

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK HAMMOCK PADA YEKA'S  
YOGYAKARTA DENGAN TEHNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Rusli Asmiyatun**

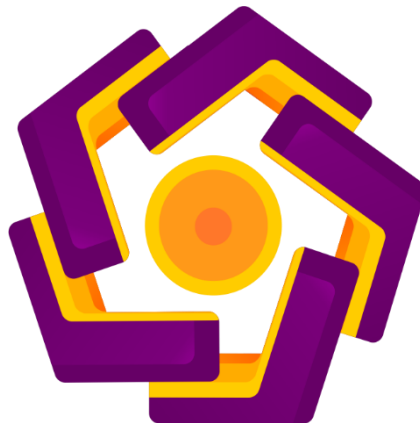
**13.12.7188**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK HAMMOCK PADA YEKA'S  
YOGYAKARTA DENGAN TEHNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Rusli Asmiyatun**

**13.12.7188**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK HAMMOCK PADA YEKA'S  
YOGYAKARTA DENGAN TEHNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rusli Asmiyatun**

**13.12.7188**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 8 Agustus 2019

**Dosen Pembimbing,**

**Agus Purwanto, M.Kom**

**NIK. 190302229**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PEMBUATAN IKLAN PRODUK HAMMOCK PADA YEKA'S YOGYAKARTA DENGAN TEHNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rusli Asmiyatun**

**13.12.7188**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 Agustus 2019

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Anggit Dwi Hartanto, M.Kom**  
**NIK. 190302163**



**Yuli Astuti, M.Kom**  
**NIK. 190302146**



**Agus Purwanto, M.Kom**  
**NIK. 190302229**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 26 Agustus 2019

**DEKANTAFAKULTAS 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, 24 Agustus 2019



Rusli Asmiyatun

NIM. 13.12.7188

## MOTTO

- Bentuk keberhasilan seseorang diukur bukan dari sejauh mana ia melangkah, tetapi seberapa banyak peluang yang ia manfaatkan ketika melangkah.
- Jangan menunggu karena tidak ada waktu yang tepat. Mulailah dari sekarang dan berusahalah dengan segala yang ada.
- Waktu yang hilang tidak akan pernah kembali.
- Lupakan kegagalan, tapi ingatlah selalu hikmah dari kegagalan tersebut.
- Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang – orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang – orang yang beriman. (Q.S. Al-Imran : 139)
- Hai orang – orang yang beriman, bersabarlah kamu dan kuatkan kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga dan bertaqwa kepada Allah supaya kamu menang. (Ali Imraan : 200)
- Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui. (Al-Baqarah : 216)

## PERSEMBAHAN

1. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Terimakasih kepada kedua orangtua yang tiada hentinya memberikan do'a, semangat dan bekerja keras banting tulang demi membiayai kuliah.
3. Terimakasih Bapak Agus Purwanto selaku pembimbing yang sudah memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Terimakasih kepada Putri sahabat sebangku kuliah yang selalu membantu dan membimbing sewaktu kuliah, satu-satunya teman yang selalu menaruh materi ketika UAS open book karena Putri tahu bahwa temannya sangat pelupa.
5. Terimakasih kepada Reno, Fahmi, dan Cindy sahabat seperjuangan yang selalu memberikan support, bimbingan dan semangat.
6. Terimakasih kepada kampus tercinta Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan pengalaman belajar yang luar biasa dan mempertemukan dengan sahabat-sahabat yang baik.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman, islam dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa kendala apapun. Tidak lupa sholawat serta salam penulis haturkan pada junjungan umat yaitu Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari jaman kegelapan kepada jaman yang terang yaitu jalan yang di ridhai oleh Allah SWT.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Krisnawati, S.Si, MT selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Agus Purwanto, M.Kom selaku dosen pembimbing telah memberikan waktu dan berbagi ilmu.
4. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dan do'a.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
6. Teman-teman semasa kuliah.

Yogyakarta, 28 Agustus 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>INTISARI</b> .....	xv
<b>ABSTRACT</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
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 Analisis .....	5
1.6.3 Metode Perancangan.....	5
1.6.4 Metode Testing .....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	9
2.2.1 Pengertian Multimedia.....	9
2.2.2 Elemen Multimedia.....	9
2.3 Konsep Dasar Video.....	10

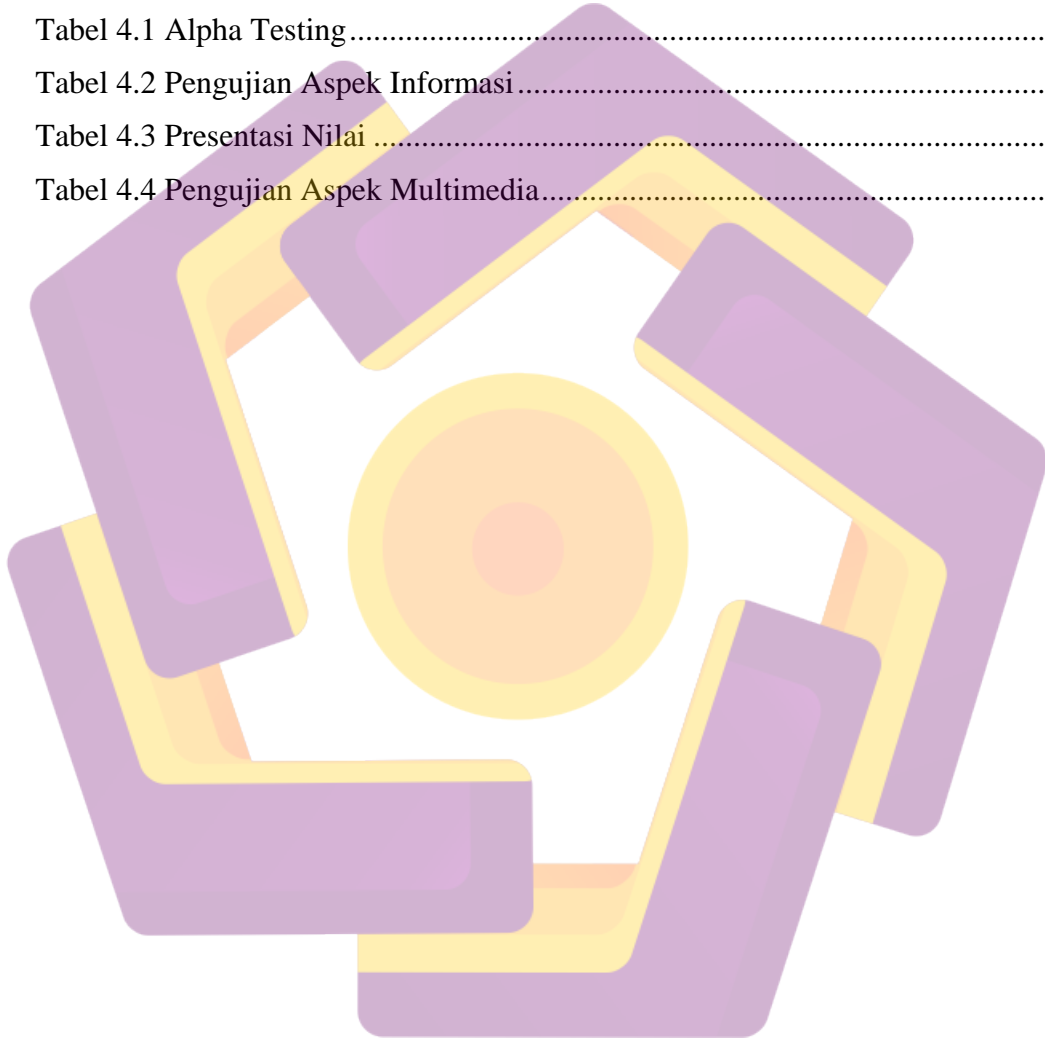
2.3.1	Video .....	10
2.4	Konsep Dasar Animasi .....	12
2.4.1	Definisi Animasi .....	12
2.4.2	Prinsip Dasar Animasi .....	12
2.4.2.1	Solid Drawing .....	12
2.4.2.2	Timing and Spacing .....	13
2.4.2.3	Squash and Strech .....	13
2.4.2.4	Anticipation .....	14
2.4.2.5	Slow In Slow Out .....	15
2.4.2.6	Arcs .....	15
2.4.2.7	<i>Secondary Action</i> .....	16
2.4.2.8	<i>Follow Through and Overlapping Action</i> .....	17
2.4.2.9	<i>Straight Ahead Action and Pose to Pose</i> .....	17
2.4.2.10	<i>Staging</i> .....	18
2.4.2.11	Appeal .....	18
2.4.2.12	Exaggeration .....	19
2.5	Iklan .....	19
2.5.1	Konsep Dasar Iklan .....	19
2.5.2	Tujuan Iklan .....	20
2.5.3	Jenis Iklan .....	20
2.6	Konsep Dasar <i>Motion graphic</i> .....	20
2.6.1	Definisi <i>Motion graphic</i> .....	20
2.7	Live shoot .....	23
2.8	Memproduksi Video Iklan .....	23
2.8.1	Pra Produksi .....	23
2.8.1.1	Konsep .....	24
2.8.1.2	Naskah .....	24
2.8.1.3	<i>StoryBoard</i> .....	24
2.8.2	Produksi .....	25
2.8.2.1	Pengambilan Gambar (Syuting) .....	25
2.8.2.2	Perekaman Suara .....	25
2.8.2.3	Teknik Pengambilan Gambar .....	26

2.8.3	Pasca Produksi .....	36
2.9	Analisis SWOT.....	37
2.9.1	Kekuatan ( <i>Strenghts</i> ).....	37
2.9.2	Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) .....	37
2.9.3	Peluang ( <i>Oppurtunities</i> ).....	38
2.9.4	Ancaman ( <i>Threat</i> ) .....	38
2.10	Analisis Kebutuhan Sistem.....	39
2.10.1	Kebutuhan Fungsional .....	39
2.10.2	Kebutuhan Non Fungsional .....	39
2.10.3	Analisis Kelayakan.....	40
2.10.4	Analisis Kelayakan Operasional .....	40
2.10.5	Analisis Kelayakan Hukum .....	40
2.11	Evaluasi .....	40
2.11.1	Sejarah Skala Likert .....	41
2.11.2	Skala Linkert .....	41
2.11.3	Rumus Presentase Skala Linkert.....	42
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>44</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	44
3.1.1	Deskripsi Singkat Yeka Hammock.....	44
3.1.2	Struktur Organisasi .....	44
3.1.3	Visi dan Misi.....	45
3.2	Pengumpulan Data .....	45
3.2.1	Metode Wawancara .....	45
3.2.2	Metode Observasi .....	46
3.3	Analisis Masalah .....	49
3.3.1	Analisis SWOT .....	49
3.3.2	Kelemahan Teknik Promosi Dengan Gambar .....	53
3.3.3	Solusi Yang Diberikan.....	54
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem .....	54
3.4.1	Kebutuhkan Fungsional .....	54
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional .....	55
3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras .....	55

3.4.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	56
3.4.2.3	Kebutuhan Sumber Daya Manusia.....	56
3.5	Rancangan Pra Produksi.....	57
3.5.1	Rancangan Konsep .....	57
3.5.2	Rancangan Naskah.....	57
3.5.3	<i>Storyboard</i> .....	63
<b>BAB IV</b>	<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>69</b>
4.1	Produksi.....	69
4.1.1	Proses Pengambilan Gambar .....	69
4.1.2	Pembuatan Aset .....	71
4.1.3	<i>Sound</i> Musik dan <i>Dubber</i> .....	73
4.2	Pasca Produksi.....	75
4.2.1	Composition.....	75
4.2.2	Pengeditan Video.....	78
4.2.3	Rendering.....	81
4.3	Evaluasi .....	82
4.4	Alpha Testing .....	82
4.5	Beta Testing.....	85
4.6	Implementasi .....	95
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>96</b>
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>1</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Matrik.....	39
Tabel 2.2 Pengkategorian skor jawaban.....	43
Tabel 3.1 Kualitatif Matrik SWOT .....	50
Tabel 3.2 Rancangan <i>Storyboard</i> .....	63
Tabel 4.1 Alpha Testing .....	83
Tabel 4.2 Pengujian Aspek Informasi.....	85
Tabel 4.3 Presentasi Nilai .....	86
Tabel 4.4 Pengujian Aspek Multimedia.....	89





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Solid Drawing .....	13
Gambar 2.2 Timing and Spacing .....	13
Gambar 2.3 Squash and Strech .....	14
Gambar 2.4 Anticipation.....	15
Gambar 2.5 Slow In Slow Out.....	15
Gambar 2.6 Arcs .....	16
Gambar 2.7 Secondary Action.....	16
Gambar 2.8 Follow Through and Overlapping Action.....	17
Gambar 2.9 Straight Ahead Action and Pose to Pose.....	17
Gambar 2.10 Staggering.....	18
Gambar 2.11 <i>Appeal</i> .....	19
Gambar 2.12 Exaggeration.....	19
Gambar 2.13 Story Board .....	25
Gambar 2.14 Frog Eye .....	27
Gambar 2.15 Low Angle.....	27
Gambar 2.16 Eye Level.....	28
Gambar 2.17 High Level.....	28
Gambar 2.18 Bird Eye.....	29
Gambar 2.19 Over Shoulder .....	30
Gambar 2.20 Extreme Close Up (ECU).....	31
Gambar 2.21 Big Close Up .....	31
Gambar 2.22 Close Up.....	32
Gambar 2.23 Medium Close Up (MCU).....	32
Gambar 2.24 Medium Shoot (MS) .....	33
Gambar 2.25 Full Shoot (FS) .....	34
Gambar 2.26 Long Shoot (LS).....	34
Gambar 2.27 One Shoot.....	35
Gambar 2.28 Two Shoot (2S) .....	35
Gambar 2.29 Group Shoot (GS).....	36
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Yeka Hammock.....	44

Gambar 3.2 Logo Yeka Hammock .....	45
Gambar 3.3 Tampilan Promosi di Instagram .....	47
Gambar 3.4 Tampilan testimoni dari Pelanggan.....	47
Gambar 3.5 Tampilan Promosi pada Facebook .....	48
Gambar 3.6 Tampilan Blog.....	48
Gambar 3.7 Tampilan Tokopedia .....	49
Gambar 4.1 Pengambilan gambar model mencoba mendirikan tenda.....	70
Gambar 4.2 Pengambilan gambar membuka Yeka Hammock dari kantung .....	70
Gambar 4.3 Pengambilan gambar memasang Yeka Hammock sebagai ayunan ..	71
Gambar 4.4 Pengambilan gambar adegan model memasang <i>flysheet</i> .....	71
Gambar 4.5 Pembuatan lapisan kain.....	72
Gambar 4.6 Pembuatan karakter .....	72
Gambar 4.7 Pembuatan Hammock .....	72
Gambar 4.8 Proses pengeditn dubber.....	73
Gambar 4.9 Membuang Suara Yang Tidak Diperlukan.....	74
Gambar 4.10 Menghilangkan <i>Noise</i> .....	74
Gambar 4.11 New Composition.....	75
Gambar 4.12 <i>Import File</i> .....	76
Gambar 4.13 Tampilan Proses <i>Composition</i> .....	76
Gambar 4.14 Transformasi Dasar .....	77
Gambar 4.15 Setelah diberi <i>Effect Puppet</i> .....	77
Gambar 4.16 Tahap Transformasi <i>Puppet</i> .....	78
Gambar 4.17 Tampilan Setelah <i>Puppet Pin</i> Digerakan.....	78
Gambar 4.18 Format <i>Video</i> .....	79
Gambar 4.19 Proses <i>Import File</i> .....	79
Gambar 4.20 Proses Penataan <i>Video</i> dan <i>Backsound</i> .....	80
Gambar 4.21 Memotong <i>Video</i> yang Tidak Diperlukan .....	80
Gambar 4.22 Proses <i>Stabilizer</i> .....	81
Gambar 4.23 Proses <i>Rendering</i> .....	81
Gambar 4.24 <i>Channel</i> youtube Yeka Stup.....	95

## INTISARI

Yeka adalah industry lokal yang memproduksi Hammock, yaitu sebuah peralatan camping. Berdiri awal tahun 2016, membuat Yeka masih sangat muda dan masih kecil dalam jangkauan brand dan promosi. Saat ini brand Yeka baru menjangkau wilayah Yogyakarta dan beberapa kota di Indonesia. Namun jangkauannya masih relative kecil karena pemasaran luar Yogyakarta masih menggunakan sistem on line.

Dalam promosinya Yeka masih menggunakan model upload foto produk di media sosial, untuk promosinya sendiri Yeka belum pernah membuat iklan berupa video. Hal ini membuat Yeka kurang menarik dalam promosi.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan Yeka berupa iklan sebagai media promosi pada khalayak umum. Agar produk dapat dikenal diseluruh Indonesia.

**Kata kunci:** Iklan. Video

## **ABSTRACT**

*Yeka is a local industry producing Hammok, a camping and outdoor stuff. Established in early 2016, makes Yeka still low in branding range and its promotion. Nowadays, Yeka reaches out the promotion in Yogyakarta and some cities in Indonesia. Yet it still small of marketing range because of its promotion only by using on-line system.*

*For the ads of Yeka hammok, this industry only uses the uploading photos' startegy and has not used videography strategy or technique. So its makes lack of its marketing.*

*For this reason, researcher conducted the research of Yeka industry in terms of advertisement for public so its product can be known around this country.*

**Keywords:** *Advertisements, Video*