

**PEMBUATAN IKLAN JOGJA MACBOOK STORE
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

NAZHIIFA RIZKA LAWU PUTRA

18.11.2188

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

**PEMBUATAN IKLAN JOGJA MACBOOK STORE
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

NAZHIIFA RIZKA LAWU PUTRA

18.11.2188

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

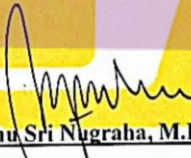
HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
PEMBUATAN IKLAN JOGJA MACBOOK STORE MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
MEDIA PROMOSI

yang disusun dan diajukan oleh

Nazhiifa Rizka Lawu Putra
18.11.2188

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 20 Mei 2025

Dosen Pembimbing,


Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

NIK. 190302164

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN JOGJA MACBOOK STORE MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**

yang disusun dan diajukan oleh

Nazhiifa Rizka Lawu Putra

18.11.2188

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Mei 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Windha Mega Pradnya Dhuhiita, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302185



Muhammad Tofa Nurcholis, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302281



Bhanu Sri Nugraha, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302164



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 20 Mei 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. Dr. Kusriani, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Nazhiifa Rizka Lawu Putra
NIM : 18.11.2188

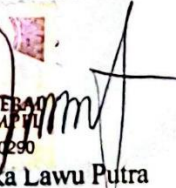
Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Pembuatan Iklan Jogja MacBook Store Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi

Dosen Pembimbing : Bhanu Sri Nugraha, S.Kom., 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.

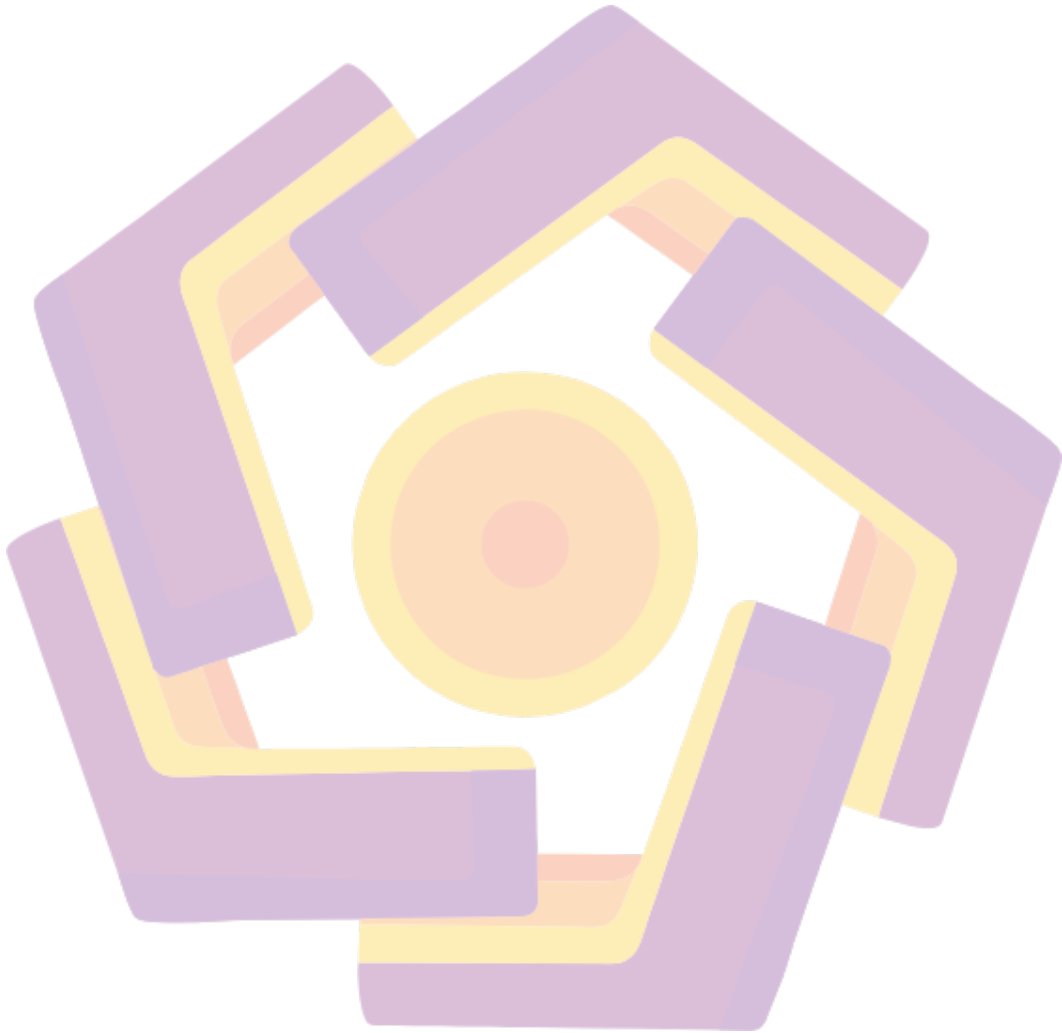
Yogyakarta 20 Mei 2025


Nazhiifa Rizka Lawu Putra

HALAMAN MOTTO

Maka sudahilah sedihmu yang belum sudah, segera mulailah syukurmu yang pasti indah. Berbahagialah.

(Fstvlst - Menantang Rasi Bintang)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada halaman persembahan ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat berupa kesehatan, kekuatan, kesabaran, ketekunan, fokus, dan semangat sehingga seluruh rangkaian proses pengerjaan skripsi ini dapat berjalan dengan baik hingga skripsi ini selesai serta memperoleh hasil yang maksimal.
2. Kedua Orang Tua (Bapak Haris Subagyo, dan Ibu Rahayu Mei Wulandari) yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan sehingga skripsi ini bias terselesaikan seperti yang seharusnya.
3. Jogja MacBook Store yang telah memberi izin penelitian.
4. Bapak Bhanu Sri Nugraha, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan sehingga skripsi ini bias terselesaikan serta mmeperoleh hasil yang terbaik.
5. Seluruh Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul ***“Pembuatan Iklan Jogja MacBook Store Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi”*** dapat terselesaikan dengan baik.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan perguruan tinggi program studi Sastra-1 Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Serta dengan terbuka mengucapkan terimakasih atas masukan dan saran dari pembaca guna perbaikan pada masa mendatang.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto MM. selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Bhanu Sri Nugraha, S.Kom., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan Karyawan/Karyawati Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberi ilmunya selama penulis mengikuti perkuliahan.
4. Keluarga dan teman-teman yang telah membantu dan bekerja sama dalam pelaksanaan skripsi ini.

Yogyakarta

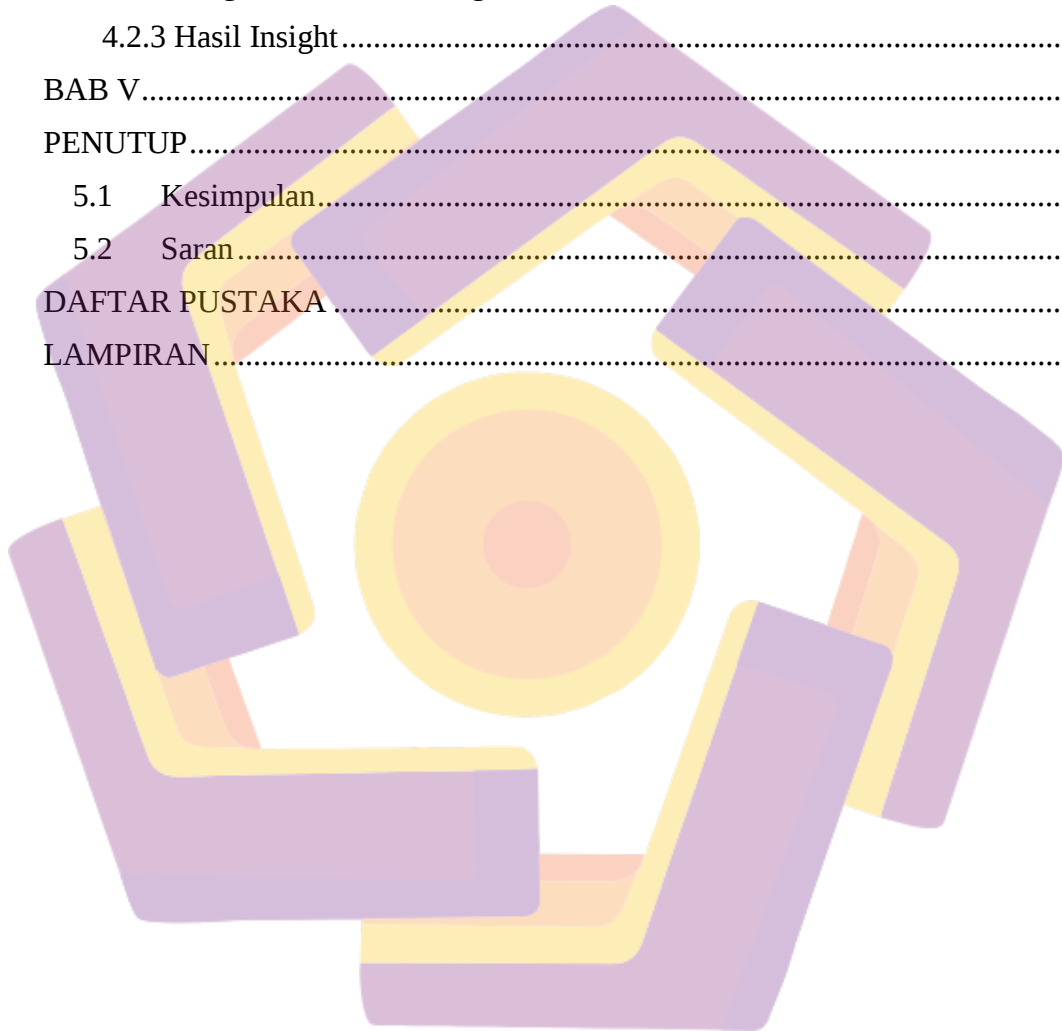
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.2 Dasar Teori	9
2.2.1 Multimedia	9
2.2.2 Elemen Multimedia.....	9
2.2.3 Motion Graphic	10
2.2.4 Pertimbangan Motion Graphic.....	10
2.2.5 Live Shoot	11

2.2.6	Frame Rate	11
2.2.7	Definisi Iklan.....	11
2.2.8	Resolusi Video	12
BAB III		13
METODE PENELITIAN.....		13
3.1	Gambaran Umum	13
3.1.1	Profil Jogja Macbook Store.....	13
3.1.2	Visi Jogja Macbook Store	13
3.1.3	Misi Jogja Macbook Store	13
3.1.4	Logo Jogja Macbook Store	13
3.1.5	Media Sosial Jogja Macbook Store.....	14
3.2	Alur Penelitian.....	15
3.3	Pengumpulan Data	16
3.3.1	Metode Wawancara.....	16
3.3.2	Analisis Masalah	16
3.3.2.1	Analisis SWOT	16
3.3.2.2	Solusi Yang Disarankan.....	19
3.3.2.3	Solusi Yang Dipilih.....	19
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	20
3.4.1	Kebutuhan Fungsional	20
3.4.2	Kebutuhan Non-Fungsional	21
3.4.2.1	Analisis Kebutuhan Hardware	21
3.4.2.2	Analisis Kebutuhan Software.....	21
3.4.2.3	Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia	22
3.5	Tahap Perancangan.....	23
3.5.1	Pra Produksi	23
BAB IV		28
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Implementasi	28
4.1.1	Produksi	28
4.1.2	Pasca Produksi	33
4.1.2.1	Animating	33

4.1.2.2 Compositing.....	35
4.1.2.3 Rendering.....	39
4.1.2.4 Evaluasi.....	41
4.2 Pembahasan	42
4.2.1 Pengujian (Testing).....	42
4.2.2 Pengaturan Atau Setingan Media Iklan	46
4.2.3 Hasil Insight.....	47
BAB V.....	50
PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	54



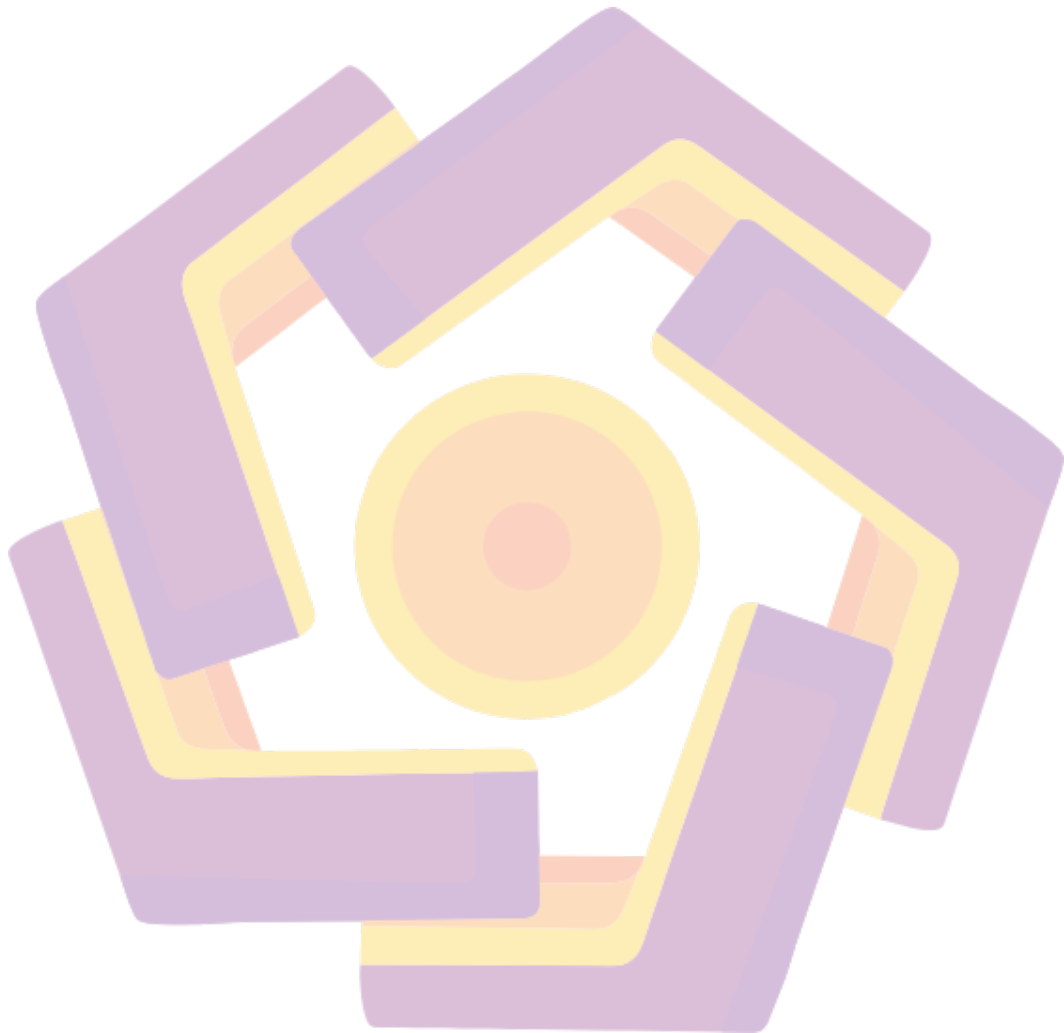
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Keaslian Penelitian.....	6
Tabel 3.1 Analisis SWOT	18
Tabel 3.2 Hardware	21
Tabel 3. 3 Software	21
Tabel 3.4 Kabutuhan Sumber Daya Manusia	22
Tabel 3.5 Naskah.....	24
Tabel 3. 6 Storyboard.....	25
Tabel 3.7 Evaluasi Kebutuhan Informasi.....	41
Tabel 4.1 Interval Uji Kuesioner.....	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Aspek Informasi	44

DAFTAR GAMBAR

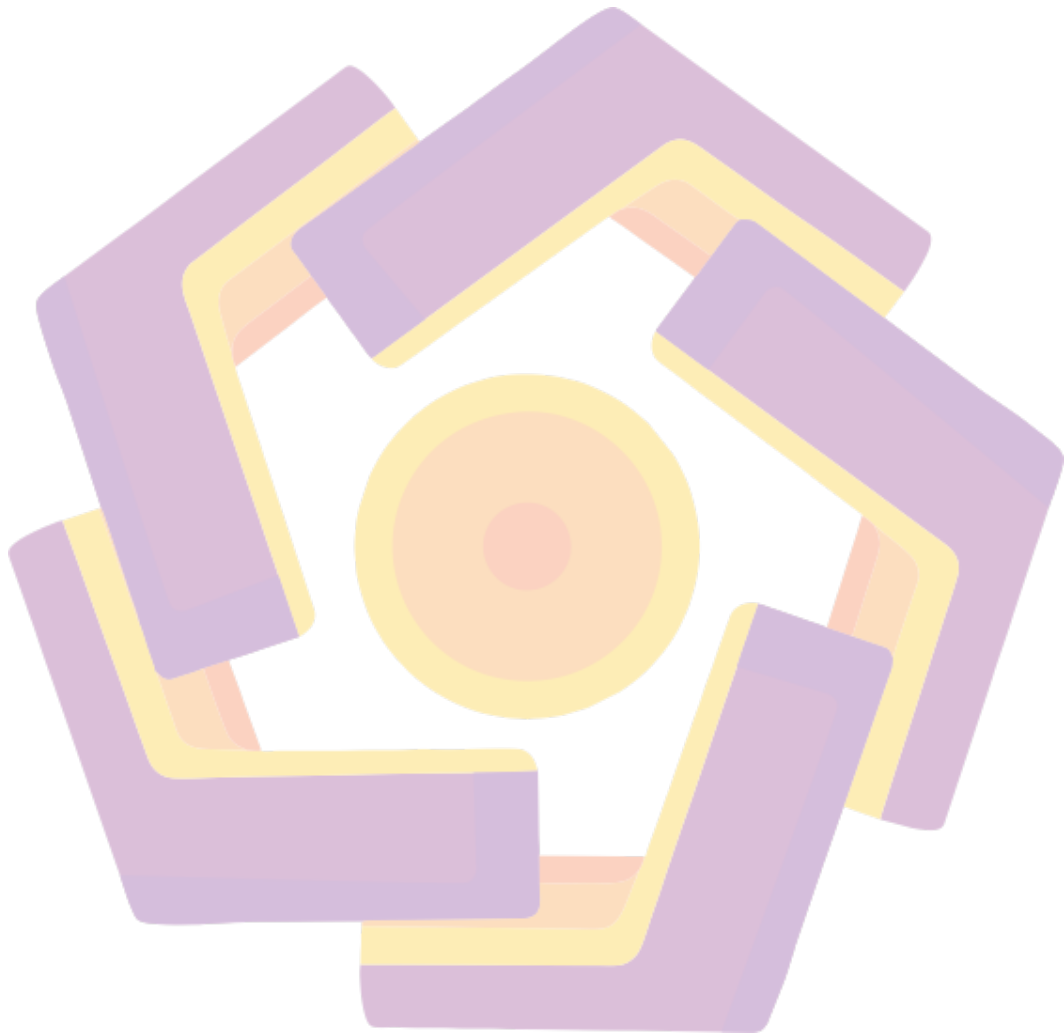
Gambar 3.1 Logo Jogja MacBook Store.....	14
Gambar 3.2 Media Sosial Jogja MacBook Store	14
Gambar 3.3 Alur Pelaksanaan Penelitian.....	15
Gambar 4.1 Tampilan Pen.....	29
Gambar 4.2 Membuat File Baru	29
Gambar 4.3 Pembuatan Ikon Lokasi.....	30
Gambar 4.4 Pembuatan Ikon Pengiriman	30
Gambar 4.5 Pewarnaan Ikon Lokasi	31
Gambar 4. 6 Pewarnaan Ikon Pengiriman.....	31
Gambar 4. 7 Export File Ikon Lokasi	32
Gambar 4. 8 Export File Ikon Pengiriman	32
Gambar 4.9 Rekaman Suara.....	33
Gambar 4.10 Membuat Komposisi Baru	34
Gambar 4.11 Import File.....	35
Gambar 4.12 Membuat Pergerakan Di Keyframe.....	35
Gambar 4.13 Membuat Project Baru	36
Gambar 4.14 Pengaturan Sequence.....	36
Gambar 4.15 Pengaturan Volume Level Pada Audio	37
Gambar 4.16 Audio Effect DeNoise	38
Gambar 4.17 Hasil Editing Video	38
Gambar 4.18 Setting Rendering Adobe Premiere Pro 2021	39
Gambar 4.19 Hasil Output Versi Landscape.....	40
Gambar 4.20 Hasil Output Versi Potrait.....	40

Gambar 4.21 Pengaturan Instagram Ads	46
Gambar 4.22 Pengaturan TikTok Ads	47
Gambar 4.23 Hasil Insight Instagram Ads	48
Gambar 4.24 Hasil Insight TikTok Ads	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Hasil Kuesioner	54
-------------------------------------	----



INTISARI

Peranan teknologi informasi dari waktu ke waktu terus meningkat sehingga diharuskan untuk selalu produktif dan lebih meningkatkan kinerja agar lebih kreatif dan berinovasi. Perkembangan perekonomian dunia serta usaha perdagangan yang sangat pesat, menjadikan teknologi multimedia sebagai kebutuhan yang sangat penting peranannya dalam menghadapi persaingan global. Dunia usaha kini semakin memperhatikan masalah teknologi, khususnya dalam penyampaian produknya kepada konsumen. Hal tersebut dikarenakan pada masa sekarang sebuah badan usaha pasti memiliki media untuk menyampaikan informasi tentang produknya kepada masyarakat. Maka dari itu, dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Pembuatan Iklan Jogja Macbook Store Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi”.

Pada pembuatan iklan promosi ini dibagi menjadi tiga tahapan yaitu pra-produksi, produksi dan pasca-produksi. Selanjutnya, pembuatan iklan ini menggunakan teknik live shoot dan motion graphic yang diharapkan bisa menarik perhatian dari masyarakat atau konsumen yang menyaksikannya.

Saat ini, media promosi Jogja MacBook Store sudah berjalan seperti *Tik-Tok*, dan *Instagram*. Pembuatan iklan ini menggunakan strategi periklanan media. Strategi tersebut adalah hasil dari perpaduan proses aplikasi multimedia dan hasil analisis yang didapat dengan melakukan pemasaran melalui iklan terhadap “Jogja Macbook Store”. Hal itu bertujuan agar lebih efektif dan efisien. Selain itu, agar dapat meningkatkan jasa service maupun jual beli di “Jogja Macbook Store” sehingga Jogja MacBook Store semakin meningkat, tersebar luas, serta dikenal oleh masyarakat luas khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.

Kata kunci: multimedia, teknologi, iklan

ABSTRACT

The role of information technology continues to increase over time so that it is required to always be productive and improve performance to be more creative and innovative. The rapid development of the world economy and trade businesses has made multimedia technology a very important need in facing global competition. The business world is now paying more attention to technology issues, especially in delivering its products to consumers. This is because nowadays a business entity must have media to convey information about its products to the public. Therefore, in this study the author took the title "Creating Jogja Macbook Store Advertisements Using Live Shoot and Motion Graphic Techniques as Promotional Media".

In making this promotional advertisement, it is divided into three stages, namely pre-production, production and post-production. Furthermore, the creation of this advertisement uses live shoot and motion graphic techniques which are expected to attract the attention of the public or consumers who watch it.

Currently, the Jogja MacBook Store promotional media is running like Tik-Tok, and Instagram. The creation of this advertisement uses a media advertising strategy. This strategy is the result of a combination of the multimedia application process and the results of the analysis obtained by marketing through advertising for "Jogja Macbook Store". It aims to be more effective and efficient. In addition, in order to improve service and buying and selling services at the "Jogja Macbook Store" so that the Jogja MacBook Store continues to grow, spread widely, and be known by the wider community, especially in the Special Region of Yogyakarta and its surroundings.

Keywords: *multimedia, technology, advertising*