

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI KERAJINAN ANGKLUNG
MITRA USAHA OPONG DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC 2D**

SKRIPSI



disusun oleh

Dara Rahadian

14.11.7952

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI KERAJINAN ANGKLUNG
MITRA USAHA OPONG DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC 2D**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Dara Rahadian

14.11.7952

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI KERAJINAN ANGKLUNG
MITRA USAHA OPONG DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC 2D**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dara Rahadian

14.11.7952

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 1 Maret 2018

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M. Kom
NIK.190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN MEDIA PROMOSI KERAJINAN ANGKLUNG MITRA USAHA OPONG DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC 2D

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dara Rahadian

14.11.7952

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 September 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Heri Sismoro, M.Kom
NIK. 190302057



Akhmad Dahlan, M.Kom
NIK. 190302174



Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 Oktober 2018

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, 10 Oktober 2018



Dara Rahadian

14.11.7952

MOTTO

“Allah SWT akan memberikan apa yang kamu butuhkan, bukan apa yang kamu inginkan.”

- Dara Rahadian

“Untuk mendapatkan apa yang diinginkan, kau harus bersabar dengan apa yang Kau benci”

- Imam Ghazali



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah, kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Babeh dan Mamih yang telah memberikan kasih sayang, segala do'a dan dukungan, serta cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Terima kasih atas segalanya.
2. Adikku yang pertama (Syachru) yang telah memberikan do'a dan dukungan, serta sedikit motivasi walaupun sering bertengkar, tapi itu hal yang biasa dalam persaudaraan. Dan kepada Adikku yang kedua (Aira) yang sudah berada di surga, terima kasih karena telah hadir walaupun hanya sebentar. Maaf belum bisa menjadi panutan seutuhnya, tapi aku akan selalu menjadi kakak yang terbaik untuk kalian.
3. Seluruh keluarga besar Alm. Kakek (Markum), Alm. Kakek Kholil, Alm. Kakek Ono, serta Alm. Uyut Wari yang sangat aku cintai, terima kasih sudah mendukung dan peduli denganku dan keluargaku.
4. Koko (M. Fadhli. A) yang telah memberikan do'a, waktu, perhatian, dukungan, serta kesabaran dalam menghadapi keluh kesahku saat kuliah maupun saat mengerjakan skripsi ini. Terima kasih untuk segalanya.
5. Pemilik Kost Kurniaraga (Bu Sri) yang telah memperbolehkan aku tinggal disini selama 4 tahun. Serta kepada penjaga kost (Mas Prapto

dan Mbak Tari) yang telah memberikan bantuan apapun selama berada di Jogja, maaf jika sering merepotkan.

6. Teman-teman Kost Kurniaraga penghuni lama dan baru, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam mengerjakan tugas. Terima kasih untuk segalanya.
7. REDAFA (Rini, Ervina, Astri, Fitri, Anes) teman cewek satu kelas di TI06, terima kasih telah menjadi temanku selama 4 tahun ini, terima kasih karena selalu memberikan do'a, dukungan, semangat, serta waktunya hanya untuk sekedar mendengar curhatanku. Walaupun sekarang kita tidak selalu bertemu bersama, namun aku harap pertemanan kita tetap berlanjut walau jarak memisahkan.
8. Teman-teman kelas TI06, Irvanul, Fandi, Tegar yang telah membantu dalam mengerjakan skripsi ini, kepada Tama, yang telah memberikan nasihat, kepada Agung, Huzair, Raka, Fahmi, Irvan, Windu, Wahyu, Riki, Denny, terima kasih atas kerjasamanya dan telah memberikan arti dari sebuah pertemanan. Kepada Hafiz, Hedi, Hanif, Apri, Boni, Ozi, Rio, Ikhsan, Tiyo, Yudha, Bima, dan semua teman-teman yang lain, terima kasih atas bantuan kalian semua, semangat kalian, dan candaan kalian, aku tak akan melupakannya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya, yang telah membantu baik dukungan moril maupun materil, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa sholawat dan salam penulis haturkan pada junjungan umat yaitu Nabi besar Muhammad SAW.

Dengan disusun nya skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan jenjang Program Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ilmu Komputer bagi setiap mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta. Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. , selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., M.T. , selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M. Kom, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, dan waktunya dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
5. Bapak Oyon Hadiana, selaku pemilik Mitra Usaha Openg yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari katasempurna. Maka oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Yogyakarta, 10 Oktober 2018

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.2 Metode Analisis Data.....	4
1.5.3 Metode Perancangan	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7

2.2	Konsep Dasar Multimedia.....	11
2.2.1	Sejarah Multimedia	11
2.2.2	Definisi Multimedia	12
2.3	Motion Graphic	13
2.3.1	Spatial.....	14
2.3.2	Temporal	14
2.3.3	Live Action.....	14
2.3.4	Typographic	14
2.4	Media Promosi	15
2.4.1	Pengertian Media	15
2.4.2	Pengertian Promosi	16
2.4.3	Tujuan Promosi	16
2.5	New Media	18
2.5.1	Definisi New Media	18
2.5.2	Karakteristik New Media	19
2.6	Media Sosial Instagram.....	21
2.7	Teknik Pengambilan Gambar.....	24
2.7.1	Extreme Close-up (ECU)	24
2.7.2	Close Up (CU)	25
2.7.3	Medium Shot (MS)	26
2.7.4	Long Shot (LS).....	26
2.7.5	Very Long Shot (VLS).....	27
2.7.6	Two Shot dan Group Shot.....	27
2.7.7	Point of View	28
2.7.8	Cut and Cut Away (CA).....	28
2.7.9	Interior (Int) dan Exterior (Ext).....	30
2.8	Gerak Kamera	30
2.9	Animasi	31
2.10	Efek-efek Spesial	31
2.11	Transisi Tiga Dimensi	33
2.12	Audio.....	34

2.13	Skala Likert	34
2.13.1	Kelebihan Skala Likert.....	34
2.13.2	Kelemahan Skala Likert.....	35
2.13.3	Tahapan Penggunaan Skala Likert.....	35
2.14	Metode Perancangan	37
2.14.1	Pra Produksi	37
2.14.2	Produksi	40
2.14.3	Pasca Produksi	42
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		44
3.1	Deskripsi Umum	44
3.2	Analisis SWOT	45
3.2.1	Strenght (Kekuatan)	45
3.2.2	Weakness (Kelemahan).....	46
3.2.3	Opportunities (Peluang)	46
3.2.4	Threaths (Ancaman).....	46
3.3	Analisis Kebutuhan Sistem	48
3.3.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	49
3.3.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	49
3.4	Pra Produksi	51
3.4.1	Ide.....	51
3.4.2	Naskah.....	52
3.4.3	Storyboard.....	53
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Produksi	58
4.1.1	Pengambilan Gambar	58
4.1.2	Perekaman Narasi.....	61
4.2	Pasca Produksi	61
4.2.1	Sound Editing.....	61
4.2.2	Compositing	64
4.2.3	Video Editing	69

4.2.4	Rendering	73
4.3	Evaluasi	74
4.3.1	Kuisisioner Faktor Informasi	74
4.3.2	Kuisisioner Faktor Tampilan Video	78
4.4	Implementasi	80
4.4.1	Publikasi Media Sosial	80
4.4.2	Kelola Iklan	86
4.4.3	Penyerahan ke Pihak Mitra Usaha Opong Banjar	89
BAB V PENUTUP		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		1



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Presentase nilai.....	37
Tabel 2. 2 Naskah ' <i>Bear Fight</i> ' karya Jhon West.....	38
Tabel 2. 3 Storyboard ' <i>Bear Fight</i> ' karya Jhon West	40
Tabel 3. 1 Matriks SWOT	47
Tabel 3. 2 Tabel Storyboard.....	53
Tabel 4. 1 Kuesioner Faktor Informasi	74
Tabel 4. 2 Indikator Skala Likert	75
Tabel 4. 3 Kategori Skor Jawaban	75
Tabel 4. 4 Perolehan Penilaian Responden.....	76
Tabel 4. 5 Perhitungan dari Perolehan Penilaian Responden	76
Tabel 4. 6 Hasil Perolehan Penilaian Responden	77
Tabel 4. 7 Perolehan Penilaian Responden	78
Tabel 4. 8 Perhitungan dari Perolehan Penilaian Responden	78
Tabel 4. 9 Hasil Perolehan Penilaian Responden	79
Tabel 4. 10 Hasil Laporan dari Pengelola Iklan.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Gambar Definisi Multimedia	13
Gambar 2. 2 Penetrasi pengguna internet	21
Gambar 2. 3 Layanan yang paling banyak diakses	22
Gambar 2. 4 Pemanfaatan internet bidang gaya hidup	22
Gambar 2. 5 Logo Instagram	23
Gambar 2. 6 Tampilan ECU mata bagian dari iklan Garnier.....	25
Gambar 2. 7 Tampilan ECU bibir bagian dari iklan Garnier.....	25
Gambar 2. 8 Tampilan CU wajah bagian dari iklan Pocari Sweet.....	25
Gambar 2. 9 Tampilan MCU bagian dari iklan Teh Botol Sosro	26
Gambar 2. 10 Tampilan MS bagian dari iklan Teh Botol Sosro.....	26
Gambar 2. 11 Tampilan LS bagian dari iklan Teh Botol Sosro.....	27
Gambar 2. 12 Tampilan VLS bagian dari iklan Pocari Sweet	27
Gambar 2. 13 Tampilan MS bagian dari iklan Teh Botol Sosro.....	28
Gambar 2. 14 Tampilan POV bagian dari iklan Lifebuoy.....	28
Gambar 2. 15 Tampilan saat menyalakan kompor gas kemudian Cut.....	29
Gambar 2. 16 Tampilan api telah menyala kemudian Cut.....	29
Gambar 2. 17 Tampilan air sudah mendidih dan mie siap direbus.....	29
Gambar 2. 18 Spektrum warna sumber cahaya.....	41
Gambar 3. 1 Logo Mitra Usaha Opong.....	44
Gambar 4. 1 Proses pemotongan bambu.....	58
Gambar 4. 2 Proses pemotongan bambu.....	59
Gambar 4. 3 Proses penyesuaian nada	59
Gambar 4. 4 Proses pencucian angklung	60
Gambar 4. 5 Proses perangkaian angklung	60
Gambar 4. 6 Proses pengecatan angklung	60
Gambar 4. 7 Capture Noise Print	61
Gambar 4. 8 Menu Noise Reduction.....	62
Gambar 4. 9 Noise Reduction	62
Gambar 4. 10 Parametric Equalizer.....	63
Gambar 4. 11 Normalize	63

Gambar 4. 12 Dynamic Processing.....	63
Gambar 4. 13 Scene Camera.....	65
Gambar 4. 14 Trim Path.....	66
Gambar 4. 15 Tampilan Radio Waves	66
Gambar 4. 16 Pointer Line	67
Gambar 4. 17 Animasi Trim Path	67
Gambar 4. 18 Animasi Scale.....	68
Gambar 4. 19 Track Matte	68
Gambar 4. 20 Lower Third.....	69
Gambar 4. 21 Penggabungan antar scene	70
Gambar 4. 22 Ripple Edit Tool.....	71
Gambar 4. 23 Razor Tool.....	71
Gambar 4. 24 Pemberian transisi	72
Gambar 4. 25 Color Correction.....	73
Gambar 4. 26 Rendering	73
Gambar 4. 27 Rendering	73
Gambar 4. 28 Kiriman Instagram	81
Gambar 4. 29 Tampilan Kiriman Facebook pada Facebook Pages	82
Gambar 4. 30 Tampilan Pengaturan Pemirsa.....	82
Gambar 4. 31 Tampilan Promosikan Kiriman	83
Gambar 4. 32 Tampilan Lihat Hasil Kiriman Yang Akan Di Promosikan.....	83
Gambar 4. 33 Tampilan Kelola Iklan.....	84
Gambar 4. 34 Tampilan Akun Iklan	84
Gambar 4. 35 Tampilan Metode Pembayaran.....	84
Gambar 4. 36 Tampilan Tinjauan Pembayaran.....	85
Gambar 4. 37 Tampilan Lakukan Pembayaran.....	85
Gambar 4. 38 Tampilan Metode Pembayaran.....	85
Gambar 4. 39 Tampilan Payment Code	86
Gambar 4. 40 Tampilan Pembayaran Telah Dikirimkan	86
Gambar 4. 41 Pengelola Iklan	86
Gambar 4. 42 Kolom Khusus.....	87

Gambar 4. 43 Atur Kolom	87
Gambar 4. 44 Buat Laporan Khusus	88
Gambar 4. 45 Menambahkan Kolom Hari	88
Gambar 4. 46 Ekspor Laporan Iklan	88



INTISARI

Mitra Usaha Opong sebagai kelompok pengrajin angklung yang terdapat di Lingkungan Cibulan, Kecamatan Banjar, Kota Banjar Patroman sampai sekarang tetap konsisten dalam membuat kerajinan angklung, serta melakukan beberapa perubahan dalam pembuatan angklung sehingga keberadaannya merupakan bagian dari sektor industri kreatif yang mempunyai potensi serta peluang yang sangat besar untuk dikembangkan. Untuk mempromosikannya tentu harus melalui media yang tepat agar bisa menjangkau lebih banyak orang sekaligus memperkenalkan angklung sebagai warisan budaya yang telah diakui UNESCO.

Perancangan pembuatan media promosi dimulai dari penelitian yang dilakukan melalui metode penelitian pengumpulan data yaitu kepustakaan, observasi dan wawancara, lalu analisis data SWOT dan kemudian terakhir melalui metode perancangan produksi multimedia yaitu tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi dan terciptalah sebuah video promosi.

Untuk itu multimedia mempunyai peranan penting dalam penyebaran informasi. Karena kelebihan multimedia adalah menarik indra dan minat. Khususnya pada teknik videografi sangat tepat sebagai sarana untuk mempromosikan potensi suatu kerajinan daerah, karena videografi terlihat lebih simple, modern, nyata, serta mudah di pahami. Pembuatan media promosi melalui video *live shoot* dan *motion graphic 2D* diharapkan dapat membawa dampak besar kepada kerajinan angklung.

Kata Kunci : Angklung, Media Promosi, *Motion Graphic*, Video.

ABSTRACT

Mitra Usaha Opong as a group of angklung craftsmen located in Lingkungan Cibulan, Banjar Subdistrict, Banjar Patroman City until now remain consistent in making angklung crafts, as well as making some changes in making angklung so that its existence is part of the creative industry sector that has very potential and great to develop opportunities. To promote it of course must go through the right media in order to reach more people while introducing angklung as a cultural heritage that has been recognized by UNESCO.

Designing the making of promotional media starts from research conducted through data collection research methods, namely literature, observation and interviews, then analysis of SWOT data and then finally through multimedia production design methods, namely the stages of pre-production, production and post-production and the creation of a promotional video.

For that multimedia has an important role in the dissemination of information. Because multimedia flexibility is attracting senses and interests. Especially in videography techniques is very appropriate as a means to promote the potential of a regional craft, because videography looks more simple, modern, real, and easy to understand. The making of promotional media through live shoot video and motion graphic 2D is expected to have a big impact on angklung craft.

Keyword: *Angklung, Media Promotion, Motion Graphic, Video.*