

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN
“BARBERSHOP FIVE-O”**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana

Pada Program Studi Sistem Informasi



disusun Oleh

Basrul Achmad Pambudi

18.22.2089

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN
“BARBERSHOP FIVE-O”**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana

Pada Program Studi Sistem Informasi



disusun Oleh

Basrul Achmad Pambudi

18.22.2089

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN “BARBERSHOP FIVE-O”

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Basrul Achmad Pambudi

18.22.2089

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 5 November 2019

Dosen Pembimbing,

Bayu Setiaji, M.Kom

NIK. 190302216

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN “BARBERSHOP FIVE-O”

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Basrul Achmad Pambudi

18.22.2089

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 18 Februari 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Donni Prabowo, M.Kom
NIK. 190302253

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 19 Maret 2020

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

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, 13 Maret 2020



Basrul Achmad Pambudi

NIM. 18.22.2089

MOTTO

Semua akan **selesai** apabila semuanya **selesai**



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirrabil'allamin, segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat, rahmat, dan hidayahNya sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini. Saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Mama, Papa, dan keluarga saya yang tidak pernah lelah mendukung, memberikan semangat, motivasi, dan selalu mendoakan saya.
2. Widiya Rizki Yulandari selaku patner yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi dan membantu saya dalam memahami Naskah.
3. Bapak Bayu Setiaji, M. Kom yang telah membimbing saya dengan sabar, memberikan banyak saran dan nasehat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan sangat baik.
4. Mas Bagus AS selaku Owner Barbershop Five-O yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di Barbershop Five-O
5. Teman teman kontrakan yang selalu memberikan dukungan dan memberikan motivasi yang baik buat saya dalam pengerjaan skripsi.
6. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu selama saya mengenyam pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Yang Maha Esa atas limpahan kasih dan sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul Perancangan dan Pembuatan video iklan “Barbershop FIVE-O” dengan sebaik-baiknya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan yang sangat berharga ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta
3. Bapak Bayu Setiaji, M. Kom. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, nasehat dan bimbingan selama penyusunan laporan Skripsi.
4. Bapak Ibu Dosen dan seluruh Staf serta Pegawai Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan yang bermanfaat.
5. Orang tua, keluarga besar dan kawan-kawan seperjuangan yang senantiasa memberikan bimbingan, dukungan dan doa.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRAK</i>	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Observasi	4
1.6.2 Metode Observasi	4
1.6.3 Metode Wawancara	4

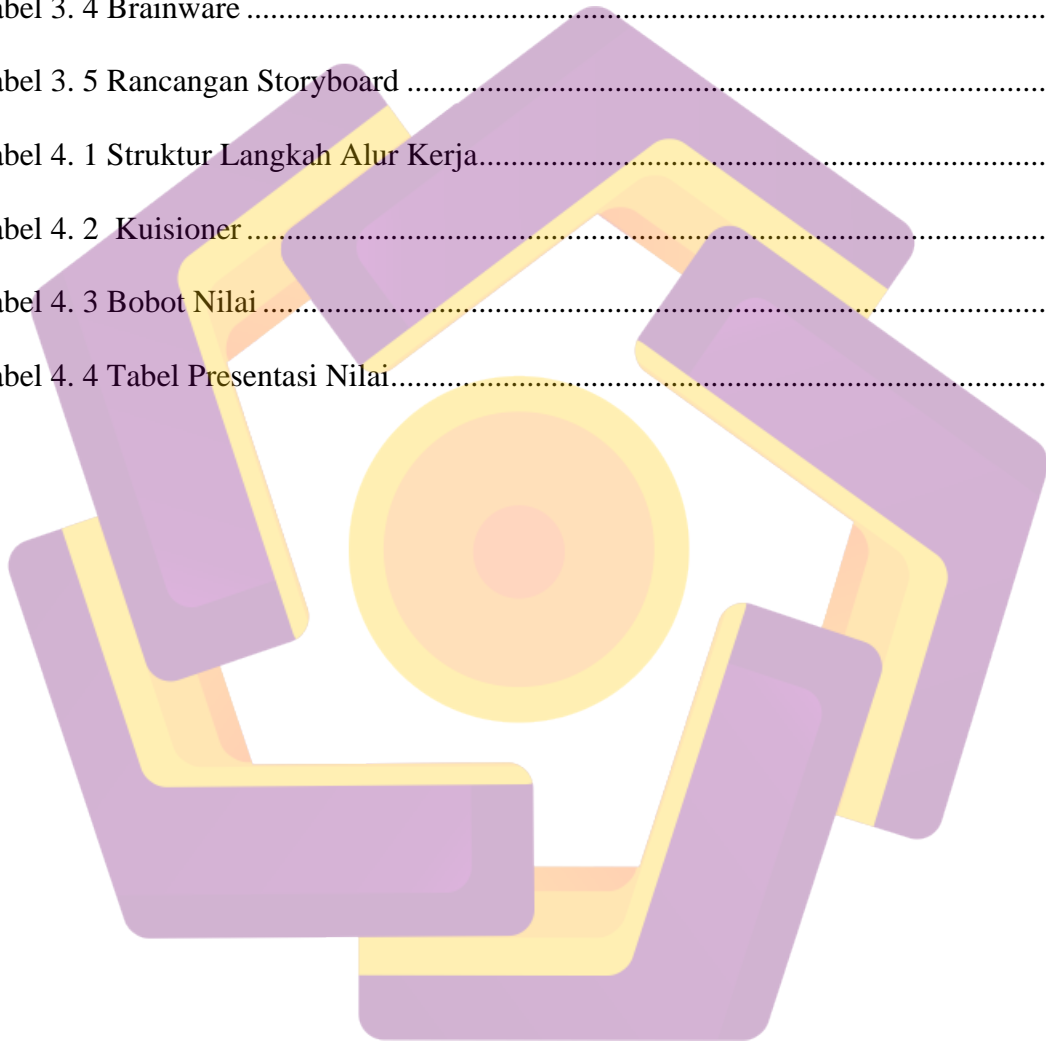
1.6.4 Metode Studi Pustaka	5
1.6.5 Metode Pengembangan.....	5
1.6.6 Metode Perancangan.....	5
1.6.7 Metode Testing	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	7
LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	8
2.2.1 Definisi Multimedia.....	8
2.2.2 Element Multimedia.....	9
2.3 Konsep Dasar Iklan	10
2.3.1 Pengertian Iklan	10
2.3.2 Tujuan Iklan.....	11
2.3.3 Manfaat Iklan.....	12
2.3.4 Tipe Iklan.....	13
2.3.5 Pengertian Periklanan	13
2.3.6 Media Periklanan	14
2.4 Video.....	16
2.5 Motion Tracking.....	17
2.6 Motion Graphic	18
2.7 Memproduksi Iklan	19
2.7.1 Tahap Praproduksi	19
2.7.2 Tahap Produksi	23

2.7.3 Tahap Pasca Produksi.....	29
2.8 Skala Likert.....	31
2.8.1 Menentukan Interval.....	31
BAB III.....	33
ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	33
3.1 Tinjauan Umum.....	33
3.1.1 Sejarah Singkat.....	33
3.1.2 Visi dan Misi.....	33
3.1.3 Logo Perusahaan.....	34
3.2 Identifikasi Masalah.....	34
3.3 Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Wawancara.....	35
3.3.2 Observasi.....	35
3.4 Analisis Masalah.....	36
3.4.1 Langkah Menganalisis Masalah.....	36
3.4.2 Analisis SWOT.....	36
3.5 Analisis Kebutuhan Sistem.....	38
3.5.1 Kebutuhan Informasi.....	38
3.5.2 Kebutuhan Perangkat Keras.....	38
3.6 Perancangan.....	40
3.6.1 Rancangan Konsep.....	40
3.7 Rancangan Storyboard.....	40
4.1 Alur Kerja.....	44
4.2 Produksi.....	45

4.2.1 Take Video Live Shoot	45
4.2.2 Capture	46
4.3 Pasca Produksi	47
4.3.1 Editing Video	47
4.4 Pembuatan Opening Logo	49
4.5 Pembuatan Motion Tracking	51
4.6 Transisi	58
4.7 Motion Graphic	58
4.8 <i>Color Grading</i>	58
4.9 Rendering	59
4.10 Evaluasi	61
4.10.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional Dengan Hasil Akhir	61
4.9.2 Perhitungan	64
BAB V	65
PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

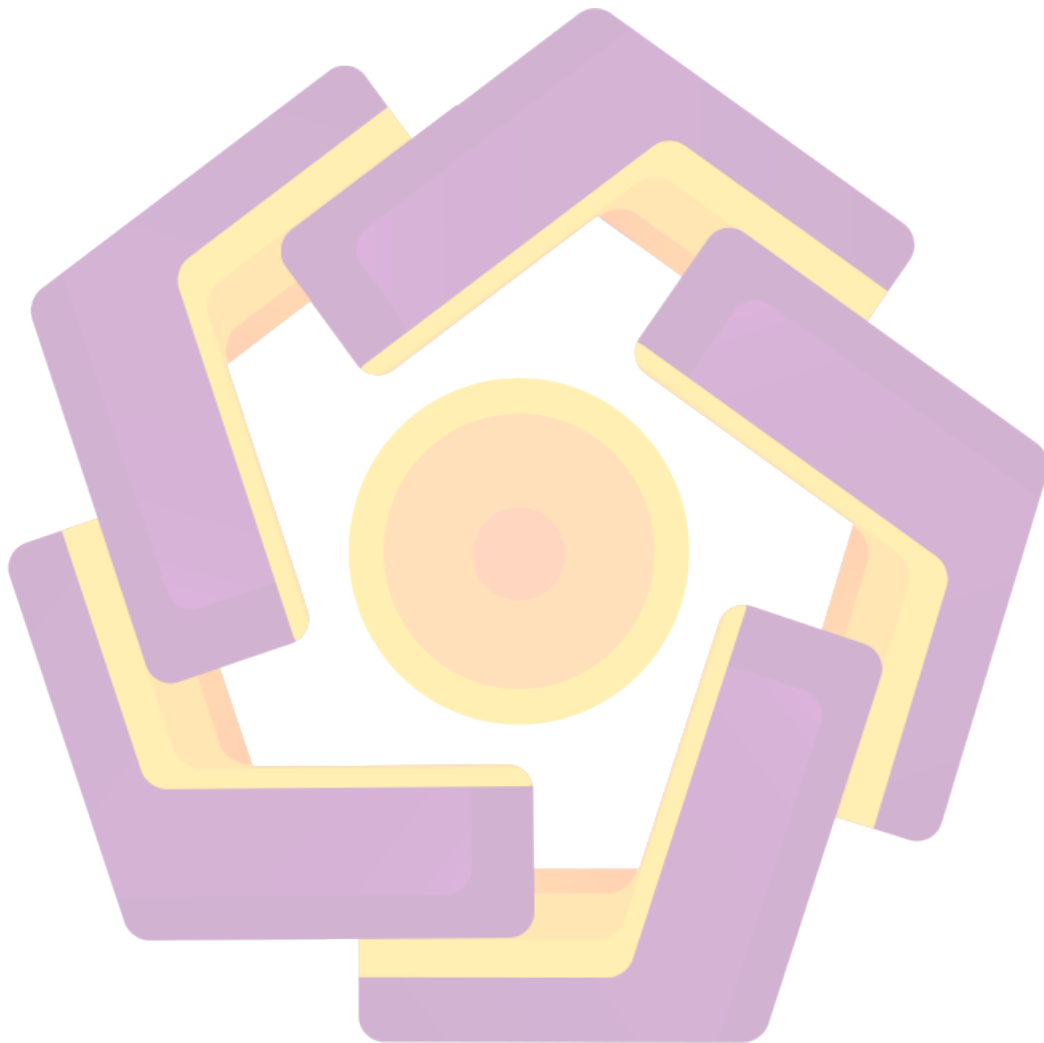
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	37
Tabel 3. 2 Kebutuhan Perangkat Keras	38
Tabel 3. 3 Kebutuhan Software	39
Tabel 3. 4 Brainware	39
Tabel 3. 5 Rancangan Storyboard	41
Tabel 4. 1 Struktur Langkah Alur Kerja.....	44
Tabel 4. 2 Kuisisioner	62
Tabel 4. 3 Bobot Nilai	63
Tabel 4. 4 Tabel Presentasi Nilai.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Elemen Multimedia	9
Gambar 2. 2 Storyboard	22
Gambar 2. 3 Kamera High Angle.....	25
Gambar 2. 4 Kamera Low Angle	26
Gambar 2. 5 Contoh Extreme Close Up (ECU)	27
Gambar 2. 6 Contoh Close Up (CU)	27
Gambar 2. 7 Contoh Long Shoot (LS)	28
Gambar 2. 8 Contoh Two Shoot.....	28
Gambar 2. 9 Contoh Grup Shoot.....	29
Gambar 3. 1 Logo Barbershop FIVE-O	34
Gambar 3. 2 Tampilan Video	35
Gambar 3. 3 Tampilan Informasi	36
Gambar 4. 1 Scene Take Video Liveshoot.....	47
Gambar 4. 2 Tampilan membuka after effect CC 2019	49
Gambar 4. 3 Tampilan New Composition.....	50
Gambar 4. 4 Tampilan Projek File di After Effect.....	50
Gambar 4. 5 Tampilan Final Logo	51
Gambar 4. 6 Motion Target.....	52
Gambar 4. 7 Tampilan Final Motion Tracking	53
Gambar 4. 8 Membuat New Project.....	54
Gambar 4. 9 Tampilan New Composition.....	54
Gambar 4. 10 Tampilan Memilih Kualitas Video	55
Gambar 4. 11 Tampilan Adobe Premiere Pro CC 2019.....	55
Gambar 4. 12 Tampilan <i>Import File</i>	56
Gambar 4. 13 Tampilan File Video Yang Akan di <i>Import</i>	56
Gambar 4. 14 Tampilan <i>Library</i>	57
Gambar 4. 15 Tampilan <i>Timeline</i>	57

Gambar 4. 16 Tampilan <i>Import Backsound</i>	58
Gambar 4. 17 Tampilan <i>Color Grading</i>	59
Gambar 4. 18 Proses <i>Export Video</i>	59
Gambar 4. 19 <i>Render Settings</i>	60
Gambar 4. 20 Proses <i>Rendering</i>	60



INTISARI

Dalam sebuah gaya hidup pria masa kini, menjaga penampilan rambut adalah sesuatu yang mutlak demi menjaga dan meningkatkan rasa percaya diri terhadap penampilannya. Dan seiring berkembangnya jaman banyak generasi muda lokal yang mulai mendirikan layanan jasa barbershop. Barbershop Five O Industries adalah salah satu barbershop generasi muda Yogyakarta yang sebenarnya sudah dipasarkan, namun disini peneliti melihat kurangnya dukungan dalam segi promosi untuk pemasarannya.

Dari permasalahan yang ada, peneliti akan membuat iklan sebagai media untuk memperkenalkan kepada publik, bahwa Barbershop Five O adalah salah satu barbershop yang layak untuk memberikan jasa pangkas rambut. Dalam proses pembuatan iklan harus melalui tiga tahap, yaitu tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

Media iklan ini akan menampilkan bagaimana Barbershop Five O ini dengan didukung motion tracking dan motion graphic. Sehingga setelah masyarakat mengetahui informasi dari iklan tersebut, orang akan tertarik untuk menggunakan jasa Barbershop Five O tersebut

ABSTRAK

Abstract - In a man's lifestyle today, maintaining the appearance of hair is something absolute in order to maintain and increase self-confidence in his appearance. And as time has evolved, many local young people have started to establish barbershop services. Barbershop Five O Industries is one of the Yogyakarta young generation barbershops that has actually been marketed, but here researchers see the lack of support in terms of promotion for marketing.

From the existing problems, researchers will create advertisements as a medium to introduce to the public, that Barbershop Five O is one of the barbershops that is worthy to provide barbershop services. In the process of making an advertisement it has to go through three stages, namely the preproduction stage, the production stage and the post production stage.

This advertising media will display how Barbershop Five O is supported by motion tracking and motion graphics. So that after the public learns information from the advertisement, people will be interested in using the Barbershop Five O