

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN RUMAH MAKAN BEMA DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK HYPERLAPSE
DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Auda Bayu Febrianto

14.11.8369

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN RUMAH MAKAN BEMA DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK HYPERLAPSE
DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Auda Bayu Febrianto

14.11.8369

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN RUMAH MAKAN BEMA DENGAN MENGUNAKAN TEKNIK HYPERLAPSE DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Auda Bayu Febrianto

14.11.8369

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 September 2018

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.
NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN RUMAH MAKAN BEMA DENGAN MENGUNAKAN TEKNIK HYPERLAPSE DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Auda Bayu Febrianto

14.11.8369

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 16 Juli 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.
NIK. 190302215

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom.
NIK. 190302164

Mulia Sulistiyono, M.Kom.
NIK. 190302248

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 20 Juli 2019

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, 20 Juli 2019



Auda Bayu Febrianto

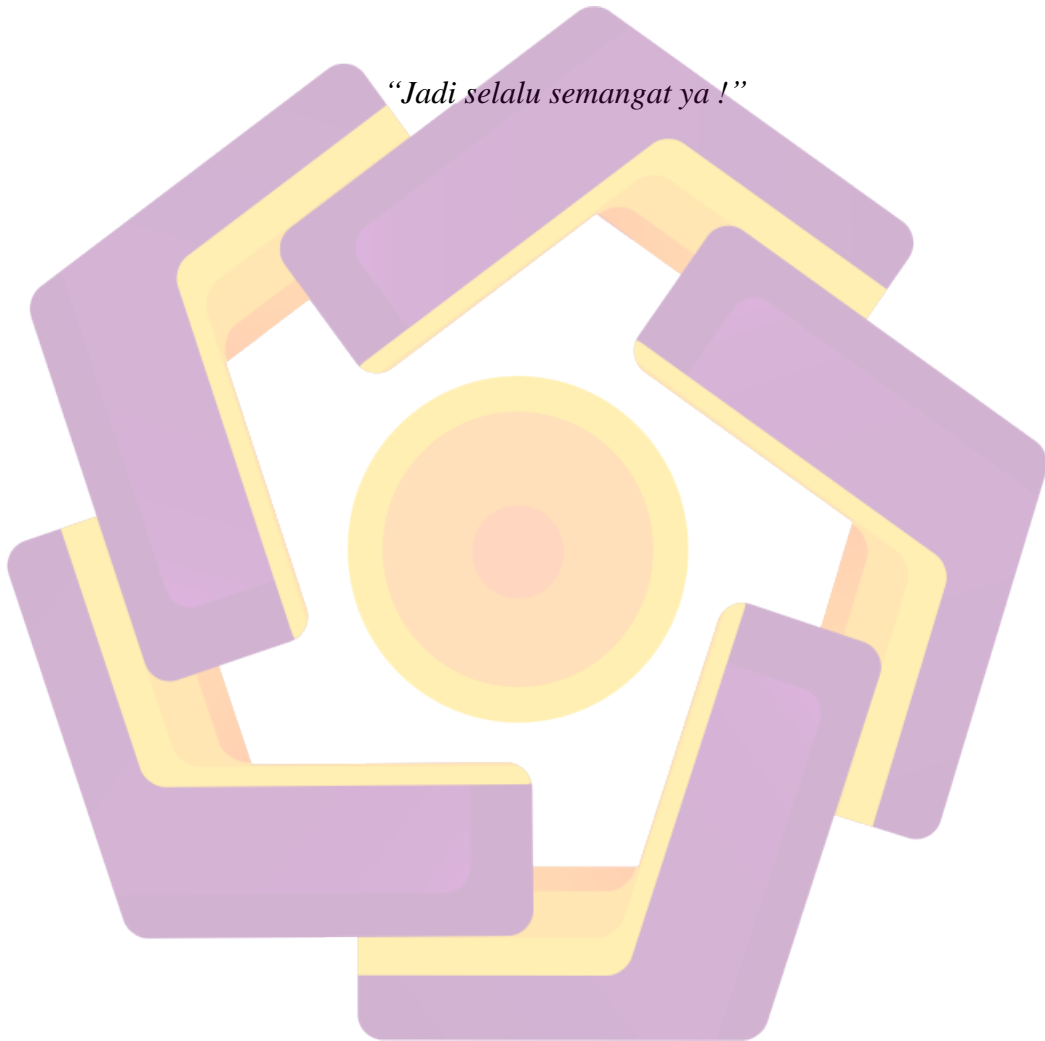
NIM. 14.11.8369

MOTTO

“Terkadang, kita memang suka pesimis dan tidak percaya diri”

“Padahal, kita harus percaya bahwa banyak hal dalam diri sendiri yang bisa membawa ke suatu hal yang lebih baik”

“Jadi selalu semangat ya !”

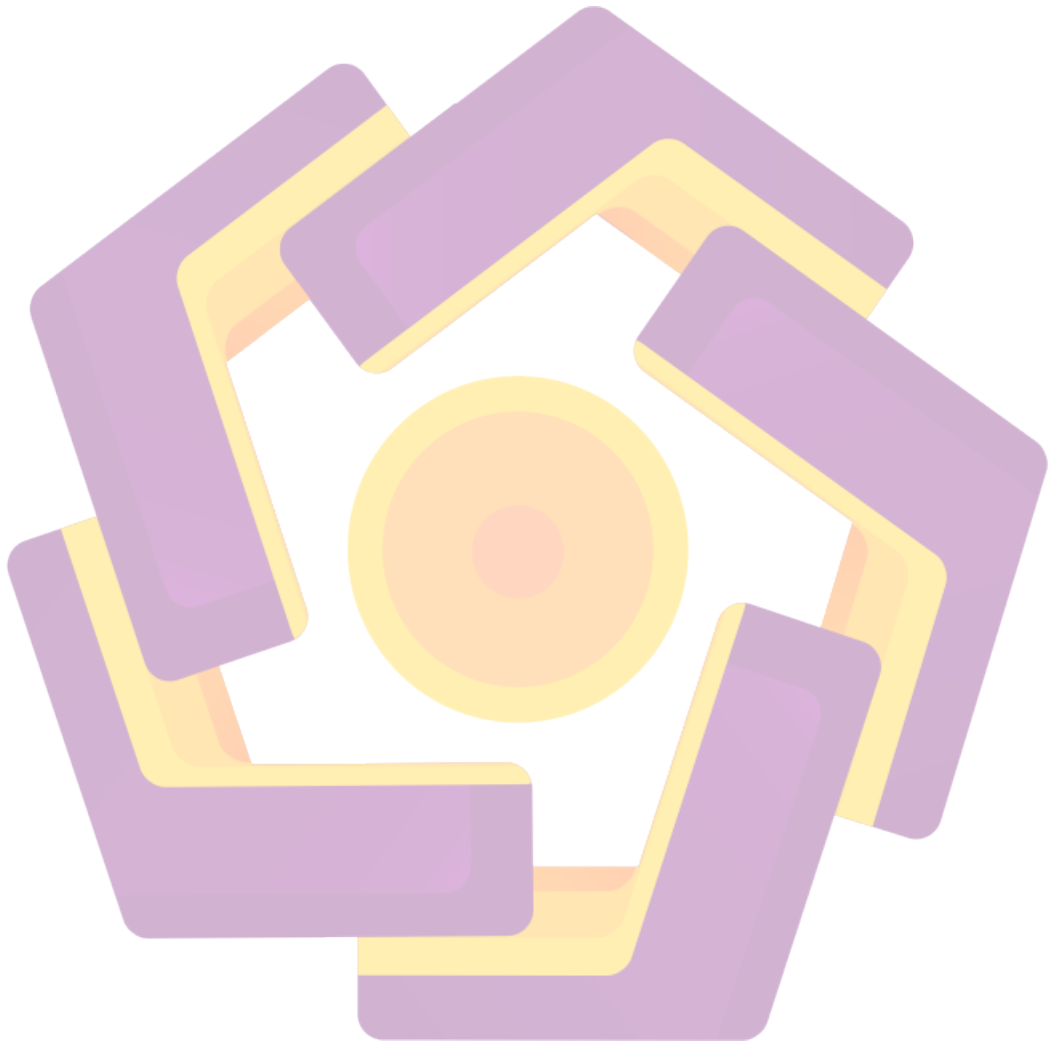


PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamiin, segala puji bagi Allah Subhanau Wa Ta'ala yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Pada kesempatan ini penulis tak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanau Wa Ta'ala atas ridho-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Alhamdulillah, Sujud syukur kepada-Mu dan jadikanlah hamba-Mu ini orang yang pandai bersyukur, berdzikir, memperbagus ibadah pada-Mu dan selalu dalam lindungan-Mu ya Allah.
2. Bapak dan saya tersayang, tercinta yang tak pernah lelah memberikan doa, bapak yang membantu dalam membiayai dari awal kuliah hingga akhir kuliah ini, yang selalu memberikan nasehat, semangat dan dukungan, semoga Allah Subhanau Wa Ta'ala selalu memberikan nikmat sehat dan surga firdaus kepada mereka.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom. selaku dosen pembimbing, terimakasih telah membimbing dan memberikan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. Semoga keluarga bapak selalu dirahmati dan diberkahi Allah Subhanau Wa Ta'ala.
4. Sahabat saya "Jendil Family", teman main, terimakasih atas bantuan dan semangatnya. Semoga Allah selalu memberkahi kalian dan keluarga.
5. Teman-teman 14 S1TI 13, terimakasih telah menjadi teman seperjuangan dalam menuntut ilmu selama ini. Semoga Allah selalu memberkahi kalian dan keluarga.
6. Bapak parkir, Bapak security, Bapak pembersih ruangan, Staff Amikom, serta semua pihak yang bekerja tidak dapat saya sebutkan satu persatu dalam

membantu tersusunnya skripsi ini. Semoga Allah selalu memberkahi kalian dan keluarga.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, para sahabat, dan kita selaku umatnya hingga akhir zaman, amiin.

Penulisan ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Informatika, Universitas AMIKOM Yogyakarta yang penulis ajukan dengan judul “Pembuatan Video Iklan rumah Makan Bema Dengan Menggunakan Teknik Hyperlapse Dan Motion Graphic”.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dan masih jauh dari sempurna. Dengan selesainya skripsi ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

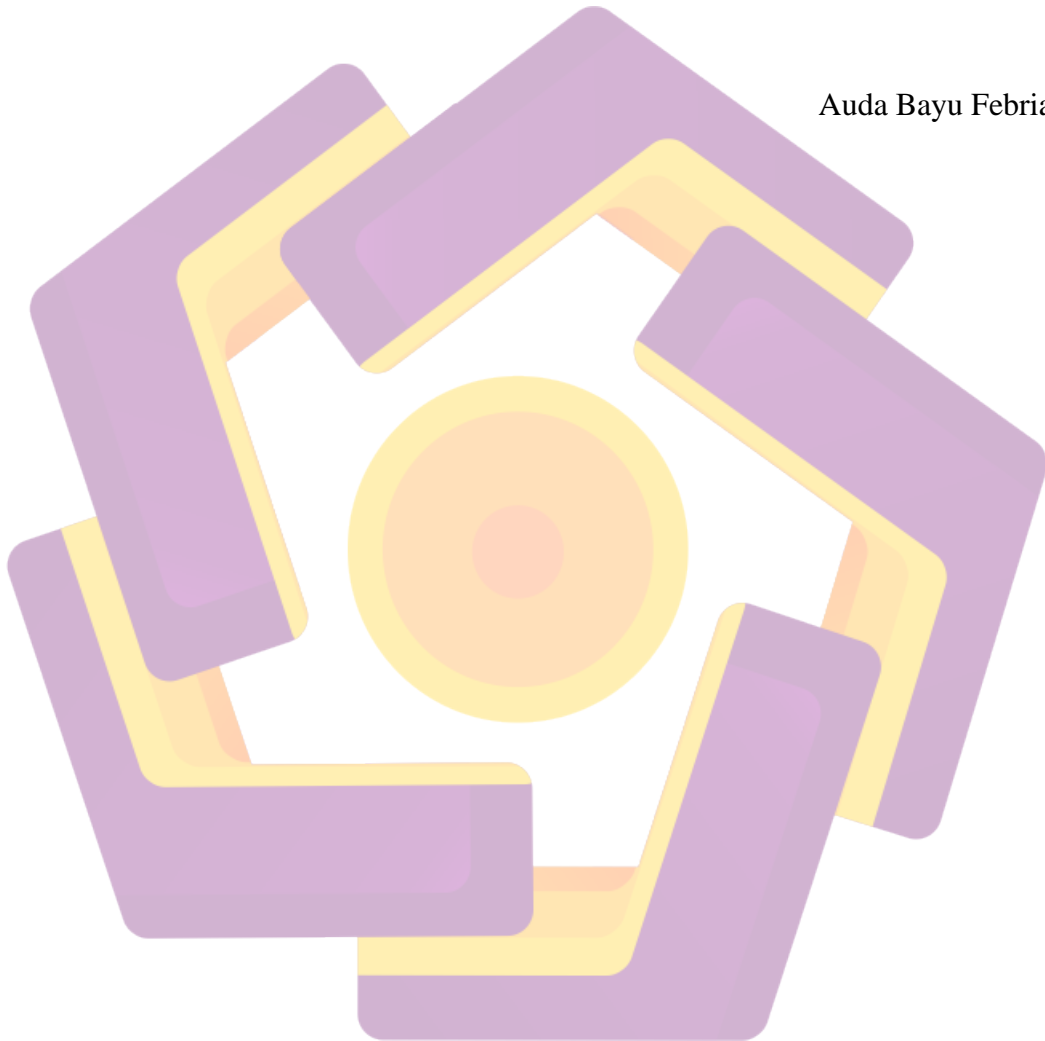
1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Krisnawati, S.Si, M.T. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan, masukan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Pihak Rumah Makan Bema
5. Keluarga dan rekan-rekan yang telah memberi dukungan dan bantuan untuk kelancan skripsi.

Peneliti juga memohon maaf kepada semua pihak jika dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan laporan skripsi ini terdapat kesalahan atau hal yang kurang berkenan, semua tidak lepas karena keterbatasan peneliti.

Akhirnya, hanya dengan berdo'a kepada Allah SWT, peneliti berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Yogyakarta, 16 juli 2019

Auda Bayu Febrianto



DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------|
| JUDUL | i |
| PERSETUJUAN | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| INTISARI | xix |
| <i>ABSTRACT</i> | xx |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah | 2 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 2 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 2 |
| 1.5.1 Bagi Rumah Makan Bema | 3 |
| 2.5.1 Bagi Calon Pembeli | 3 |
| 1.6 Metode Penelitian | 3 |
| 1.6.1 Metode Pengumpulan Data | 3 |
| 1.6.2 Metode Analisis | 4 |
| 1.6.3 Metode Pengembangan | 4 |

| | | |
|---------------------|--|----|
| 1.7 | Sistematika Penulisan..... | 5 |
| BAB II..... | | 7 |
| LANDASAN TEORI..... | | 7 |
| 2.1 | Tinjauan Pustaka | 7 |
| 2.2 | Konsep Dasar Multimedia..... | 11 |
| 2.2.1 | Pengertian Multimedia..... | 11 |
| 2.2.2 | Elemen – Elemen Multimedia..... | 11 |
| 2.2.2.1 | Text..... | 11 |
| 2.2.2.2 | Image..... | 11 |
| 2.2.2.3 | Audio..... | 12 |
| 2.2.2.4 | Video..... | 12 |
| 2.2.2.5 | Animasi..... | 12 |
| 2.3 | Pengertian Periklanan..... | 12 |
| 2.4 | Jenis – Jenis Media Iklan..... | 12 |
| 2.4.1 | Media Cetak..... | 12 |
| 2.4.2 | Media Elektronik..... | 13 |
| 2.5 | Spesifikasi Video Iklan Instagram..... | 13 |
| 2.6 | Tujuan Periklanan..... | 14 |
| 2.6.1 | Iklan Informatif..... | 14 |
| 2.6.2 | Iklan Persuasif..... | 14 |
| 2.6.3 | Iklan Pengingat..... | 15 |
| 2.6.4 | Iklan Penambah Nilai..... | 15 |
| 2.7 | Implementasi Multimedia dalam Industri Periklanan..... | 15 |
| 2.7.1 | Keunggulan Multimedia dalam Periklanan..... | 15 |
| 2.7.2 | Tahap Pengembangan Aplikasi Multimedia Untuk Periklanan..... | 16 |
| 2.7.2.1 | Merancang Konsep Iklan..... | 16 |
| 2.7.2.2 | Merancang Isi Iklan..... | 17 |

| | | |
|---------|--|----|
| 2.7.2.3 | Merancang Naskah Iklan..... | 17 |
| 2.7.2.4 | Merancang Grafis | 17 |
| 2.7.2.5 | Memproduksi Iklan | 17 |
| 2.7.2.6 | Testing dan Implementasi Iklan | 18 |
| 2.8 | Tahap Merancang Naskah dan Storyboard Iklan..... | 18 |
| 2.8.1 | Prinsip Dasar Menulis Naskah Iklan..... | 18 |
| 2.9 | Hyperlapse | 19 |
| 2.9.1 | Pengertian Hyperlapse | 19 |
| 2.9.2 | Konsep Hyperlapse | 19 |
| 2.9.3 | Tahap Pra Produksi | 20 |
| 2.9.3.1 | Ide dan Konsep | 20 |
| 2.9.3.2 | Naskah dan Skenario | 20 |
| 2.9.3.3 | Storyboard | 20 |
| 2.9.3.4 | Menganalisa Teknik Pengambilan Gambar..... | 22 |
| 2.9.4 | Produksi | 22 |
| 2.9.4.1 | Syuting..... | 22 |
| 2.9.4.2 | Pembuatan Design Grafis | 22 |
| 2.9.4.3 | Pemberian Backsound Musik | 22 |
| 2.9.4.4 | Animation | 23 |
| 2.9.5 | Pasca Produksi | 23 |
| 2.9.5.1 | Compositing dan editing | 23 |
| 2.9.5.2 | Rendering | 23 |
| 2.9.5.3 | Finishing dan Testing | 24 |
| 2.10 | Motion Graphic..... | 24 |
| 2.10.1 | Pengertian Motion Graphic..... | 24 |
| 2.10.2 | Sejarah Motion Graphic..... | 25 |
| 2.10.3 | Cara Kerja Motion Graphic | 26 |

| | | |
|--|---|----|
| 2.11 | Uji Skala Likert..... | 26 |
| 2.11.1 | Pengertian Skala Likert..... | 26 |
| 2.11.2 | Keuntungan Skala likert..... | 28 |
| 2.11.3 | Perhitungan Skala Likert..... | 28 |
| 2.11.3.1 | Bobot Nilai..... | 28 |
| 2.11.3.2 | Persentase Nilai..... | 29 |
| 2.11.3.3 | Total Skor..... | 29 |
| 2.11.3.4 | Interpretasi Skor..... | 29 |
| 2.11.3.5 | Hasil Skala Likert..... | 29 |
| 2.12 | Jumlah Responden..... | 30 |
| 2.12.1 | Populasi..... | 30 |
| 2.12.2 | Ukuran Sampel..... | 30 |
| BAB III | | 32 |
| ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM | | 32 |
| 3.1 | Tinjauan Umum..... | 32 |
| 3.1.1 | Sejarah Perusahaan..... | 32 |
| 3.1.2 | Visi Misi Perusahaan..... | 32 |
| 3.1.2.1 | Visi..... | 32 |
| 3.1.2.2 | Misi..... | 32 |
| 3.1.3 | Logo Perusahaan..... | 33 |
| 3.1.4 | Struktur Pengurusan..... | 33 |
| 3.2 | Analisis Kebutuhan Sistem..... | 34 |
| 3.2.1 | Analisis Kebutuhan Fungsional..... | 34 |
| 3.2.2 | Analisis Kebutuhan Non-Fungsional..... | 35 |
| 3.2.2.1 | Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware)..... | 35 |
| 3.2.2.2 | Kebutuhan Perangkat Lunak (Software)..... | 35 |
| 3.2.2.3 | Kebutuhan Sumberdaya Manusia (Brainware)..... | 36 |

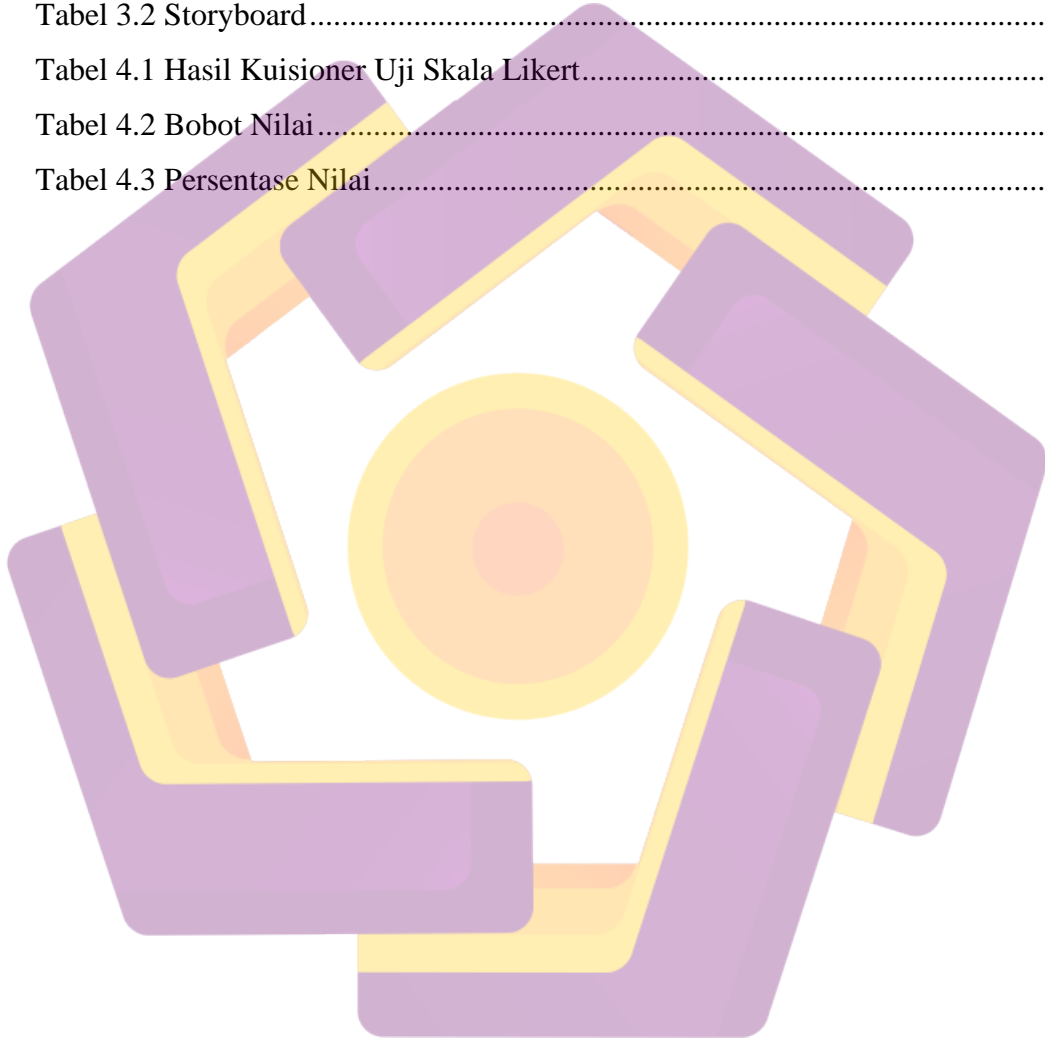
| | | |
|----------------------------------|---|----|
| 3.3 | Analisis Kelayakan..... | 37 |
| 3.4 | Tahap Pra Produksi | 38 |
| 3.4.1 | Ide Cerita..... | 38 |
| 3.4.2 | Skenario atau Naskah..... | 38 |
| 3.4.3 | Storyboard..... | 39 |
| 3.4.4 | Menganalisa Teknik Pengambilan Gambar | 43 |
| BAB IV | | 46 |
| IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN..... | | 46 |
| 4.1 | Produksi..... | 46 |
| 4.1.1 | Syuting | 46 |
| 4.1.2 | Proses Pengambilan Gambar..... | 50 |
| 4.1.3 | Pembuatan Design Grafis..... | 52 |
| 4.1.4 | Pemberian Backsound Musik..... | 54 |
| 4.1.5 | Animation Dan Hyperlapse..... | 56 |
| 4.1.5.1 | Motion Graphic | 56 |
| 4.1.5.2 | Hyperlapse..... | 58 |
| 4.1.6 | Konsep Animasi | 60 |
| 4.2 | Pasca Produksi..... | 62 |
| 4.2.1 | Editing Dan Compotision..... | 62 |
| 4.2.2 | Rendering | 64 |
| 4.3 | Video Instagram | 65 |
| 4.3.1 | Promosi video | 65 |
| 4.3.2 | Hasil Video Promosi | 68 |
| 4.4 | Uji Skala Likert | 72 |
| BAB V..... | | 76 |
| PENUTUP..... | | 76 |
| 4.1 | Kesimpulan..... | 76 |

| | | |
|----------------------|-------------|----|
| 4.2 | Saran | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 78 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian..... | 8 |
| Tabel 2.2 Contoh Storyboard | 21 |
| Tabel 3.1 Struktur Pengurusan..... | 33 |
| Tabel 3.2 Storyboard..... | 39 |
| Tabel 4.1 Hasil Kuisisioner Uji Skala Likert..... | 72 |
| Tabel 4.2 Bobot Nilai..... | 73 |
| Tabel 4.3 Persentase Nilai..... | 74 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3.1 Logo Rumah Makan Bema | 33 |
| Gambar 4.1 Canon eos 1200 D | 47 |
| Gambar 4.2 Canon EF-S 18-55mm STM | 47 |
| Gambar 4.3 Lensa Yongnuo 50mm f/1.8..... | 48 |
| Gambar 4.4 Memory Card SanDisk Ultra 16 gb class 10..... | 48 |
| Gambar 4.5 Tripod | 49 |
| Gambar 4.6 Picture Style | 50 |
| Gambar 4.7 Pengambilan gambar di depan | 50 |
| Gambar 4.8 Pengambilan gambar di dalam | 51 |
| Gambar 4.9 Pengambilan gambar go food..... | 51 |
| Gambar 4.10 Pen Tool dan mode pen tool lainnya..... | 52 |
| Gambar 4.11 Elipse Tool dan bentuk bangun persegi lainnya..... | 52 |
| Gambar 4.12 Eyedropper Tool mempermudah dalam menambahkan warna..... | 52 |
| Gambar 4.13 Tampilan New File..... | 53 |
| Gambar 4.14 Tracing menggunakan Pen Tool | 53 |
| Gambar 4.15 Coloring..... | 54 |
| Gambar 4.16 Tampilan awal Adobe Premiere CC 2014..... | 54 |
| Gambar 4.17 Import File ke Adobe Premiere CC 2014..... | 55 |
| Gambar 4.18 Pemotongan audio | 55 |
| Gambar 4.19 Membuat Composition Baru | 60 |
| Gambar 4.20 Mengimport File Baru..... | 60 |
| Gambar 4.21 Memunculkan Pengaturan Scale | 60 |
| Gambar 4.22 Membuat Keyframe..... | 60 |
| Gambar 4.23 Menggerakkan Gambar | 60 |
| Gambar 4.24 Mengimport file..... | 60 |
| Gambar 4.25 Memasukan File Ke Sequence | 60 |
| Gambar 4.26 Membuat Nest Baru..... | 50 |
| Gambar 4.27 Membuat Hyperlapse | 50 |

| | |
|--|----|
| <u>Gambar 4.28 Logo Bema</u> | 60 |
| <u>Gambar 4.29 Keterangan suasana dan animasi Pop Up</u> | 61 |
| <u>Gambar 4.30 Proses munculnya produk</u> | 61 |
| <u>Gambar 4.31 Tampilan Info produk</u> | 62 |
| <u>Gambar 4.32 Proses pergantian produk</u> | 62 |
| <u>Gambar 4.33 Tampilan komposisi Baru</u> | 63 |
| <u>Gambar 4.34 Tampilan Proses Import</u> | 63 |
| <u>Gambar 4.35 Folder Project</u> | 64 |
| <u>Gambar 4.36 Proses rendering</u> | 65 |
| <u>Gambar 4.37 Pengaturan Format Export Video</u> | 65 |
| <u>Gambar 4.38 Tampilan Video Iklan</u> | 66 |
| <u>Gambar 4.39 Pilih Tempat Untuk Mengirim Orang</u> | 66 |
| <u>Gambar 4.40 Pilih Pemirsa Target</u> | 67 |
| <u>Gambar 4.41 Waktu Dan Anggaran Video Iklan</u> | 67 |
| <u>Gambar 4.42 Sudah Siap Di Promosikan</u> | 68 |
| <u>Gambar 4.43 Interaksi</u> | 69 |
| <u>Gambar 4.44 Jangkauan Pemirsa</u> | 69 |
| <u>Gambar 4.45 Waktu Promosi</u> | 70 |
| <u>Gambar 4.46 Jenis Kelamin</u> | 71 |
| <u>Gambar 4.47 Lokasi Teratas</u> | 71 |
| <u>Gambar 4.48 Rentang Usia</u> | 71 |

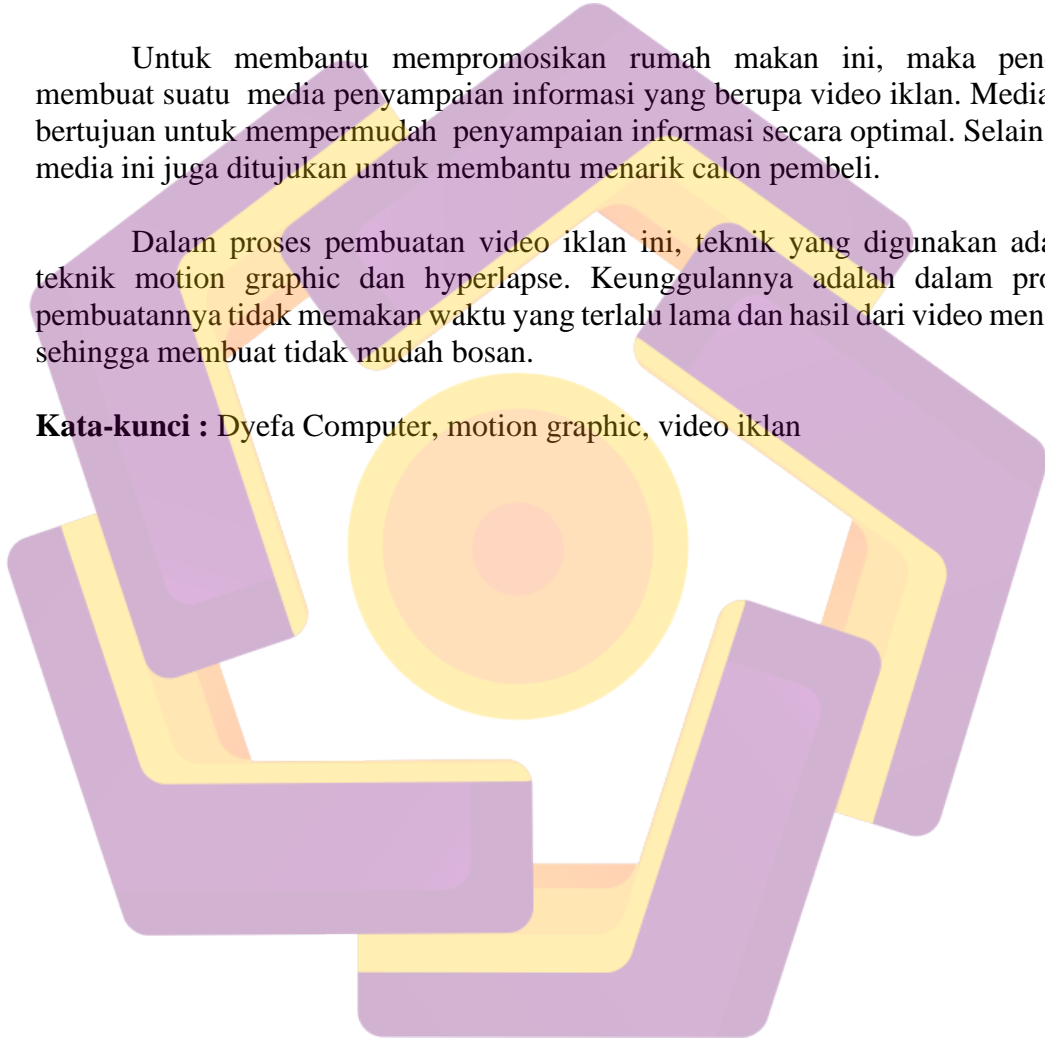
INTISARI

Rumah Makan Bema adalah rumah makan yang bergerak dalam bidang kuliner bebek goreng madura. Untuk meningkatkan penjualan dan cakupan wilayah dilakukan promosi online melalui social media Instagram yang berupa gambar dan banner. Promosi menggunakan brosur dan gambar sudah efektif namun kurang maksimal.

Untuk membantu mempromosikan rumah makan ini, maka peneliti membuat suatu media penyampaian informasi yang berupa video iklan. Media ini bertujuan untuk mempermudah penyampaian informasi secara optimal. Selain itu, media ini juga ditujukan untuk membantu menarik calon pembeli.

Dalam proses pembuatan video iklan ini, teknik yang digunakan adalah teknik motion graphic dan hyperlapse. Keunggulannya adalah dalam proses pembuatannya tidak memakan waktu yang terlalu lama dan hasil dari video menarik sehingga membuat tidak mudah bosan.

Kata-kunci : Dyefa Computer, motion graphic, video iklan



ABSTRACT

Bema Restaurant is a restaurant that is engaged in the culinary of Madura Fried Duck. To increase sales and coverage, online promotions were carried out through Instagram social media in the form of images and banners. Promotion using brochures and images is effective but not maximal.

To help promote the company's website, the researcher made a medium for delivering information in the form of animated videos. This media aims to facilitate the delivery of information optimally. In addition, this media is also intended to help attract prospective buyers.

In the process of making this animated video, the technique used is the motion graphic technique. The advantage is that in the manufacturing process does not take too long and the results of the video are interesting so it makes it easy to get bored.

Keywords: Dyefa Computer, motion graphic, Advertisement video

