

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA BARBERBIM
BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

RIZKY WAHYU FATCHURRAHMAN

17.11.0984

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA BARBERBIM
BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

RIZKY WAHYU FATCHURRAHMAN

17.11.0984

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA BARBERBIM
BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang disusun dan diajukan oleh

RIZKY WAHYU FATCHURRAHMAN

17.11.0984

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 28 Juni 2024

Dosen Pembimbing,

Agung Nagroho, M.Kom
NHK. 190302242

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA BARBERBIM
BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang disusun dan diajukan oleh

RIZKY WAHYU FATCHURRAHMAN

17.11.0984


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 28 Juni 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Lilis Dwi Farida, S.Kom, M.Eng
NIK. 190302288



Firman Asharudin, S.Kom, M.Kom
NIK. 190302315



Agung Nugroho, M.Kom
NIK. 190302242



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 28 Juni 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **RIZKY WAHYU FATCHURRAHMAN**
NIM : **17.11.0984**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA BARBERBIM
BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Dosen Pembimbing : **AGUNG NUGROHO, M.Kom**

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian **SAYA** sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 28 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Rizky Wahyu Fatchurrahman

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam perjalanan menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak sedikit hambatan dan tantangan yang dihadapi. Namun berkat bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada **Pembimbing. Bpk Agung Nugroho**, yang selalu sabar dalam memberikan bimbingan dan dedikasi kepada penulis.
2. **Dekan dan Dosen Akademik Di Fakultas Informatika**, yang telah memberikan ilmu selama proses saya kuliah di Amikom sampai proses pengerjaan skripsi ini.
3. **Orang tua**, yang selalu memberikan support, motivasi, doa, dan dukungan dalam hal apapun terima kasih.
4. **Altya Yoga Bajrah, Hasan Alvin Rahman, Teman kos dan Sahabat**, yang selalu meberikan semangat, bantuin, dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.
5. **Bimbim**, selaku pemilik Barberbim Barbeshop yang telah menerima penulis untuk memakai Barberbim Barbershop untuk dijadikan objek.

Akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat menjadi langkah awal bagi penulis untuk mendapatkan keberhasilan yang akan datang dan memberi manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta 4 Juli 2024

Rizky Wahyu Fatchurrahman

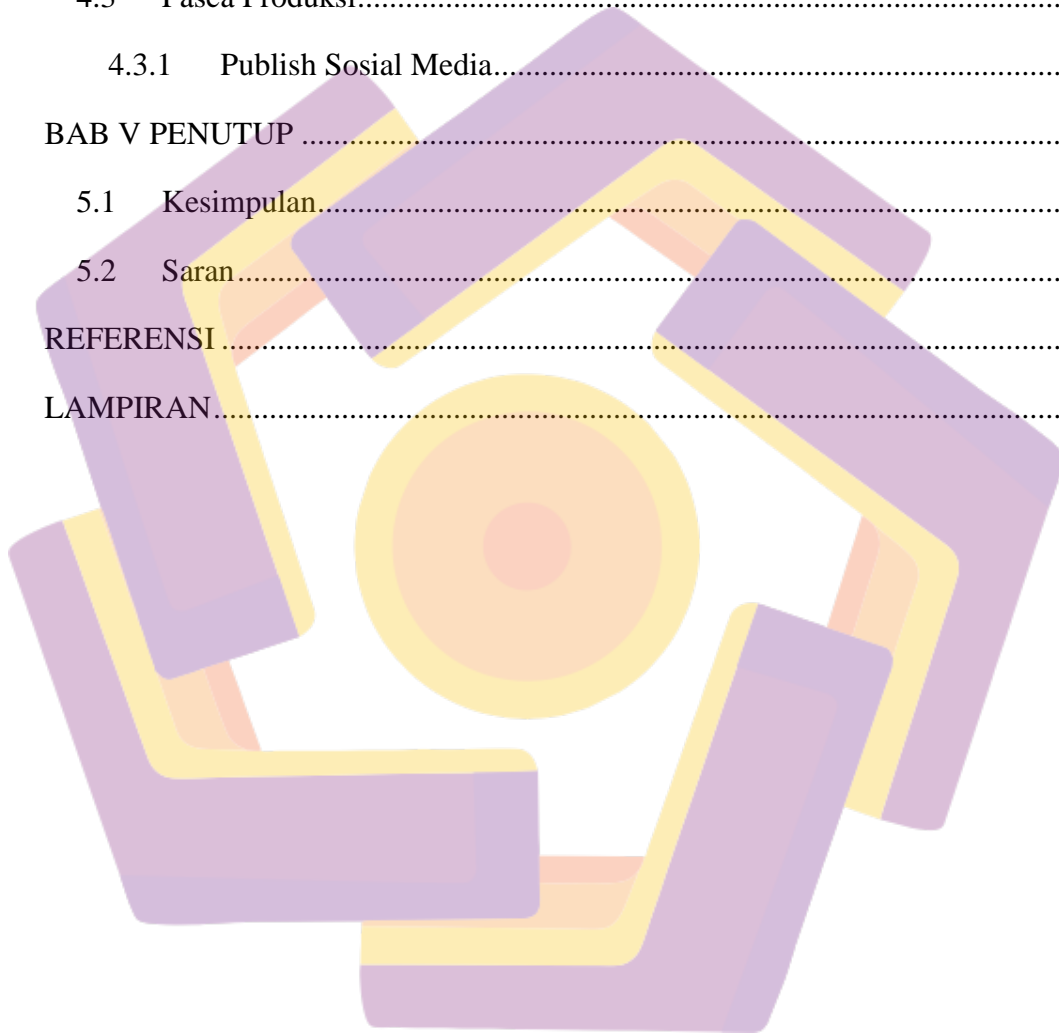
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Studi Literatur	6
2.2 Dasar Teori.....	10
2.2.1 Pengertian Multimedia.....	10
2.2.2 Jenis-Jenis Multimedia.....	10
2.2.3 Elemen Multimedia.....	11

2.3	Konsep Dasar Informasi.....	13
2.3.1	Pengertian Informasi.....	13
2.3.2	Nilai Informasi.....	13
2.4	Promosi.....	13
2.4.1	Pengertian Promosi.....	13
2.4.2	Tujuan Promosi.....	13
2.5	Video.....	14
2.5.1	Standar Video.....	14
2.5.2	Jenis Video.....	15
2.6	Teknik Live Shoot.....	16
2.6.1	Type Of Shoot dalam Live Shoot.....	16
2.7	Animasi.....	23
2.7.1	Pengertian Animasi.....	23
2.8	Teknik Motion Graphic.....	24
2.9	Analisis Masalah.....	24
2.9.1	Analisis SWOT.....	24
2.9.2	Analisis Kebutuhan Sistem.....	25
2.10	Tahapan Produksi.....	26
2.10.1	Pra Produksi.....	26
2.10.2	Produksi.....	27
2.10.3	Pasca Produksi.....	27
2.11	Evaluasi.....	28
2.11.1	Skala Likert.....	28
2.11.2	Rumus Skala Likert.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		31

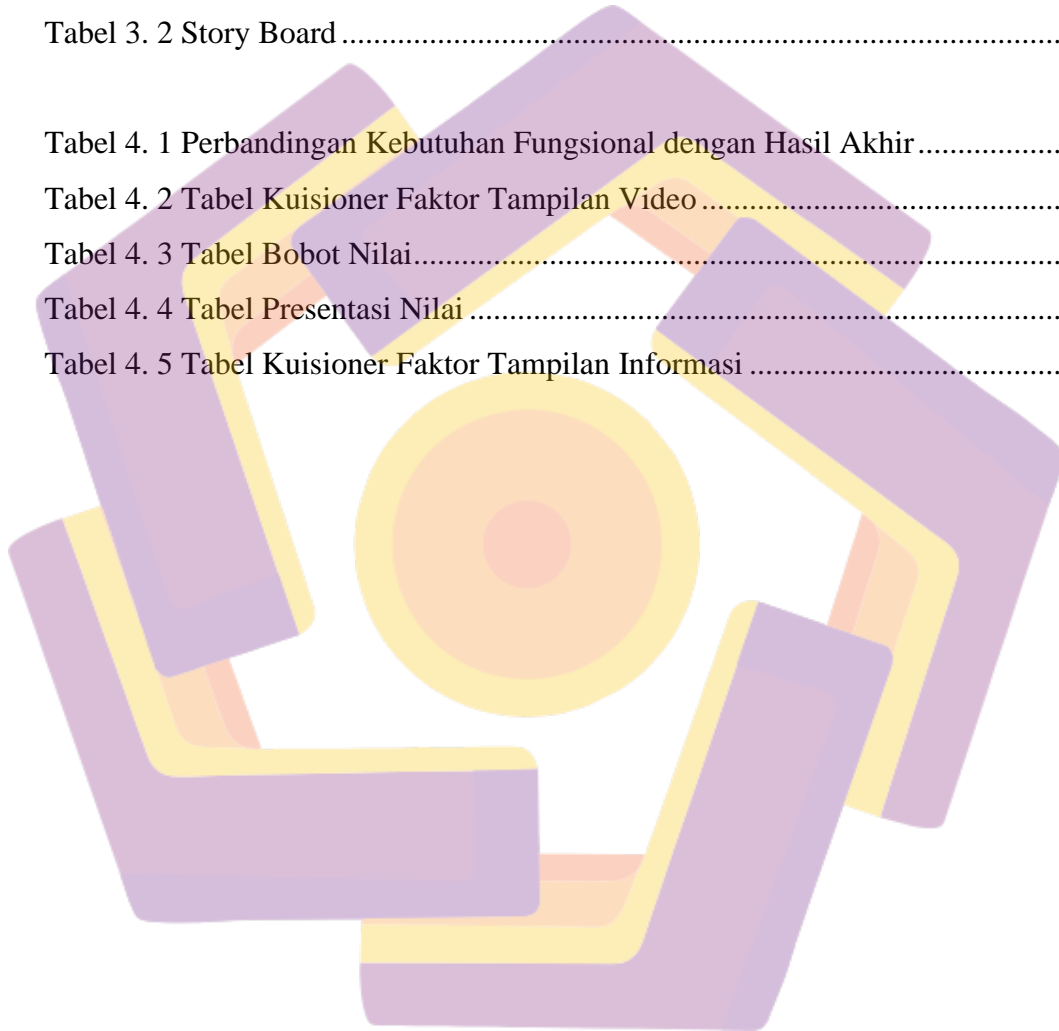
3.1	Objek Penelitian	31
3.1.1	Sejarah Barberbim Barbershop	31
3.1.2	Logo Barberbim Barbershop.....	32
3.2	Alur Penelitian.....	32
3.3	Pengumpulan Data	33
3.3.1	Metode Wawancara.....	33
3.3.2	Observasi.....	34
3.4	Analisis SWOT	35
3.4.1	SWOT	35
3.4.2	Kelemahan Dari Media Lama	37
3.4.3	Kesimpulan	37
3.5	Analisis Kebutuhan Sistem	38
3.5.1	Solusi Yang Ditawarkan	38
3.5.2	Kebutuhan Fungsional.....	38
3.5.3	Kebutuhan Non Fungsional	38
3.6	Metode Perancangan	39
3.6.1	Pra Produksi	39
3.6.2	Produksi	42
3.6.3	Pasca Produksi	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Produksi.....	43
4.1.1	Pengambilan Gambar	43
4.1.2	Pembuatan Motion Graphics.....	44
4.2.3	Compositing	48
4.2.4	Rendering	51

4.2	Evaluasi	51
4.2.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional Dengan Hasil Akhir	52
4.2.2	Kuisisioner Faktor Tampilan Video	53
4.2.3	Kuisisioner Faktor Tampilan Informasi.....	56
4.3	Pasca Produksi.....	58
4.3.1	Publish Sosial Media.....	58
BAB V PENUTUP		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran.....	60
REFERENSI		62
LAMPIRAN.....		64



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Keaslian Penelitian	8
Tabel 2. 2 Tabel Evaluasi Skala Likert	29
Tabel 2. 3 Presentase Nilai.....	30
Tabel 3. 1 Tabel SWOT	35
Tabel 3. 2 Story Board	39
Tabel 4. 1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir	52
Tabel 4. 2 Tabel Kuisisioner Faktor Tampilan Video	54
Tabel 4. 3 Tabel Bobot Nilai.....	54
Tabel 4. 4 Tabel Presentasi Nilai	55
Tabel 4. 5 Tabel Kuisisioner Faktor Tampilan Informasi	56

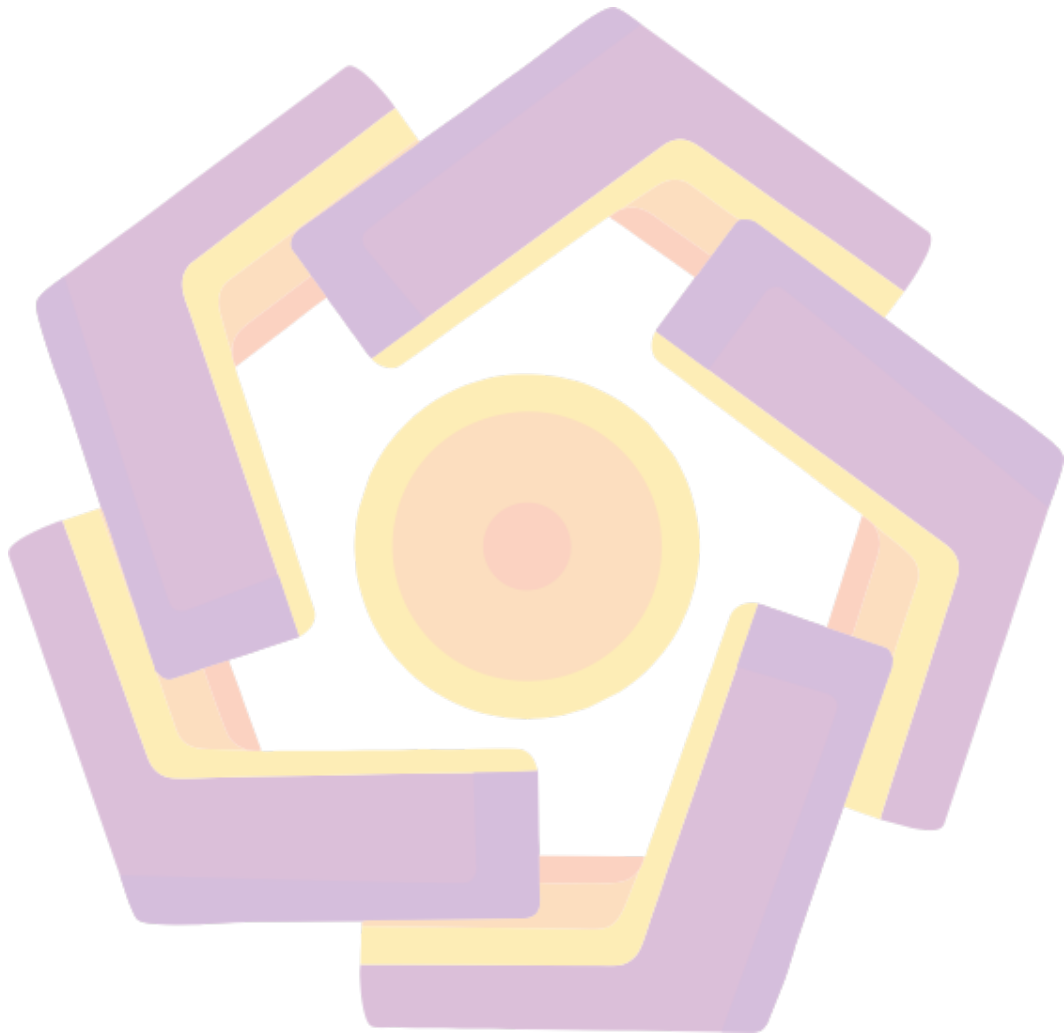


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lima Elemen Multimedia	12
Gambar 2. 2 Extreme Long Shoot	17
Gambar 2. 3 Long Shot	18
Gambar 2. 4 Medium Long Shot	19
Gambar 2. 5 Medium Shot	20
Gambar 2. 6 Close Up	21
Gambar 2. 7 Big Close Up	21
Gambar 2. 8 Extreme Close Up	22
Gambar 3. 1 Logo Barberbim Barbershop	32
Gambar 3. 2 Flowchart Alur Penelitian Dan Proses Produksi Produk Penelitian	33
Gambar 3. 3 Barberbim Barbershop	34
Gambar 4. 1 Pengambilan Gambar Didalam Barbershop	44
Gambar 4. 2 Pengambilan Gambar Di Close Up	44
Gambar 4. 3 Tampilan Compositing Baru	45
Gambar 4. 4 Tampilan File Yang Sudah Di Import	46
Gambar 4. 5 Mengilustrasikan Alamat Lokasi	47
Gambar 4. 6 Mengilustrasikan Sosial Media	47
Gambar 4. 7 Mengilustrasikan Logo Barberbim	48
Gambar 4. 8 Mengatur Ukuran Project Melalui Sequence	49
Gambar 4. 9 Import Aset	50
Gambar 4. 10 Sortir Aset	50
Gambar 4. 11 Rendering	51
Gambar 4. 12 Publish Sosial Media	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Objek Penelitian	64
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian	65



INTISARI

Barberbim Barbershop merupakan salah satu tempat cukur rambut di Kabupaten Sleman. Saat ini dalam mempromosikan produknya, Barberbim Babershop menggunakan media foto dan grafis. Akan tetapi, ada beberapa informasi yang membutuhkan ilustrasi visual lebih lanjut seperti, informasi detail treatment rambut, suasana dalam toko, alamat toko dan penawaran-penawaran produk Barberbim Babershop lainnya.

Penggunaan media informasi saat ini, terutama di media video, memberikan daya tarik tersendiri. Ini karena video memiliki karakteristik khusus, yaitu kombinasi gambar, suara dan gerak. Karena sifat visual dan kombinasi warna, suara dan gerakan, media video terlihat jelas dan nyata. Karena itu pesan yang disampaikan menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan uraian di atas penulis mengambil judul Pembuatan Iklan Media Sosial Pada Barberbim Barbershop Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi. Hasil video ditampilkan dan diiklankan di Instagram. Video Iklan Pada Barberbim Barbershop Menggunakan Teknik LiveShoot dan Motion Graphic.

Kata kunci: Barberbim Barbershop, Konsumen, Media Sosial.

ABSTRACT

Barberbim Barbershop is one of the barber shops in Sleman Regency. Currently in promoting its products, Barberbim Babershop uses photo and graphic media. However, there is some information that requires further visual illustrations, such as detailed hair treatment information, in-store atmosphere, shop addresses and other Barberbim Babershop product offerings.

The use of information media today, especially in video media, provides its own charm. This is because video has special characteristics, namely a combination of image, sound and motion. Due to the visual nature and combination of color, sound and movement, video media looks clear and real. Therefore, the message conveyed attracts the attention of consumers.

Based on the description above, the writer takes the title Making Social Media Ads at Barberbim Barbershop Using Live Shoot Techniques and Motion Graphics as Promotional Media. The results of the video are displayed and advertised on Instagram. Video Advertising on Barberbim Barbershop Hoarding Using LiveShoot Techniques and Motion Graphic.

Keyword: *Barberbim Barbershop, Consumer, Media Social.*