

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN OMAH UNDANGAN DENGAN METODE
LIVE SHOOT DAN VISUAL EFFECT SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Ardiansyah Eka Dewantara

16.11.0162

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2020**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN OMAH UNDANGAN DENGAN METODE
LIVE SHOOT DAN VISUAL EFFECT SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Ardiansyah Eka Dewantara

16.11.0162

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN OMAH UNDANGAN DENGAN METODE LIVE SHOOT DAN VISUAL EFFECT SEBAGI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ardiansyah Eka Dewantara

16.11.0162

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 Agustus 2019

Dosen Pembimbing,

Asro Nasiri, Drs, M.Kom

NIK. 190302152

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN OMAH UNDANGAN DENGAN METODE LIVE SHOOT DAN VISUAL EFFECT SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ardiansyah Eka Dewantara

16.11.0162

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 21 September 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Dhani Ariatmanto, M.Kom

NIK. 190302197

Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom

NIK. 190302391

Asro Nasiri, Drs, M.Kom

NIK.190302152

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 21 September 2020

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, MT

NIK. 190302038

PERNYATAAN

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 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, 1 September 2020



Ardiansyah Eka Dewantara

NIM 16.11.0162

MOTTO

“Tidak masalah jika kamu berjalan dengan lambat, asalkan kamu tidak pernah berhenti usaha”



PERSEMBAHAN

Saya mempersembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan skripsi.

1. Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan segala nikmat dan kasih sayangnya sampai sejauh ini.
2. Kedua orang tua saya dan keluarga, yang selalu mendoakan, selalu menyemangati dan memenuhi kewajibannya untuk memenuhi kebutuhan anak.
3. Bapak Asro Nasiri, Drs, M.kom. yang telah membimbing saya dari awal sampai akhir pembuatan skripsi.
4. Dosen-dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu selama kuliah.
5. Teman teman saya yang selalu memberikan ide ide baru membantu saya.
6. Teman-teman kelas S1 Informatika 03 2016 yang selalu menemani perkuliahan, mendukung dan memberikan semangat sampai saat ini. Semoga kita dapat bertukar tawa lagi dilain waktu serta tempat yang berbeda.
7. Pihak Omah Undangan yang telah menyediakan tempat untuk pengambilan materi bahan skripsi saya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pembuatan Video Iklan Omah Undangan Dengan Metode Live Shoot dan Visual Effect Sebagai Media Promosi.

Skripsi ini saya buat guna menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program studi Informatika fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program strata satu dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer. Dengan selesainya skripsi ini, maka pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. 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 Asro Nasiri, Drs, M.kom. selaku dosen pembimbing yang selalu bijaksana memberikan bimbingan, nasehat serta waktunya selama penulisan skripsi ini.
4. Dosen Penguji - serta Karyawan Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah berbagi ilmu dan pengalamanya.
5. Kedua orang tua saya yang telah mendoakan, mendukung dan memberikan semangat kepada saya.

6. Teman teman saya yang selalu memberikan ide ide baru membantu saya.
7. Teman-teman S1 Informatika 03 2016 yang telah menemani selama proses perkuliahan dan belajar mengajar.
8. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga Allah memberikan balasan yang lebih kepada semua yang telah ikut membantu saya hingga menyelesaikan skripsi ini. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun diterima dengan senang hati dan rasa terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 1 September 2020

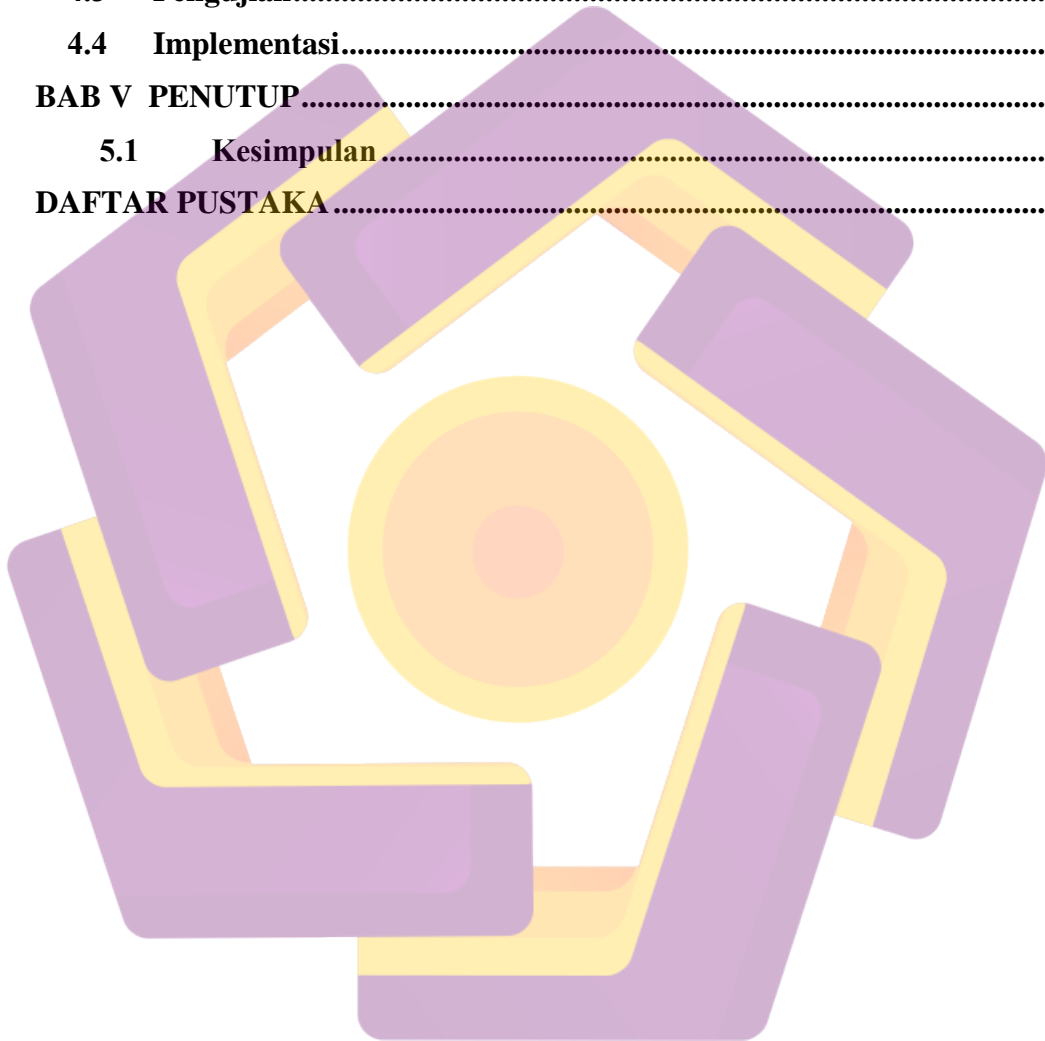
Ardiansyah Eka Dewantara

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INSTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Penelitian	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metodologi Penelitian	4
1.6.1 Metode Pengambilan Data	4
1.6.2 Metode Analisis	4
1.6.3 Metode Perancangan	5
1.6.4 Metode Pengujian	5
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Dasar Teori	10
2.2.1 Multimedia	10
2.2.2 Elemen-Elemen Multimedia	10

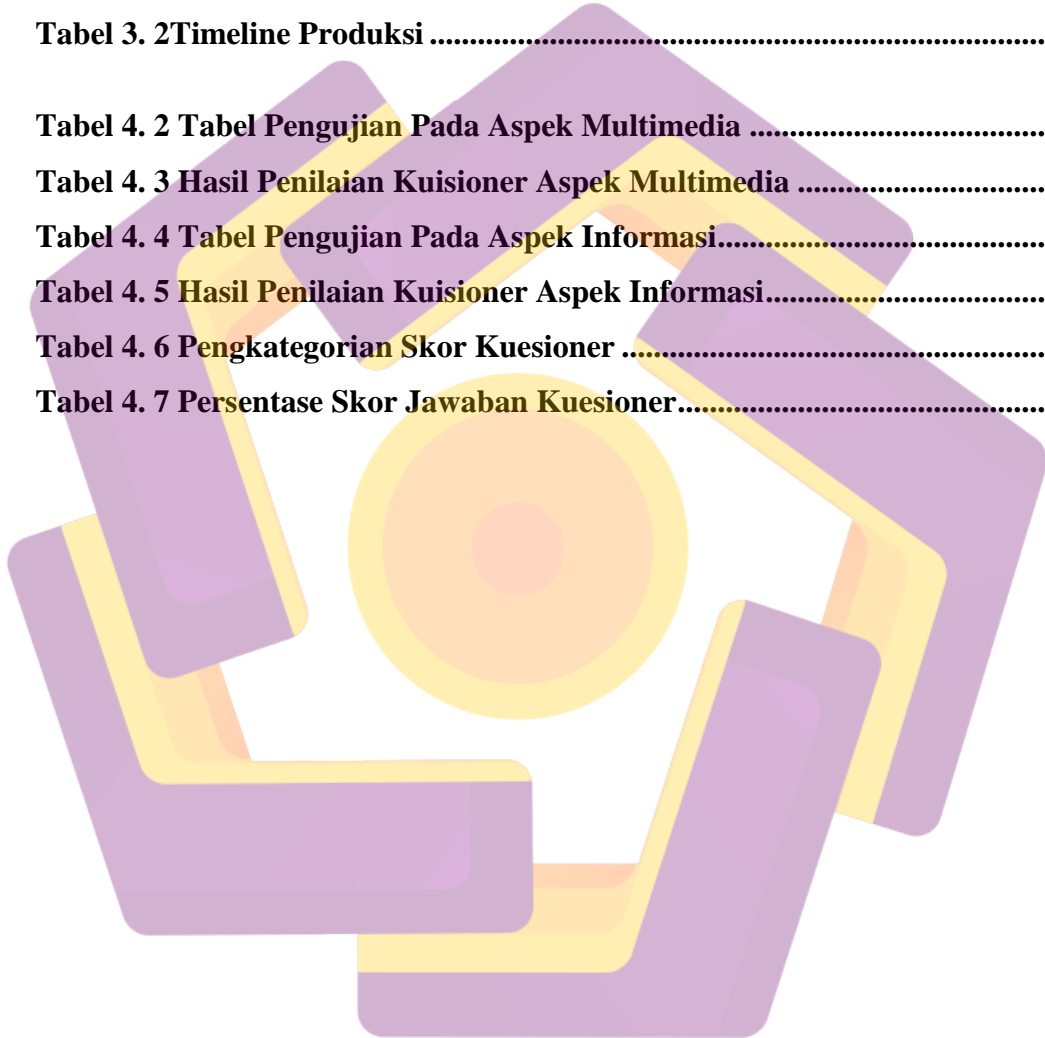
2.2.3	Video.....	12
2.2.4	Jenis Video.....	12
2.2.5	Teknik Live Shoot.....	13
2.2.6	Efek Visual.....	18
2.2.7	Pengertian Infomasi.....	19
2.2.8	Pengertian Promosi.....	20
2.3	Analisis kebutuhan Sistem.....	21
2.3.1	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	22
2.3.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	22
2.4	Metode Perancangan.....	22
2.4.1	Pra Produksi.....	22
2.4.2	Produksi.....	23
2.4.3	Pasca Produksi.....	24
2.5	Testing.....	24
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		27
3.1	Gambaran Umum Omah Undangan.....	27
3.1.1	Latar Belakang.....	27
3.1.2	Struktur Organisasi.....	28
3.1.3	Visi dan Misi.....	28
3.2	Pengumpulan Data.....	29
3.3	Analisis Kebutuhan.....	31
3.3.1	Kebutuhan Fungsional.....	31
3.3.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	31
3.4	Pra Produksi.....	33
3.4.1	Ide dan Konsep.....	33
3.4.2	Analisis Efek.....	34
3.4.3	Penjadwalan.....	35
3.4.4	Pengisian Suara.....	35
3.4.5	Storyline.....	36
3.4.6	Naskah.....	37
3.4.7	Storyboard.....	38
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		43

4.1	Produksi	43
4.1.1	Pengambilan Video	43
4.2	Pasca Produksi.....	45
4.2.1	Compositing.....	45
4.2.2	Editing	63
4.3	Pengujian.....	69
4.4	Implementasi.....	77
BAB V	PENUTUP.....	79
5.1	Kesimpulan	79
DAFTAR PUSTAKA	80



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Skala Jawaban	26
Tabel 3. 1Tabel Wawancara	29
Tabel 3. 2Timeline Produksi	35
Tabel 4. 2 Tabel Pengujian Pada Aspek Multimedia	69
Tabel 4. 3 Hasil Penilaian Kuisisioner Aspek Multimedia	70
Tabel 4. 4 Tabel Pengujian Pada Aspek Informasi.....	73
Tabel 4. 5 Hasil Penilaian Kuisisioner Aspek Informasi.....	74
Tabel 4. 6 Pengkategorian Skor Kuesioner	76
Tabel 4. 7 Persentase Skor Jawaban Kuesioner.....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Extreme Long Shoot	14
Gambar 2. 2 Wide Shoot	14
Gambar 2. 3 Medium Long Shoot	15
Gambar 2. 4 Rough Cut.....	16
Gambar 2. 5 Medium Close Up	16
Gambar 2. 6 Close Up.....	17
Gambar 2. 7 Extrem Close Up	18
Gambar 2. 8 Visual Effect “2012”	19
Gambar 3. 1 Logo Omah Undangan	27
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Omah Undangan	28
Gambar 4. 1 Pengambilan Gambar Interior	44
Gambar 4. 2 Pengambilan Gambar Eksterior	44
Gambar 4. 3 Penggunaan Track Mask	46
Gambar 4. 4 Penggunaan efek Fill dan Shine	46
Gambar 4. 5 Parent efek dan posisi mata	47
Gambar 4. 6 Menyeleksi Tongkat	47
Gambar 4. 7 Pemberian Efek Fractal Noise	48
Gambar 4. 8 Proses Pre-Compose	48
Gambar 4. 9 Pemberian efek energi pada tongkat	49
Gambar 4. 10 Penggunaan 3D Camera Tracker.....	49
Gambar 4. 11 Penggunaan Efek Hue/Saturation.....	50
Gambar 4. 12 Tampilan Lock Screen	50
Gambar 4. 13 Tampilan Home Screen	51
Gambar 4. 14 Tampilan logo Omah Undangan	51
Gambar 4. 15 Merubah Track Matte.....	52
Gambar 4. 16 Penggunaan Roto Brush pada tongkat	52

Gambar 4. 17 Penggunaan Masking pada kaki	53
Gambar 4. 18 Pembuatan Efek Pengiriman Energi	53
Gambar 4. 19 Pemberian Camera Shake	54
Gambar 4. 20 Gambar untuk tekstur Bumi	54
Gambar 4. 21 Pemberian efek CC Sphere dan Glow	55
Gambar 4. 22 Pemberian latar gambar bintang	55
Gambar 4. 23 Pemberian Shape	56
Gambar 4. 24 Pemberian efek getaran kamera	56
Gambar 4. 25 Penggunaan Fractal Noise	57
Gambar 4. 26 Penggunaan efek CC Cylinder	57
Gambar 4. 27 Pemberian efek CC Flo Motion dan CC Smear	58
Gambar 4. 28 Pemberian efek Glow	58
Gambar 4. 29 Pemberian efek uni.Heatwave	59
Gambar 4. 30 Pemberian efek uni.Camera Shake.....	59
Gambar 4. 31 Penambahan efek Light Flare	60
Gambar 4. 32 Pemberian efek Turbulence Displace	60
Gambar 4. 33 Pembuatan Efek Debu.....	61
Gambar 4. 34 Pengaturan Dynamic Processing.....	62
Gambar 4. 35 Penggunaan Parametric Equalizer	62
Gambar 4. 36 Penggunaan Multiband Compressor	63
Gambar 4. 37 Membuat Project Baru.....	64
Gambar 4. 38 Import Bahan	64
Gambar 4. 39 Menyusun File.....	65
Gambar 4. 40 Penggunaan Colorista IV	66
Gambar 4. 41 Penggunaan Lumetri Color	66
Gambar 4. 42 Speed Duration	67
Gambar 4. 43 Pengaturan Suara	68
Gambar 4. 44 Rendering	69
Gambar 4. 45 Upload Youtube	77

INSTISARI

Omah Undangan mengatakan bahwa di Omah Undangan belum memiliki sebuah media promosi yang berbasis online sehingga para konsumen hanya terbatas dari sekeliling area tempat usahanya, selama ini pemilik juga sudah berusaha mempromosikan Omah Undangan hanya dengan dari mulut ke mulut. Akan tetapi hal ini masih menjadi kendala bagi para konsumen baru untuk memantapkan pilihannya menggunakan jasa Omah Undangan karena belum mengetahui jasa apa saja dan kelebihan apa saja yang dimiliki Omah Undangan tersebut.

Dengan perpaduan teknik *visual effect* diharapkan mampu memvisualisasikan informasi-informasi yang tidak dapat dijelaskan hanya dengan menggunakan teknik *liveshoot*. Karena teknik *visual effect* sendiri mampu menyajikan informasi yang ilustratif dan imajinatif.

Dari masalah yang disebutkan diatas penulis melihat peluang untuk membuat video iklan Omah Undangan, materi yang disampaikan terkhusus ditujukan bagi para konsumen baru yang akan menggunakan jasa Omah Undangan. Maka penelitian ini berjudul “Pembuatan Video Iklan Omah Undangan Dengan Metode Liveshoot Dan Visual Effect Sebagai Media Promosi” Dengan adanya video iklan Omah Undangan dengan perpaduan teknik *liveshoot* dan *visual effect* diharapkan informasi dapat tersampaikan dengan efektif.

Kata Kunci : Video Iklan, Undangan, Media Promosi

ABSTRACT

Omah Invitation said that Omah Invitation does not yet have an online-based promotional media so that consumers are only limited to around the area of its business, so far the owner has also tried to promote Omah Invite only by word of mouth. However, this is still an obstacle for new consumers to solidify their choice of using Omah Invite services because they don't know what services and what advantages the Omah Invite has.

With a combination of visual effect techniques, it is hoped that they will be able to visualize information that cannot be explained using only the liveshoot technique. Because the visual effect technique itself is able to present illustrative and imaginative information.

From the problems mentioned above, the authors see an opportunity to make Omah Invite video advertisements, the material presented is specifically aimed at new consumers who will use Omah Invite's services. So this research is entitled "Making Omah Invite Ad Video with Liveshoot Method and Visual Effect as Promotion Media" With the Omah Invitation video advertisement with a combination of liveshoot techniques and visual effects, it is hoped that information can be conveyed effectively.

Keywords: Advertising Video, Invitation, Promotion Media