

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN KOPI RUMAH GIMBO
YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Wahyu Ramadhan

14.12.7834

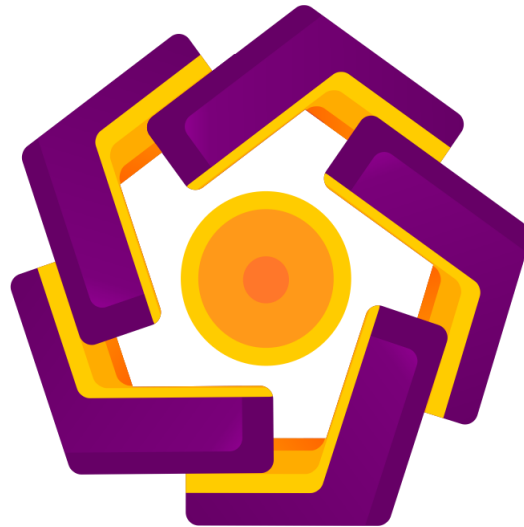
**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2018

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN KOPI RUMAH GIMBO
YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Sistem Informasi



disusun oleh

Wahyu Ramadhan

14.12.7834

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

2018

PENGESAHAN
PERSETUJUAN
SKRIPSI

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN KOPI RUMAH GIMBO
YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN KOPI RUMAH GIMBO
YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC
(Studi Kasus : RUMAH GIMBO YOGYAKARTA)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wahyu Ramadhan

14.12.7834

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 13 Agustus 2018

Dosen Pembimbing,


Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN KOPI RUMAH GIMBO YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC

(Studi Kasus : RUMAH GIMBO YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wahyu Ramadhan

14.12.7834

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 13 Agustus 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bayu Setiaji, M.kom
NIK. 190302216

Tonny Hidavat, M.Kom
NIK. 190302182

Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 13 Agustus 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 190302038

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Ramadhan

NPM : 14.12.7834

Jurusan : Sistem Informasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul : “PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN KOPI RUMAH GIMBO YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC” adalah asli hasil penelitian dan hasil karya saya sendiri dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang berlaku. Skripsi ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain untuk kepentingan saya ataupun pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis saya secara orisinal dan otentik.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun. Semoga surat pernyataan ini dapat dipertanggungjawabkan dan digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta 15 Agustus 2018

Membuat Pernyataan,

METERAI TEMPEL
TGL. 20
64B06AFF178065493
6000
ENAM RIBU RUPIAH

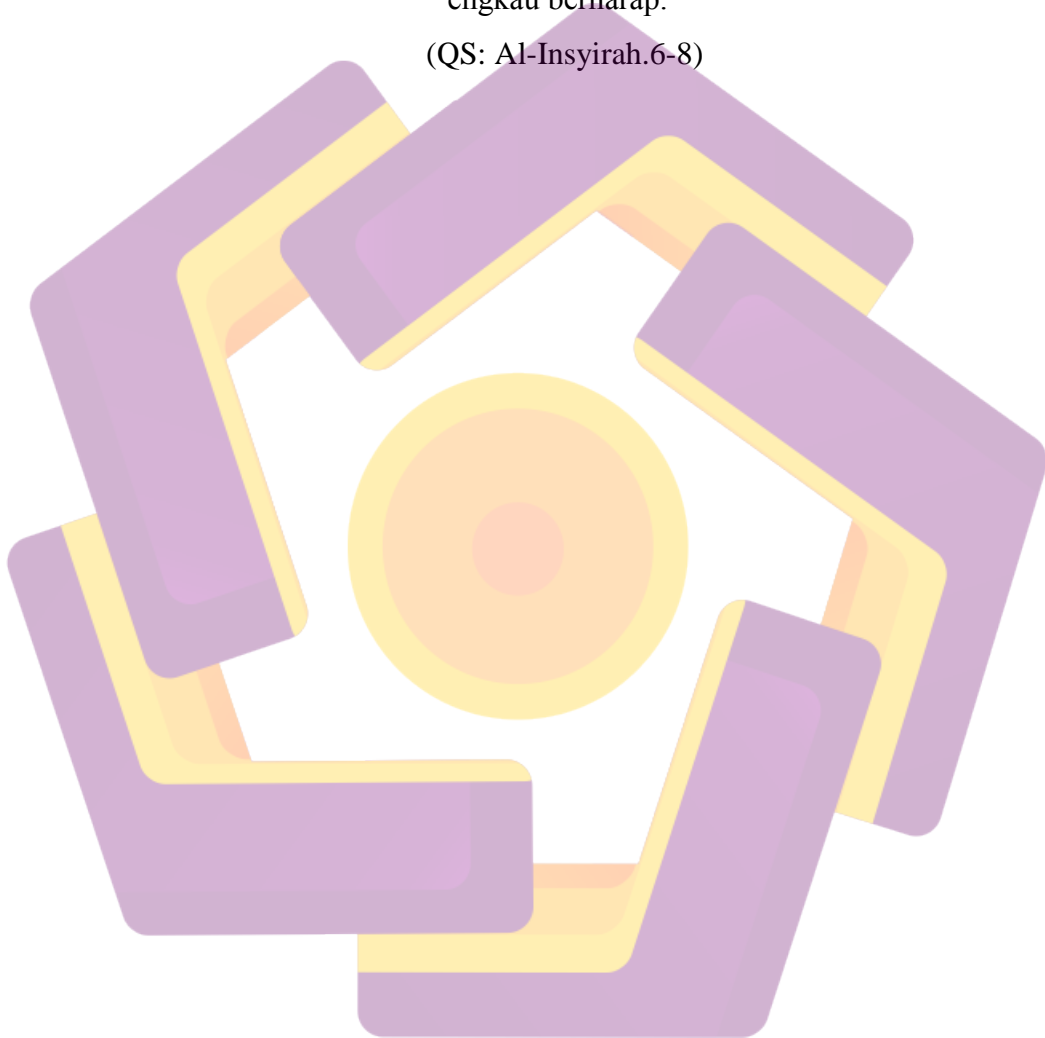
WAHYU RAMADHAN

NIM: 14.12.7834

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS: Al-Insyirah.6-8)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Ya Allah,

Waktu yang sudah kujalani dengan jalan hidup yang sudah menjadi takdirku, sedih, bahagia, dan bertemu orang-orang yang memberiku sejuta pengalaman bagiku, yang telah memberi warna-warni kehidupanku. Kubersujud dihadapan

Mu,

Engaku berikan aku kesempatan untuk bisa sampai
Di penghujung awal perjuanganku
Segala Puji bagi Mu ya Allah.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua, seluruh keluarga saya, dan teman-teman yang selalu mendukung, mendoakan, dan dorongan yang membuat penulis bersemangat menyelesaikan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran tuhan yang maha esa atas karunia yang telah dianugerahkan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN KOPI RUMAH GIMBO YOGYAKARTA DENGAN LEVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC"** dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa **UNIVERSITAS AMIKOM** Yogyakarta. Selain itu juga merupakan bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Starta-1 dan untuk memperoleh gelar sarjana computer.

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

1. Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayat-nya sehingga dapat, menyelesaikan skripsi ini dengan lancer.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor **UNIVERSITAS AMIKOM** Yogyakarta.
3. Ibu Krisnawati, S.Si, MT. Selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi **UNIVERSITAS AMIKOM** Yogyakarta.
4. Bapak Mei P.Kurniawan, M.Kom. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing saya hingga menyelesaikan skripsi saya.
5. Bapak dan Ibu Dosen **UNIVERSITAS AMIKOM** Yogyakarta yang telah memberi ilmu selama saya kuliah.
6. Bapak, Ibu, Kakak, Sahabat dan segenap orang yang saya cintai, yang telah memberi Do'a dan Semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Kritik dan saran yang membangun senantiasa diharapkan demi kebaikan skripsi ini. Sehingga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya.

Yogyakarta, 13 Agustus 2018
Penulis

Wahyu Ramadhan
14.12.7834

DAFTAR ISI

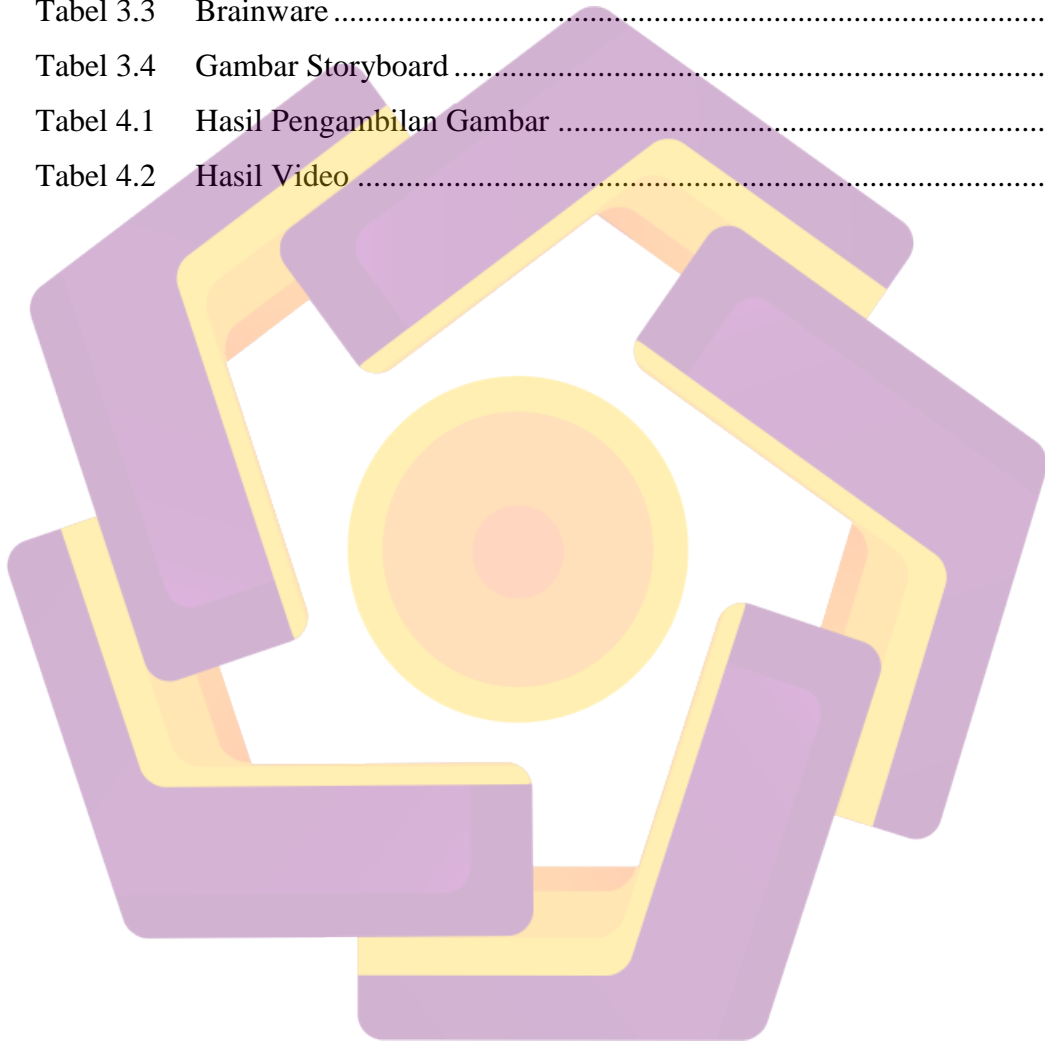
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	2
1.3 BATASAN MASALAH.....	2
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	3
1.6 METODE PENELITIAN.....	4
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.2 KONSEP DASAR MULTIMEDIA.....	9
2.2.1 Definisi Multimedia.....	9
2.2.2 Jenis Jenis Multimedia.....	10
2.2.3 Unsur Sistem Multimedia.....	11
2.2.4 Pengembangan Multimedia.....	12

2.3	IKLAN.....	15
2.3.1	Pengertian Iklan	15
2.3.2	Jenis Iklan	15
2.3.3	Fungsi Iklan.....	17
2.4	LIVE SHOOT	18
2.5	MOTION GRAPHIC	18
2.6	PROMOSI	18
2.6.1	Definisi Promosi	18
2.6.2	Tujuan Promosi	19
2.7	TAHAP PRODUKSI.....	20
2.7.1	Tahap Pra Produksi	20
2.7.2	Tahap Produksi	20
2.7.3	Pasca Produksi	22
2.8	SOFTWARE YANG DIGUNAKAN	23
2.8.1	Adobe Premiere Pro	23
2.8.2	Adobe After Effect.....	26
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		29
3.1	TINJAUAN UMUM.....	29
3.1.1	Sejarah Roemah Gimbo	29
3.2	ANALISIS MASALAH	30
3.2.1	Langkah-Langkah Analisis Masalah.....	30
3.2.2	Identifikasi Masalah	30
3.2.3	Wawancara.....	30
3.2.4	Hasil Analisis	31
3.3	SOLUSI YANG DITERAPKAN.....	31
3.4	SOLUSI YANG DIPILIH	31
3.5	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM	32
3.5.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	32
3.5.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	32
3.6	TAHAP PRA PRODUKSI	36
3.6.1	Konsep	36

3.6.2	Ide Cerita.....	36
3.6.3	Rancangan Naskah.....	37
3.6.4	Rancangan Storyboard.....	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	TAHAP PRODUKSI.....	41
4.1.1	Perlengkapan Shooting.....	41
4.1.2	Penataan Cahaya.....	42
4.1.3	Pengambilan Gambar.....	42
4.2	TAHAP PASCA PRODUKSI.....	47
4.2.1	Manajemen File.....	47
4.2.2	Editing.....	49
4.3	TESTING.....	66
4.4	IMPLEMENTASI.....	66
4.5	EVALUASI.....	66
BAB V	PENUTUP.....	67
5.1	KESIMPULAN.....	67
5.2	SARAN.....	67
	DAFTAR PUSTAKA.....	68
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian.....	8
Tabel 3.1	Perangkat Keras (hardware).....	33
Tabel 3.2	Perangkat Lunak (software).....	34
Tabel 3.3	Brainware	35
Tabel 3.4	Gambar Storyboard.....	37
Tabel 4.1	Hasil Pengambilan Gambar	43
Tabel 4.2	Hasil Video	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Unsur Multimedia	11
Gambar 2.2	Siklus Pengembangan Multimedia.....	13
Gambar 2.3	Pengambilan Gambar Teknik Close Up.....	21
Gambar 2.4	Pengambilan Gambar Teknik Medium Shot.....	21
Gambar 2.5	Pengambilan Gambar Teknik Long Shot.....	22
Gambar 2.6	Razor Tool.....	24
Gambar 2.7	Sellection Tool	25
Gambar 2.8	Video Effect Tool.....	25
Gambar 2.9	Color Correction Tool.....	26
Gambar 2.10	Composition	27
Gambar 2.11	Sellection Tool	27
Gambar 2.12	Rectagle Tool	28
Gambar 3.1	Logo Roemah Gimbo.....	29
Gambar 4.1	Pengambilan Gambar Outdoor.....	41
Gambar 4.2	Pengambilan Gambar Indoor	42
Gambar 4.3	Manajemen File yang Sudah Dipilih	47
Gambar 4.4	Majajemen File Suara	47
Gambar 4.5	Tampilan Adobe After Effect.....	48
Gambar 4.6	Tampilan New Compositing	49
Gambar 4.7	Tampilan Desain Motion Graphic.....	50
Gambar 4.8	Proses Animasi Keyframe di Shape Layer 1.....	50
Gambar 4.9	Proses Animasi Keyframe di Shape Layer 2.....	51
Gambar 4.10	Proses Animasi Keyframe di Shape Layer 3.....	51
Gambar 4.11	Setting Render.....	52
Gambar 4.12	Proses Render.....	53
Gambar 4.13	File Animasi Motion Graphic	53
Gambar 4.14	Tampilan Squence.....	54
Gambar 4.15	Tampilan File di Timeline Project	55
Gambar 4.16	Tampilan Penggabungan Premiere	55

Gambar 4.17	Tampilan Timeline Motion Graphic	56
Gambar 4.18	Tampilan Cinematography	57
Gambar 4.19	Setting Grading Color	58
Gambar 4.20	Proses Memasukkan Animasi dan Settingan	59
Gambar 4.21	Tampilan Export Setting	61



INTISARI

Pada zaman modern ini banyak cara dan strategi untuk membuat media promosi pada sebuah perusahaan sehingga mampu mencapai suatu target dalam meningkatkan daya tarik penjualan dan produk. Salah satunya adalah dengan media periklanan Videografi. Videografi pada saat ini mampu memberi solusi dalam dunia periklanan dan tak jarang media promosi menggunakan video ini lebih banyak menarik perhatian viewer atau calon konsumen.

Didalam video iklan ini yang membedakan dengan iklan-iklan video lainnya yaitu di dalamnya diberi Color Grading atau Color Corection yang dimana akan membuat iklan ini lebih menarik dan maksud dari iklan lebih mudah tersampaikan.

Dalam proses perancangan dan pembuatan iklan Videografi ini, teknik gambar video yang di gunakan adalah Live Shoot dan Motion Graphic yang akan di ambil gambarnya menggunakan camera dan terdapat gambar-gambar produk yang di promosikan oleh perusahaan tersebut. Roemah Gimbo merupakan salah satu kedai kopi.

Kata kunci: Videografi, Media, Video iklan, Teknik

ABSTRACT

In modern times, there are many ways and strategies to create promotional media for a company so that it can achieve a target in increasing sales and product attractiveness. One of them is with Videography advertising media.

Videography is currently able to provide solutions in the world of advertising and often media promotion using this video attracts the attention of viewers or potential consumers. In this video ad, what distinguishes it from other video ads is that it is given Color Grading or Color Corection which will make this advertisement more interesting and the purpose of the advertisement is more easily conveyed.

In the process of designing and manufacturing this Videography advertisement, the video image technique used is Live Shoot and Motion Graphic that will be shot using a camera and there are product images promoted by the company. Roemah Gimbo is one of the coffee shops.

Keyword: Videography, Media, Videography advertisement, technique