

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA AYAM  
GEPREK LINKAGE DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Fitra Syamsul Huda**

**15.12.8345**

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA AYAM  
GEPREK LINKAGE DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana S1  
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

**Fitra Syamsul Huda**

**15.12.8345**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA AYAM  
GEPREK LINKAGE DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Fitra Syamsul Huda**

**15.12.8345**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 9 April 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Mei P Kurniawan, M.Kom**

**NIK : 190302187**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA AYAM GEPREK LINKAGE DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Fitra Syamsul Huda**

**15.12.8345**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 April 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Bhanu Sri Nugraha, M.Kom**

**NIK : 190302164**

**Mulia Sulistiyono, M.Kom**

**NIK : 190302248**

**Mei P Kurniawan, M.Kom**

**NIK : 190302187**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 21 Mei 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Hanif Al Fatta, S.Kom., 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, 24 Mei 2022



Fitra Syamsul Huda

15.12.8345

## MOTTO

*"Hidup itu memang terkadang rumit, namun serumit apa pun kehidupan ini tetap harus kita jalani, karena Tuhan punya rencana di balik semua ini."*

*(Jefri Al Buchori)*

*"Jangan bersedih atas apa yang telah berlalu kecuali kau tahu itu bisa membuatmu bekerja lebih keras untuk apa yang akan datang."*

*(Umar bin Khattab)*



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin kupersembahkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan banyak kenikmatan, kelancaran, pertolongan serta kemudahan dalam proses terciptanya skripsi ini. Segala syukur ku kepadaMu karena telah menghadirkan orang-orang baik disisiku yang telah mendukung, mendoakan serta memberi motivasi untuk selalu optimis dikala kesulitan-kesulitan datang.

Kepada kedua orang tuaku tercinta, skripsi ini aku persembahkan. Terimakasih atas segala dukungan moral maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesanku. Terimakasih telah mencurahkan kasih sayang, perhatian, kesabaran dan telah mendidikku hingga sekarang. Terimakasih atas pengorbanan waktu serta harta untuk membantu penyelesaian skripsi ini.

Teruntuk adikku Syifa Amalia C dan seluruh keluarga besar terimakasih untuk segala do'a, dukungan dan semangatnya untuk keberhasilan ini. Keluarga yang senantiasa memberikan kebahagiaan, kenyamanan serta semangat. Terimakasih bapak, ibu, adiku sayang kalian!

Kepada Bapak Mei P Kurniawan yang telah membimbing saya dengan tulus dan ikhlas selama penyelesaian skripsi ini. Saya ucapkan banyak terimakasih atas ilmu, bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih juga kepada Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatri di hati.

Terimakasih untuk Laila Yunita Rizki yang selalu memberi dukungan, semangat serta do'a selama ini. Terimakasih kepada Buyut Khoirul U, Danis Irviana, Yudi Nur Janata serta teman-teman kelas 15SI01 yang tidak bisa disebut satu-persatu atas segala bantuan, dukungan, pengalaman dan kebahagiaan yang kalian berikan. Serta teman-teman Kostboyz yang telah memberikan bantuan dalam terselesaikannya skripsi ini.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi.

Teruslah berusaha untuk mencapai kesuksesan yang kita impikan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Pada Ayam Geprek Linkage dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic. Sebagai salah satu persyaratan akademis dalam menyelesaikan program studi Sistem Informasi jenjang Strata-1 di Universitas Amikom Yogyakarta.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Pujianto dan Ibunda yang ku sayangi Indarini yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Dalam penulisan skripsi ini banyak mendapatkan bimbingan, dorongan serta saran dari berbagai pihak yang dapat dijadikan pengalaman serta pengetahuan bagi penulis. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankan penulis 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. Ibu Mei P Kuriawa, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
5. Bapak Hendra Kurniawan selaku owner yang telah memberikan izin melakukan penelitian di Ayam Geprek Linkage.
6. Buyut Khoirul Umri, M.Kom. yang telah memberikan ilmu, nasihat dan saran dalam pembuatan iklan dengan metode Live Shoot dan Motion Graphic.
7. Kedua orang tua dan adik saya yang senantiasa mendoakan serta memberikan semangat kepada saya.
8. Teman-teman penulis (Laila, Danis, Yudi) dan rekan-rekan mahasiswa khususnya kelas S1 Sistem Informasi 01 angkatan 2015.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
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
1.5.1 Bagi Penulis .....	4
1.5.2 Bagi Masyarakat .....	4
1.5.3 Bagi Ayam Geprek Linkage .....	4
1.6 Metode Penelitian .....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.6.2 Metode Analisis .....	5
1.6.3 Metode Perancangan .....	6
1.6.4 Metode Evaluasi .....	6

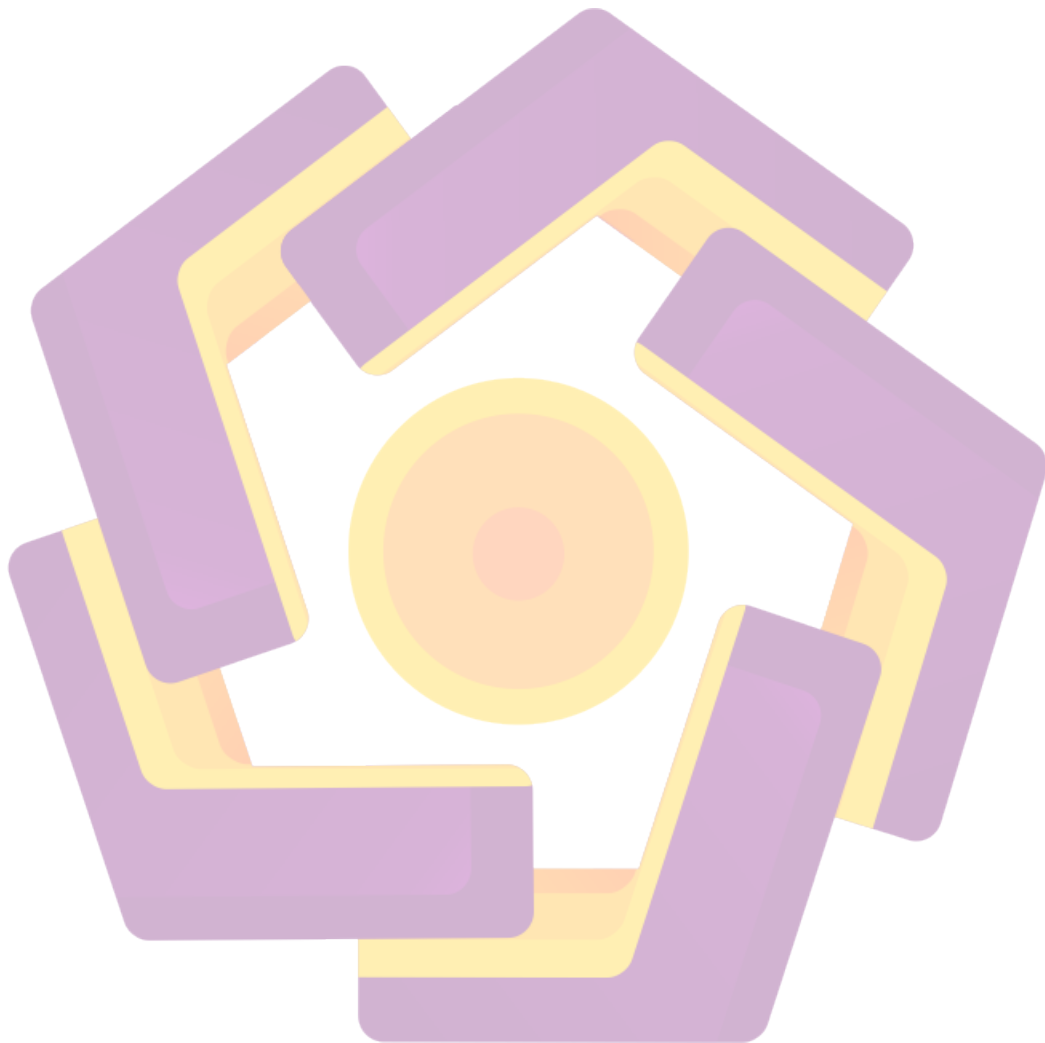
1.7	Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>		<b>9</b>
2.1	Tinjauan Pustaka .....	9
2.2	Konsep Dasar Multimedia .....	11
2.2.1	Pengertian Multimedia .....	11
2.2.2	Jenis-Jenis Multimedia .....	12
2.2.3	Elemen-Elemen Multimedia .....	12
2.3	Konsep Dasar Informasi .....	14
2.3.1	Pengertian Informasi .....	14
2.3.1.1	Kualitas Informasi .....	14
2.3.1.2	Nilai Informasi .....	15
2.3.2	<i>Company Profile</i> .....	15
2.3.3	Iklan .....	15
2.3.3.1	Pengertian Iklan .....	15
2.3.3.2	Tujuan Iklan .....	16
2.4	Video .....	17
2.4.1	Standar Video .....	17
2.4.2	Jenis Video .....	18
2.4.2.1	Video Analog .....	18
2.4.2.2	Video Digital .....	19
2.5	Teknik <i>Live Shoot</i> .....	19
2.5.1	<i>Type of Shoot</i> .....	19
2.6	Animasi .....	25
2.6.1	Pengertian Animasi .....	25
2.7	Teknik <i>Motion Graphic</i> .....	26

2.7.1	Sejarah <i>Motion Graphic</i> .....	26
2.7.2	Konsep Dasar Teknik <i>Motion Graphic</i> .....	27
2.8	Analisis Masalah .....	28
2.8.1	Analisis SWOT .....	28
2.8.2	<i>Strategi</i> SWOT .....	29
2.8.3	Analisis Kebutuhan Sistem .....	31
2.9	Produksi .....	31
2.9.1	Pra Produksi .....	31
2.9.1.1	Penentuan Ide Cerita .....	32
2.9.1.2	Penentuan Naskah Cerita .....	32
2.9.1.3	Pembuatan <i>Storyboard</i> .....	32
2.9.2	Produksi .....	32
2.9.2.1	Pengambilan Gambar .....	32
2.9.2.2	Rekaman Suara .....	32
2.9.2.3	Pemilihan Kamera .....	33
2.9.2.4	Pemilihan Cahaya .....	33
2.9.2.5	Evaluasi Kerja Produksi .....	33
2.9.3	Pasca Produksi .....	33
2.10	Evaluasi .....	34
2.10.1	Sejarah Skala Likert .....	34
2.10.2	Skala Likert .....	35
2.10.3	Rumus Persentase Skala Likert .....	36
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	38
3.1.1	Sejarah Ayam Geprek Linkage .....	38

3.1.2	Profil Ayam Geprek Linkage .....	39
3.1.3	Visi dan Misi Ayam Geprek Linkage .....	39
3.1.4	Logo Ayam Geprek Linkage .....	40
3.2	Pengumpulan Data .....	41
3.2.1	Wawancara .....	41
3.2.2	Observasi .....	42
3.2.2.1	Brosur .....	42
3.2.2.2	Social Media .....	43
3.2.2.3	Pemesanan Online .....	44
3.2.2.4	Penayangan Iklan .....	45
3.2.2.4.1	Implementasi Sosial Media Instagram .....	45
3.2.2.4.2	Implementasi Sosial Media Youtube .....	46
3.3	Analisis Masalah .....	47
3.3.1	SWOT .....	47
3.3.2	Kelemahan dari Media Lama .....	49
3.3.3	Solusi yang Ditawarkan .....	50
3.3.4	Kesimpulan .....	50
3.4	Analisis Kebutuhan .....	51
3.4.1	Kebutuhan Informasi .....	51
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional .....	51
3.4.2.1	Kebutuhan Hardware (Perangkat Keras) .....	51
3.4.2.2	Kebutuhan Software (Perangkat Lunak) .....	52
3.4.2.3	Kebutuhan Brainware .....	52
3.5	Pra Produksi .....	53
3.5.1	Ide dan Konsep .....	53

3.5.2	Storyboard.....	53
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>56</b>
4.	Produksi.....	56
4.1.1	Pengambilan Gambar (Berdasarkan Hari Atau Lokasi).....	56
4.1.2	Pembuatan <i>Asset</i> Motion Graphics.....	57
4.1.2.1	Perekaman Narasi.....	59
5.	Pasca Produksi.....	61
4.2.1	Compositing.....	62
4.2.2	Editing.....	66
4.2.2.1	Membuat Project baru.....	66
4.2.2.2	Pemotongan dan Pengaturan Speed Klip.....	67
4.2.2.3	Pemberian Transisi.....	69
4.2.2.4	Color Correction dan Color Grading.....	70
4.2.3	Rendering.....	71
6.	Evaluasi.....	72
4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir.....	72
4.3.2	Kuisisioner Faktor Informasi.....	74
4.3.3	Kuisisioner Faktor Tampilan Video.....	77
7.	Implementasi.....	81
4.4.1	Publish Media Online.....	81
4.4.2	Upload posting Instagram Reels.....	85
4.4.3	Hasil Implementasi Iklan Media Sosial Instagram.....	86
4.4.4	Penyerahan ke pihak Ayam Geprek Linkage.....	87
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>89</b>
5.1	Kesimpulan.....	89

5.2	Saran .....	90
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
	<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Video Iklan Tinjauan Pustaka	9
Tabel 2. 2 Tabel Matriks	29
Tabel 2. 3 Tabel Evaluasi Skala Likert	35
Tabel 2. 4 Presentase Nilai	36
Tabel 3. 1 Tabel SWOT	46
Tabel 3. 3 Storyboard	52
Tabel 4. 1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir	72
Tabel 4. 2 Tabel Kuesioner Faktor Informasi	73
Tabel 4. 3 Tabel Bobot Nilai	74
Tabel 4. 4 Tabel Presentase Nilai	74
Tabel 4. 5 Tabel Kuesioner Faktor Tampilan Video	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lima Elemen Multimedia	13
Gambar 2. 2 <i>Extreme Long Shot</i>	19
Gambar 2. 3 <i>Wide Shot</i>	20
Gambar 2. 4 <i>Medium Long Shoot</i>	21
Gambar 2. 5 <i>Rough Cut</i>	21
Gambar 2. 6 <i>Medium Close Up</i>	22
Gambar 2. 7 <i>Close Up</i>	23
Gambar 2. 8 <i>Extreme Close Up</i>	24
Gambar 3. 1 Logo Ayam Geprek Linkage	39
Gambar 3. 2 Brosur Ayam Geprek Linkage	41
Gambar 3. 3 Instagram Ayam Geprek Linkage	42
Gambar 3. 4 Instagram Ayam Geprek Linkage	42
Gambar 3. 5 Pemesanan Online Ayam Geprek Linkage	43
Gambar 3. 6 Implementasi video pada Media Sosial Instagram	44
Gambar 3. 7 Implementasi video pada Media Sosial Youtube	45
Gambar 3. 8 Implementasi video pada Media Sosial Youtube	45
Gambar 4. 1 Pengambilan Gambar di Ruang Makan Ayam Geprek Linkage	56
Gambar 4. 2 Pengambilan Gambar Close Up di Ayam Geprek Linkage	56
Gambar 4. 3 Pembuatan Aset	57
Gambar 4. 4 Contoh Aset Animasi Yang Lain	58
Gambar 4. 5 Noise Reduction	59
Gambar 4. 6 Memaksimalkan Vokal	59
Gambar 4. 7 Normalize	60
Gambar 4. 8 Memaksimalkan Suara	60
Gambar 4. 9 Tampilan membuat composition baru	61
Gambar 4. 10 Tampilan file .ai yang sudah di Import	62
Gambar 4. 11 Tampilan halaman animasi Daftar menu	62
Gambar 4. 12 Tampilan animasi pada layar hp	63



Gambar 4. 13 Tampilan motion graphic cara pemesanan online	63
Gambar 4. 14 Tampilan motion graphic lokasi	64
Gambar 4. 15 Tampilan motion graphic daftar menu	64
Gambar 4. 16 Tampilan New Project Adobe Premiere	65
Gambar 4. 17 Tampilan timeline editing adobe premiere	66
Gambar 4. 18 Tampilan timeline editing pemotongan klip	67
Gambar 4. 19 Tampilan edit speed/duration	68
Gambar 4. 20 Tampilan pemberian efek transisi	69
Gambar 4. 21 Tampilan after colour grading	70
Gambar 4. 22 Tampilan rendering adobe premiere	71
Gambar 4. 23 Resolusi & Rasio Aspek Yang Disarankan Pada Youtube	83
Gambar 4. 24 Hasil Upload ke Youtube	84
Gambar 4. 25 Upload posting Instagram Reels	85
Gambar 4. 26 Gambar angka tayang video pada Instagram	85
Gambar 4. 27 Gambar status iklan aktif pada Instagram	86
Gambar 4. 28 Gambar pemirsa berdasarkan jenis kelamin pada Instagram	86
Gambar 4. 29 Penyerahan Video	87

## INTISARI

Pada masa pandemi seperti ini banyak perusahaan makanan terkena dampak dari adanya virus baru yang muncul yaitu covid-19. Banyak perusahaan yang bangkrut dikarenakan sepi pengunjung, jika dibandingkan dengan masa sebelum pandemi. Objek pada penelitian ini yaitu Ayam Geprek Linkage yang merupakan salah satu badan usaha, bergerak di bidang kuliner. Dalam proses iklan pada Ayam Geprek Linkage masih menggunakan media lama seperti brosur dan media cetak lainnya. Namun dimasa pandemi seperti sekarang media iklan seperti brosur dan media cetak tidak menjadi media iklan yang efektif.

Salah satu upaya untuk mengatasi masalah yang ada, maka dibuatlah media iklan baru. Salah satu media iklan baru yang dapat digunakan yaitu video Iklan. Video iklan digunakan karena memiliki persentase yang lebih deskriptif dan informasi yang dapat mengajak konsumen agar tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan, iklan dapat diterapkan pada banyak media seperti televisi, radio, majalah hingga media sosial. Dalam pembuatan video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan yang menyajikan visualisasi dan ilustrasi yang ada pada Ayam Geprek Linkage. Sehingga media iklan ini akan efektif digunakan sebagai media pemasaran Ayam Geprek Linkage di era digital ini.

**Kata Kunci:** Ayam Geprek Linkage, Live Shoot, Motion Graphic, Video Iklan

## **ABSTRAK**

*During a pandemic like this, many food companies are affected by the new virus that has emerged, namely Covid-19. Many companies went bankrupt due to lack of visitors, when compared to the pre-pandemic period. The object of this research is Ayam Geprek Linkage, which is a business entity engaged in the culinary field. In the advertising process, Ayam Geprek Linkage still uses old media such as brochures and other print media.*

*However, during a pandemic like now, advertising media such as brochures and print media are not effective advertising media. One of the efforts to overcome the existing problems, then created a new advertising media. One of the new advertising media that can be used is video ads. Video advertising is used because it has a more descriptive percentage and information that can invite consumers to be interested in the goods or services offered, advertising can be applied to many media such as television, radio, magazines to social media. In making video ads using live shoot techniques and motion graphics.*

*From this research, an advertisement video was produced that presents visualizations and illustrations of the Ayam Geprek Linkage. So that this advertising media will be effectively used as a marketing medium for Ayam Geprek Linkage in this digital era.*

**Keywords:** *Chicken Geprek Linkage, Live Shoot, Motion Graphic, Video Advertising*