

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI WARUNG MAKAN DEDE KHAS
BANJAR DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT*
DAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC***

SKRIPSI



disusun oleh

Muhammad Rayhan Arifin

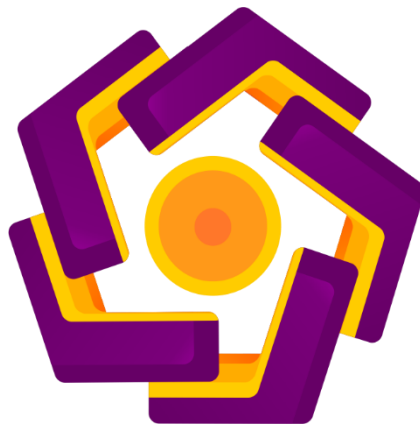
16.12.9062

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

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI WARUNG MAKAN DEDE KHAS
BANJAR DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT*
DAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC***

SKRIPSI

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



disusun oleh

Muhammad Rayhan Arifin

16.12.9062

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI WARUNG MAKAN DEDE KHAS
BANJAR DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT*
DAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Rayhan Arifin

16.12.9062

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 03 Januari 2021

Dosen Pembimbing,

Agus Fatkhurohman, M.Kom.

NIK. 190302249

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI WARUNG MAKAN DEDE KHAS BANJAR DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT* DAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC*

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Rayhan Arifin

16.12.9062

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Theopilus Bayu Sasongko, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302375

Dhani Ariatmanto, M.Kom., Dr.
NIK. 190302197

Agus Fatkhurohman, M.Kom.
NIK. 190302249

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

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, 01 Juni 2022



Muhammad Rayhan Arifin

NIM. 16.12.9062

MOTTO

“Proses sama pentingnya dibandingkan hasil. Hasilnya nihil tak apa. Yang penting sebuah proses telah dicanangkan dan dilaksanakan.”

~Sujiwo Tejo~

“Hiduplah seakan kamu mati besok, belajarlah seakan kamu hidup selamanya.”

~Mahatma Gandhi~



PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Allah S.W.T atas segala rahmat dan hidayah-Nya
2. Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji
3. Orang tua yang telah memberikan motivasi dan senantiasa mendoakan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T. yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga Skripsi dengan judul “PEMBUATAN VIDEO PROMOSI WARUNG MAKAN DEDE KHAS BANJAR DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT* DAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC*” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Komputer.

Penyusunan dan penyelesaian Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini ucapan terima kasih ditujukan kepada:

1. Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta;
2. Anggit Dwi Hartanto, M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta;
3. Agus Fatkhurohman, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi;
4. Hasnah selaku pemilik Warung Dede Khas Banjar yang telah memberikan izin untuk menjadikan usahanya sebagai objek penulisan Skripsi;
5. Kedua orang tua dan teman-teman yang senantiasa memberikan doa dan dukungan selama proses penulisan Skripsi;

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk perbaikan penulisan. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat digunakan sebagai mestinya.

Yogyakarta, 01 Juni 2022
Muhammad Rayhan Arifin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1. Manfaat Bagi Penulis	4
1.5.2. Manfaat Bagi Objek Penelitian	5
1.6. Metode Penelitian.....	5
1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2. Metode Analisis	6
1.6.3. Metode Perancangan dan Pembuatan.....	6
1.6.4. Metode Evaluasi.....	7
1.6.5. Metode Implementasi.....	7
1.7. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1. Kajian Pustaka	9
2.2. Konsep Dasar Multimedia.....	14
2.2.1. Pengertian Multimedia	14
2.2.2. Unsur Sistem Multimedia	14

2.3.	Konsep Dasar Video.....	16
2.3.1.	Kategori Video	17
2.3.2.	Format File Video	18
2.3.3.	Frame Rate	20
2.3.4.	Resolusi dan Aspek Rasio.....	21
2.4.	Konsep Dasar Promosi	21
2.4.1.	Definisi Promosi	21
2.4.2.	Jenis-jenis Iklan.....	22
2.4.3.	Fungsi dan Tujuan Iklan.....	23
2.5.	Konsep Dasar Live Shoot.....	23
2.5.1.	Camera Shoot	24
2.6.	Konsep Dasar Motion Graphic.....	26
2.6.1.	Definisi Motion Graphic	26
2.6.2.	Metode Motion Graphic	29
2.7.	Teknik Pergerakan Kamera	30
2.8.	Metode Analisis.....	32
2.8.1.	Analisis Kebutuhan	32
2.9.	Tahap Produksi.....	35
2.9.1.	Pra Produksi	35
2.9.2.	Produksi	35
2.9.3.	Pasca Produksi	36
2.10.	Metode Evaluasi Skala Likert.....	36
2.10.1.	Sejarah Skala Likert	36
2.10.2.	Skala Likert	37
2.10.3.	Rumus Persentase	38
2.11.	Perangkat Lunak	39
2.11.1.	Adobe Premiere	39
2.11.2.	Adobe After Effect	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		41
3.1.	Tinjauan Umum.....	41
3.1.1.	Informasi Umum Perusahaan.....	41
3.2.	Pengumpulan Data	41
3.2.1.	Instagram.....	42
3.2.2.	Wawancara.....	42

3.3.	Analisis	43
3.3.1.	Analisis SWOT	43
3.3.2.	Analisis Kebutuhan	47
3.4.	Tahap Pra Produksi	50
3.4.1.	Ide Cerita.....	50
3.4.2.	Rancangan Naskah Video Iklan.....	51
3.4.3.	Storyboard.....	52
BAB IV	IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	57
4.1.	Produksi.....	57
4.2.	Tahap Pasca Produksi.....	61
4.3.	Editing, Compositing, dan Rendering	65
4.4.	Evaluasi	69
4.5.	Implementasi	74
BAB V	PENUTUP.....	79
5.1.	Kesimpulan.....	79
5.2.	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian.....	11
Tabel 2.2. Contoh Matriks SWOT	34
Tabel 2.3. Kriteria Skala Likert.....	37
Tabel 2.4. Kategori Skor Jawaban	38
Tabel 3.1. Matriks SWOT.....	45
Tabel 3.2. Peralatan Produksi	48
Tabel 3.3. Peralatan Pasca Produksi	49
Tabel 3.4. Kebutuhan Perangkat Lunak.....	49
Tabel 3.5. Tabel Kru	50
Tabel 3.6. Storyboard.....	52
Tabel 4.1. Hasil Pengambilan Gambar	58
Tabel 4.2. Perbandingan Kebutuhan Fungsional	70
Tabel 4.3. Kuesioner	71
Tabel 4.4. Bobot Nilai.....	72
Tabel 4.5. Persentase Nilai.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Halaman Pertama Akun Instagram Warung Makan Dede Khas Banjar.	2
Gambar 1.2. Jumlah Suka Dari Tiap Posting Foto Di Akun Media Sosial Instagram Milik Warung Makan Dede Khas Banjar.	2
Gambar 2.1. Diagram Multimedia	15
Gambar 2.2. Panning.....	30
Gambar 2.3. Tilting.....	31
Gambar 2.4. Dolly.....	31
Gambar 2.5. Crab.....	32
Gambar 2.6. Zooming	32
Gambar 2.7. Adobe Premiere Pro CS6	39
Gambar 2.8. Adobe After Effect CS6	40
Gambar 3.1. Halaman media sosial instagram Warung Makan Dede Khas Banjar	42
Gambar 4.1. Aset Grafis.....	60
Gambar 4.2. Aset Audio.....	61
Gambar 4.3. Pengaturan Komposisi.....	62
Gambar 4.4. Kumpulan Aset Yang Sudah Diimpor	63
Gambar 4.5. Menambahkan Teks	63
Gambar 4.6. Mengubah Warna Teks	63
Gambar 4.7. Mengatur Posisi Teks Serta Ikon	64
Gambar 4.8. Contoh Layer Yang Dipilih.....	64

Gambar 4.9. Membuka Plug In	64
Gambar 4.10. Memilih Transisi Animasi Motion Graphic	65
Gambar 4.11. Mengatur Durasi Transisi Animasi Motion Graphic	65
Gambar 4.12. Proses Editing dan Compositing	66
Gambar 4.13. Mengatur Kualitas Rendering	66
Gambar 4.14. Hasil Render Scene 1	67
Gambar 4.15. Hasil Render Scene 2	67
Gambar 4.16. Hasil Render Scene 3	67
Gambar 4.17. Hasil Render Scene 4	68
Gambar 4.18. Hasil Render Scene 5	68
Gambar 4.19. Hasil Render Scene 7	68
Gambar 4.20. Hasil Render Scene 9	69
Gambar 4.21. Hasil Render Scene 10	69
Gambar 4.22. Video Promosi Yang Diunggah Ke Media Sosial Instagram.....	74
Gambar 4.23. Laman Pengaturan Instagram Ads Bagian “Edit Pemirsa”.....	75
Gambar 4.24. Laman pengaturan Instagram Ads bagian “Lokasi”	76
Gambar 4.25. Hasil Fitur Instagram Ads Bagian Pertama.....	77
Gambar 4.26. Hasil Fitur Instagram Ads Bagian Kedua	77
Gambar 4.27. Hasil Fitur Instagram Ads Bagian Ketiga	78
Gambar 4.28. Hasil Fitur Instagram Ads Bagian Keempat	78

INTISARI

Warung Makan Dede Khas Banjar merupakan sebuah rumah makan yang menyajikan berbagai menu khas dari Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Salah satu menu andalan dari rumah makan ini adalah makanan khas soto banjar, namun sampai saat ini rumah makan tersebut menurut sang pemilik masih minim dalam hal mempromosikannya, media sebelumnya yang digunakan oleh rumah makan ini adalah media sosial Instagram berupa posting foto. Masalah atau kelemahan yang didapatkan yaitu belum tervisualisasikannya rumah makan serta makanan dari Warung Makan Dede Khas Banjar ini, yang dimana seiring berjalannya waktu rumah makan ini belum memiliki video promosi dalam memasarkannya, sehingga masyarakat saat ini kurang mengenal tentang rumah makan tersebut.

Berdasarkan hal ini, video promosi juga telah memiliki berbagai macam teknik dalam membuatnya, sehingga penulis ingin memilih menggunakan penggabungan teknik dari live shoot dan motion graphic, ketika video promosi tentang rumah makan dan menu andalan berupa soto banjar dari teknik live shoot ditampilkan, maka penulis akan menambahkan teknik motion graphic didalamnya untuk membantu melengkapi serta menyempurnakan isi pesan yang tidak dapat disampaikan keseluruhan oleh teknik live shoot.

Kata Kunci: Video promosi, live shoot, motion graphic.

ABSTRACT

Warung Makan Dede Khas Banjar is a restaurant that serves a variety of special menus from Banjarmasin, South Kalimantan. One of the mainstay menus of this restaurant is the typical food of soto banjar, but until now the restaurant according to the owner is still minimal in terms of promoting it, the media previously used by this restaurant was Instagram social media in the form of posting photos. The problem or weakness obtained is that the restaurant and food from Warung Makan Dede Khas Banjar have not yet been visualized, which over time this restaurant does not have a promotional video in marketing it, so that people are currently less familiar with the restaurant.

Based on this, the promotional video also has various techniques in making it, so the author wants to choose to use a combination of techniques from live shoot and motion graphic, when a promotional video about a restaurant and a mainstay menu in the form of soto banjar from a live shoot technique is shown, the author will adding motion graphic techniques in it to help complete and perfect the content of the message that cannot be conveyed entirely by the live shoot technique.

Keywords: *Promotional video, live shoot, motion graphic.*