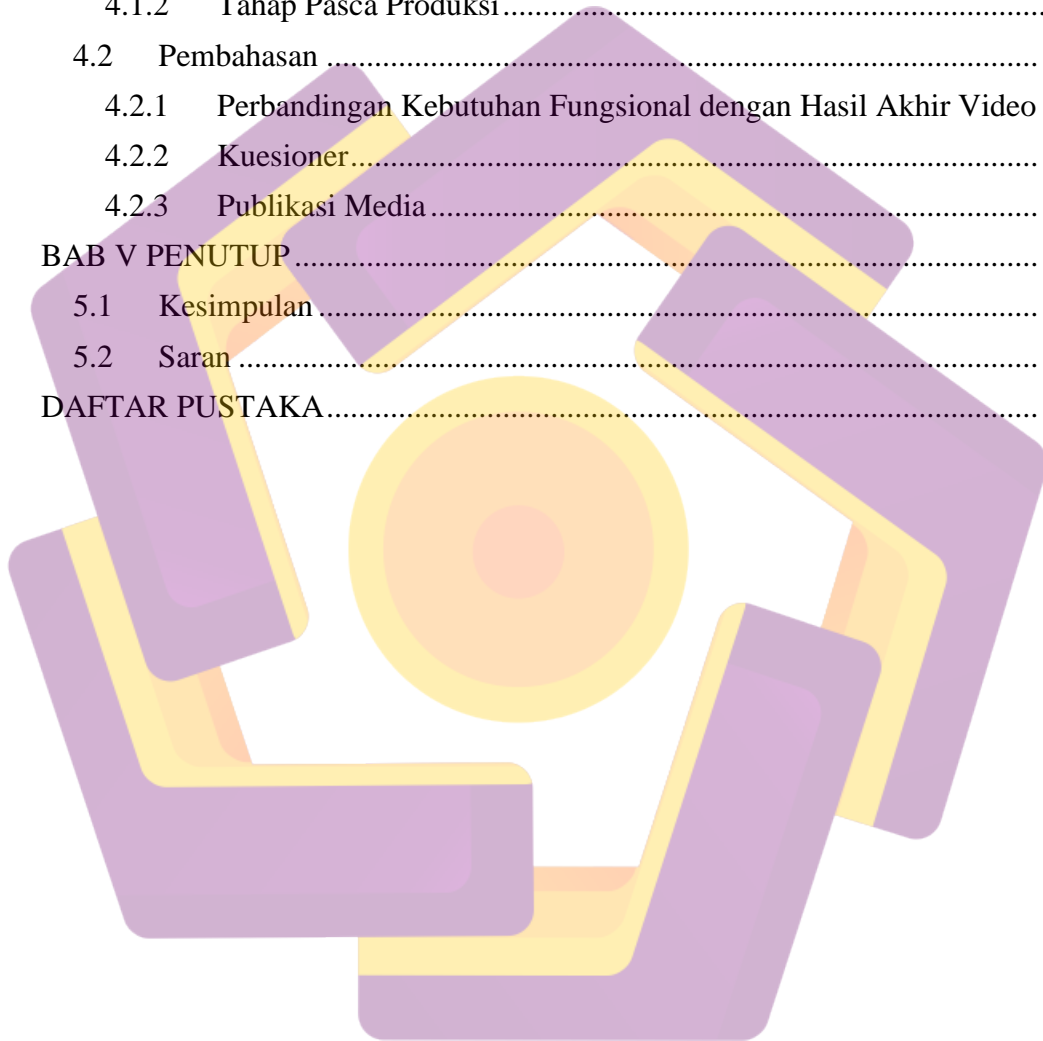
Yopie Artha Wijaya

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PEMBUATAN VIDEO IKLAN 39 GARAGE TRAIL MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING | 1 |
| PEMBUATAN VIDEO IKLAN 39 GARAGE TRAIL MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING | I |
| PERSETUJUAN..... | II |
| PENGESAHAN | III |
| PERNYATAAN..... | IV |
| MOTTO..... | V |
| PERSEMBAHAN | VI |
| KATA PENGANTAR..... | VII |
| DAFTAR ISI | IX |
| DAFTAR TABEL | XII |
| DAFTAR GAMBAR..... | XIII |
| INTISARI | XVI |
| ABSTRACT | XVII |
| 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 | 4 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 4 |
| 1.6 Metode Penelitian | 4 |
| 1.6.1 Metode Pengumpulan Data | 4 |
| 1.6.2 Metode Analisis..... | 5 |
| 1.6.3 Metode Perancangan..... | 5 |
| 1.6.4 Metode Pengembangan..... | 5 |
| 1.6.5 Metode Implementasi | 6 |
| 1.6.6 Metode Pengujian | 6 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 8 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 8 |
| 2.2 Konsep Dasar Multimedia | 11 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.2.1 | Pengertian Multimedia | 11 |
| 2.2.2 | Jenis Multimedia | 12 |
| 2.2.3 | Elemen Multimedia | 12 |
| 2.3 | Konsep Dasar Video | 13 |
| 2.3.1 | Kategori Video | 14 |
| 2.3.2 | Format File Video..... | 15 |
| 2.4 | Konsep Dasar Iklan..... | 18 |
| 2.4.1 | Definisi periklanan | 18 |
| 2.4.2 | Jenis-jenis Iklan | 18 |
| 2.4.3 | Kategori iklan berdasarkan Tujuan | 18 |
| 2.5 | Konsep Dasar <i>Live Shoot</i> | 19 |
| 2.6 | Pengambilan Gambar (<i>Shot</i>)..... | 20 |
| 2.6.1 | Sudut Pengambilan (<i>Camera Angle</i>) | 20 |
| 2.7 | Motion Tracking | 27 |
| 2.8 | Instagram | 27 |
| 2.9 | Youtube..... | 28 |
| 2.10 | Metode Analisis..... | 28 |
| 2.10.1 | Analisis Kebutuhan | 28 |
| 2.10.2 | Analisis SWOT..... | 29 |
| 2.11 | Teori Evaluasi Skala Likert..... | 31 |
| 2.11.1 | Rumus Persentase Skala Likert | 32 |
| 2.12 | Tahapan Produksi..... | 33 |
| 2.12.1 | Pra-Produksi | 33 |
| 2.12.2 | Produksi..... | 33 |
| 2.12.3 | Pasca Produksi..... | 34 |
| BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN..... | | 35 |
| 3.1 | Tinjauan Umum..... | 35 |
| 3.1.1 | Deskripsi Singkat 39 Garage Trail | 35 |
| 3.1.2 | Logo 39 Garage Trail | 36 |
| 3.2 | Pengumpulan Data..... | 36 |
| 3.2.1 | Observasi | 36 |
| 3.2.2 | Metode Wawancara | 38 |
| 3.3 | Analisis | 39 |
| 3.3.1 | Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i> | 39 |
| 3.3.2 | Analisis Kebutuhan | 45 |

| | | |
|---|--|-----|
| 3.4 | Tahap Pra Produksi | 48 |
| 3.4.1 | Ide Cerita | 48 |
| 3.4.2 | Rancangan Naskah Video Iklan | 49 |
| 3.4.3 | Rancangan <i>Storyboard</i> | 51 |
| BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN..... | | 59 |
| 4.1 | Implementasi..... | 59 |
| 4.1.1 | Tahap Produksi..... | 60 |
| 4.1.2 | Tahap Pasca Produksi..... | 69 |
| 4.2 | Pembahasan | 100 |
| 4.2.1 | Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir Video | 100 |
| 4.2.2 | Kuesioner..... | 102 |
| 4.2.3 | Publikasi Media..... | 111 |
| BAB V PENUTUP | | 117 |
| 5.1 | Kesimpulan | 117 |
| 5.2 | Saran | 118 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 119 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 2. 1 Perbandingan penelitian | 9 |
| Tabel 2. 2 Contoh matriks SWOT | 31 |
| Tabel 2. 3 Tabel pembobotan skor | 32 |
| Tabel 2. 4 Pengkategorian skor jawaban | 33 |
| | |
| Tabel 3. 1 Tabel Matriks SWOT | 41 |
| Tabel 3. 2 Peralatan produksi | 46 |
| Tabel 3. 3 Tabel pasca produksi | 46 |
| Tabel 3. 4 Kebutuhan perangkat lunak | 47 |
| Tabel 3. 5 Tabel kru | 48 |
| Tabel 3. 6 Rancangan Storyboard | 51 |
| | |
| Tabel 4. 1 Pengambilan gambar | 60 |
| Tabel 4. 2 Perbandingan kebutuhan fungsional | 101 |
| Tabel 4. 3 Kuesioner | 103 |
| Tabel 4. 4 Tabel bobot nilai | 106 |
| Tabel 4. 5 Tabel presentase nilai | 107 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 <i>High Angle</i> | 21 |
| Gambar 2. 2 <i>Eye Level</i> | 21 |
| Gambar 2. 3 <i>Low Angle</i> | 22 |
| Gambar 2. 4 <i>Extreme long shot</i> | 23 |
| Gambar 2. 5 <i>Long shot</i> | 23 |
| Gambar 2. 6 <i>Medium long shot</i> | 24 |
| Gambar 2. 7 <i>Medium shot</i> | 24 |
| Gambar 2. 8 <i>Medium close up</i> | 25 |
| Gambar 2. 9 <i>Close up</i> | 25 |
| Gambar 2. 10 <i>Big close up</i> | 26 |
| Gambar 2. 11 <i>Extreme close up</i> | 26 |
| | |
| Gambar 3. 1 Denah lokasi | 35 |
| Gambar 3. 2 Logo 39 Garage Trail..... | 36 |
| Gambar 3. 3 Akun media sosial Instagram 39 Garage Trail | 37 |
| Gambar 3. 4 Akun Youtube pemilik 39 Garage Trail | 38 |
| | |
| Gambar 4. 1 Bagan produksi | 59 |
| Gambar 4. 2 Logo 39 garage trail..... | 66 |
| Gambar 4. 3 Logo 39 garage trail..... | 67 |
| Gambar 4. 4 Ikon Instagram | 67 |
| Gambar 4. 5 Ikon Bukalapak | 68 |
| Gambar 4. 6 Ikon Shopee | 68 |
| Gambar 4. 7 Ikon Tokopedia..... | 68 |
| Gambar 4. 8 Backsound yang digunakan untuk video iklan | 69 |
| Gambar 4. 9 Komposisi pointer untuk scene ke-4 | 70 |
| Gambar 4. 10 Mengubah fill option dan stroke..... | 71 |
| Gambar 4. 11 Cara membuat garis | 71 |
| Gambar 4. 12 Cara menambahkan lingkaran | 72 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4. 13 Tampilan garis pointer | 72 |
| Gambar 4. 14 Cara menambahkan text | 73 |
| Gambar 4. 15 Tampilan pointer dengan text | 73 |
| Gambar 4. 16 Memilih layer | 74 |
| Gambar 4. 17 Cara menambahkan <i>Trim Paths</i> | 74 |
| Gambar 4. 18 Mengatur keyframe start..... | 75 |
| Gambar 4. 19 Membuat shape layer..... | 75 |
| Gambar 4. 20 Cara masking | 76 |
| Gambar 4. 21 Mengatur Keyframe..... | 76 |
| Gambar 4. 22 Memilih Layer | 77 |
| Gambar 4. 23 Cara membuka Plugin Animation Composer..... | 78 |
| Gambar 4. 24 Memilih Keyframe | 78 |
| Gambar 4. 25 Mengatur transisi preset..... | 79 |
| Gambar 4. 26 Komposisi Motion Tracking untuk scene ke-5..... | 79 |
| Gambar 4. 27 Mengimpor Video..... | 80 |
| Gambar 4. 28 Tampilan Track Motion..... | 80 |
| Gambar 4. 29 Pemilihan Track Point & Proses Analyze | 81 |
| Gambar 4. 30 Cara membuat Layer Null Object..... | 81 |
| Gambar 4. 31 Memilih Layer pada Motion Target | 82 |
| Gambar 4. 32 Tampilan Apply pada menu Tracker..... | 82 |
| Gambar 4. 33 Memilih dimensi Motion Tracker..... | 83 |
| Gambar 4. 34 Memilih Parent Layer | 84 |
| Gambar 4. 35 Hasil akhir Motion Tracking scene ke-4 | 84 |
| Gambar 4. 36 Komposisi yang digunakan pada tahap editing | 85 |
| Gambar 4. 37 Beberapa hasil pengambilan gambar yang telah di import..... | 86 |
| Gambar 4. 38 Seluruh elemen yang telah melewati | 87 |
| Gambar 4. 39 Adjustment Layer pada Timeline | 87 |
| Gambar 4. 40 Efek <i>Lumetri Color</i> yang telah | 88 |
| Gambar 4. 41 Efek <i>Lumetri Color</i> yang telah | 89 |
| Gambar 4. 42 Efek Lumetri Color yang telah diatur curvesnya..... | 90 |
| Gambar 4. 43 Hasil warna mentah sebelum diatur..... | 90 |
| Gambar 4. 44 Hasil warna yang sudah diatur..... | 91 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 4. 45 Hasil akhir pengerjaan editing & compositing | 91 |
| Gambar 4. 46 Detail pengaturan rendering | 92 |
| Gambar 4. 47 Hasil render video iklan scene ke-1 | 93 |
| Gambar 4. 48 Hasil render video iklan scene ke-2..... | 93 |
| Gambar 4. 49 Hasil render video iklan scene ke-3..... | 94 |
| Gambar 4. 50 Hasil render video iklan scene ke-4..... | 94 |
| Gambar 4. 51 Hasil render video iklan scene ke-5..... | 95 |
| Gambar 4. 52 Hasil render video iklan scene ke-6..... | 95 |
| Gambar 4. 53 Hasil render video iklan scene ke-7..... | 96 |
| Gambar 4. 54 Hasil render video iklan scene ke-8..... | 96 |
| Gambar 4. 55 Hasil render video iklan scene ke-9..... | 97 |
| Gambar 4. 56 Hasil render video iklan scene ke-10..... | 97 |
| Gambar 4. 57 Hasil render video iklan scene ke-11..... | 98 |
| Gambar 4. 58 Hasil render video iklan scene ke-12..... | 98 |
| Gambar 4. 59 Hasil render video iklan scene ke-13..... | 99 |
| Gambar 4. 60 Hasil render video iklan scene ke-14..... | 99 |
| Gambar 4. 61 Hasil render video iklan scene ke-15..... | 100 |
| Gambar 4. 62 Hasil render video iklan scene ke-16..... | 100 |
| Gambar 4. 63 Kuesioner yang dibuat melalui Google Form..... | 105 |
| Gambar 4. 64 Data kuesioner hasil jawaban responden..... | 106 |
| Gambar 4. 65 Video iklan 39 Garage Trail pada media sosial Instagram..... | 111 |
| Gambar 4. 66 Hasil Insight sinopsis postingan..... | 112 |
| Gambar 4. 67 Hasil Insight postingan bagian impresi..... | 113 |
| Gambar 4. 68 Hasil Insight postingan bagian..... | 114 |
| Gambar 4. 69 Video Iklan 39 Garage Trail di Youtube | 115 |
| Gambar 4. 70 Hasil ringkasan analisis video pada channel Youtube..... | 116 |

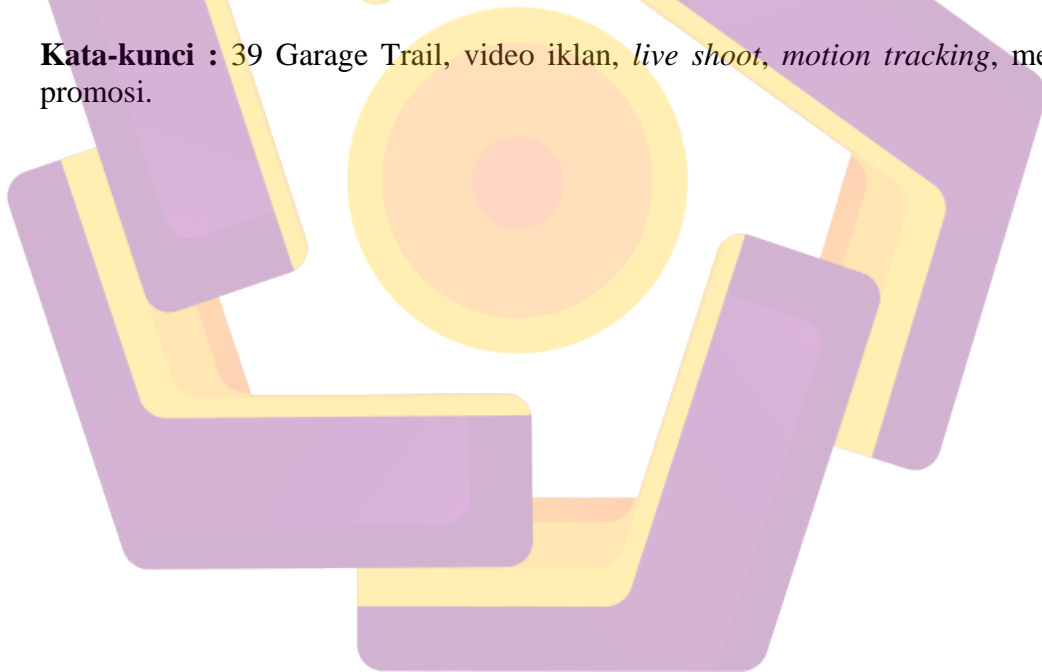
INTISARI

39 Garage Trail adalah usaha yang bergerak dalam bidang otomotif yang beralamat di Jl. Sri Katon No.17, Purwosari, Baleharjo, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta yang sudah berdiri sejak tahun 2014 ini sebagai spesialis pembuat *body part trail vintage*. 39 Garage Trail ini menggunakan *Instagram* sebagai media utama untuk menyampaikan informasi, namun belum menggunakan media promosi berbentuk seperti video iklan.

Dengan adanya permasalahan tersebut, maka akan dibuat video iklan 39 Garage Trail dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion tracking*. Pada saat video *live shoot* di iklan ini menampilkan pemasangan dan pemakaian produk yang di tawarkan oleh 39 Garage Trail selanjutnya *motion tracking* akan muncul memberikan informasi tentang produk yang di tawarkan. Penulis dalam membuat video iklan memilih dengan teknik *live shoot* dan *motion tracking* untuk meningkatkan pemasaran 39 Garage Trail kepada masyarakat.

Video iklan yang dihasilkan ditujukan untuk memberikan gambaran bagi para pelanggan dalam pemasangan dan pemakaian produk yang di tawarkan. Diharapkan dengan dibuatnya video iklan tersebut 39 Garage Trail bisa menambah pelanggan dan bisa memberikan dampak positif kepada pemilik 39 Garage Trail.

Kata-kunci : 39 Garage Trail, video iklan, *live shoot*, *motion tracking*, media promosi.



ABSTRACT

39 Garage Trail is a business engaged in the automotive sector which is located at Jl. Sri Katon No.17, Purwosari, Baleharjo, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta, which has been established since 2014 as a specialist in making vintage trail body parts. 39 Garage Trail uses Instagram as the main medium to convey information, but has not used promotional media in the form of advertising videos.

With these problems, a 39 Garage Trail ad video will be made using live shoot and motion tracking techniques. When the live video shoot in this ad shows the installation and use of the products offered by 39 Garage Trail then motion tracking will appear providing information about the products offered. The author in making video advertisements chooses to use live shoot and motion tracking techniques to increase the marketing of 39 Garage Trail to the public.

The resulting advertising video is intended to provide an overview for customers in the installation and use of the products offered. It is hoped that by making the video advertisement 39 Garage Trail can add customers and can have a positive impact on the owner of 39 Garage Trail.

Keyword : *39 Garage Trail, ad video, live shoot, motion tracking, promotion media*

