

**PEMBUATAN IKLAN CHOCKLES ES COKELAT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DENGAN MENGGABUNGGAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHICS**

SKRIPSI



disusun oleh

Firly Rudiansyah

13.12.7368

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

**PEMBUATAN IKLAN CHOCKLES ES COKELAT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DENGAN MENGGABUNGGAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHICS**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Firly Rudiansyah

13.12.7368

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN CHOCKLES ES COKELAT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DENGAN MENGGABUNGAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHICS**

yang dipersembahkan dan di susun oleh

Firly Rudiansyah

13.12.7368

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 23 Agustus 2017

Dosen Pembimbing

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

NIK. 190302215

PENGESAHAN

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN CHOCKLES ES COKELAT SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MENGGABUNGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHICS

yang dipersembahkan dan di susun oleh

Firly Rudiansyah

13.12.7368

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 agustus 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

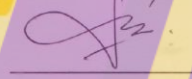
Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216



Ferry Wahyu Wibowo, S.Si, M.Cs
NIK. 190302235



Sudarmawan, S.T., M.T.
NIK. 190302035



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 23 Agustus 2017

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

PERYATAAN

PERYATAAN

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, 26 Agustus 2017



Firly Rudiansyah

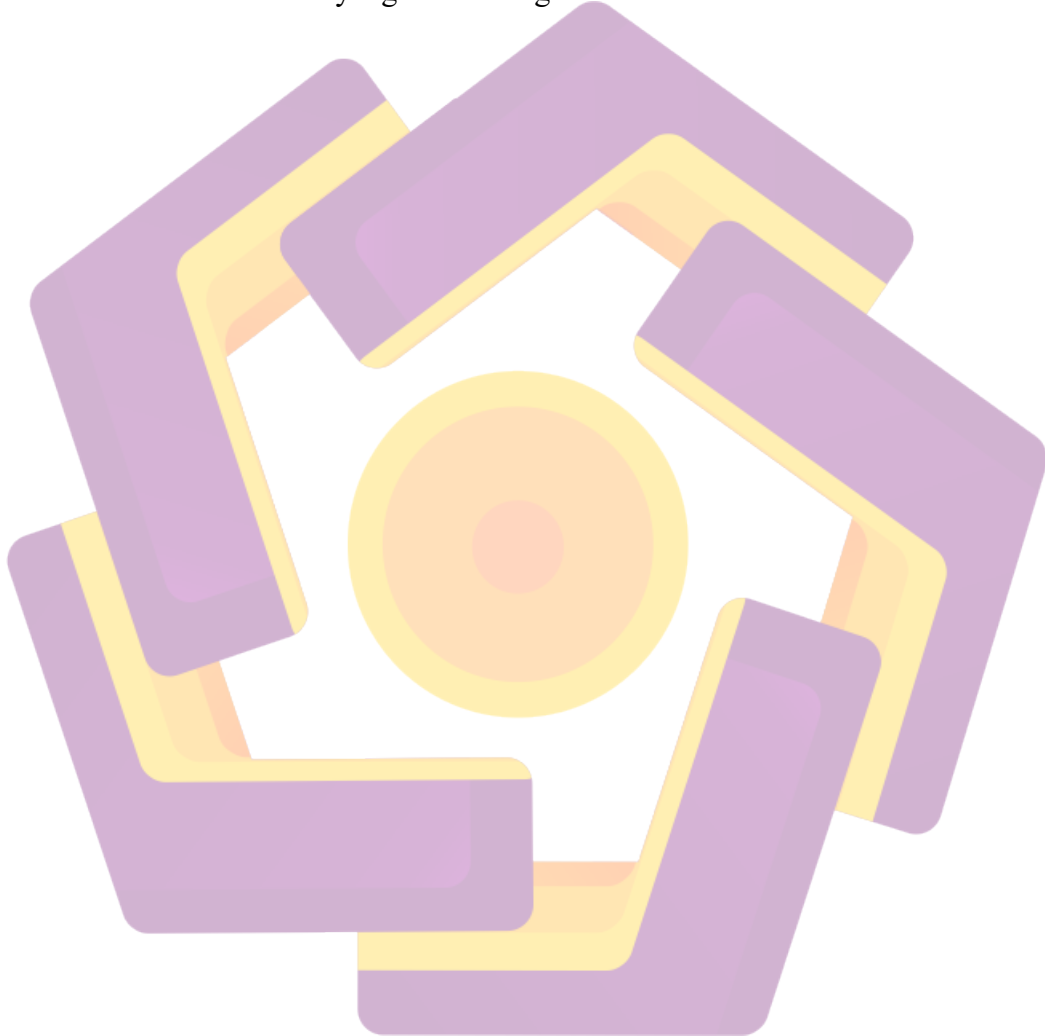
NIM. 13.12.7368

MOTTO

“Berdoalah (mintalah) kepadaKu (Allah SWT), Pastilah aku kabulkan untukmu”.

(QS. Al-Mukmin : 60)

“Tidak ada yang tidak mungkin selama kita mau berusaha”



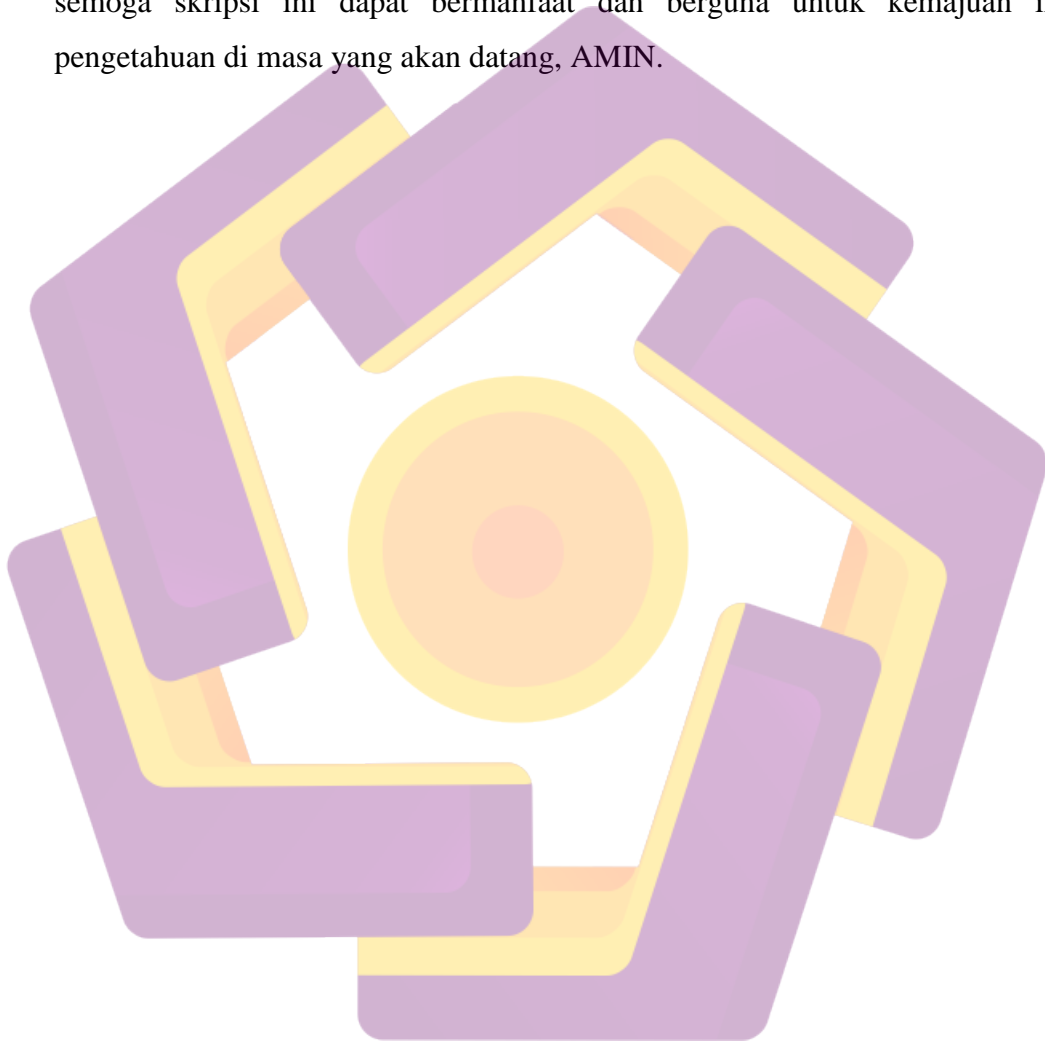
PERSEMBAHAN

Pertama-tama puji dan syukur kepada ALLAH S.W.T yang telah memberikan nikmat iman, nikmat sehat, dan juga rahmatnya. Dan tak lupa pula atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. ALLAH S.W.T, karena atas rahmat dan karunia-NYA lah skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada ALLAH penguasa alam yang telah meridhoi dan mengabulkan segala do'a dan upaya.
2. Nabi Muhammad S.A.W yang menjadi sosok panutan dalam hidup saya, yang tanpa disadari nilai-nilai yang terkandung dalam setiap tulisan pada SKRIPSI ini terinspirasi dari beliau.
3. Bapak dan Ibu saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak dan ibuku.
4. Sahabat-sahabat saya Ali Muchtarom, Zulfikar Aldian, Igit Sabda Iman, Nurul Huda, Sugeng Tri Wijanarko yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya. Dan tak lupa pula pada teman-teman yang lain seperti Erna Yenni A. S.kom, Masri Wibowo, Antonius Primas, Iman Alif Setiawan, Yustinus Daristya, Punky Ipnu, Verdy Hendra, Bambang Wahyudi, Syaiful Amri dan masih banyak teman-teman dari kelas 13-S1-SI-04 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang sudah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Chockles es Cokelat selaku objek dari studi kasus untuk menyelesaikan dari pada skripsi ini.

6. Saudara dan teman-teman dekat saya yang selalu memberi semangat, dukungan dan motivasi sehingga saya bisa percaya diri untuk maju dalam sidang skripsi.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, AMIN.



KATA PENGANTAR

Pertama-tama dan yang paling utama puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat pada Allah Subhanallahu wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul pembuatan iklan chockles es cokelat sebagai media promosi dengan menggabungkan teknik live shoot dan motion graphics di waktu yang tepat.

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 (S1) dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Penulis tentunya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak sekali kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambahkan kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 23 Mei 2017

Firly Rudiansyah

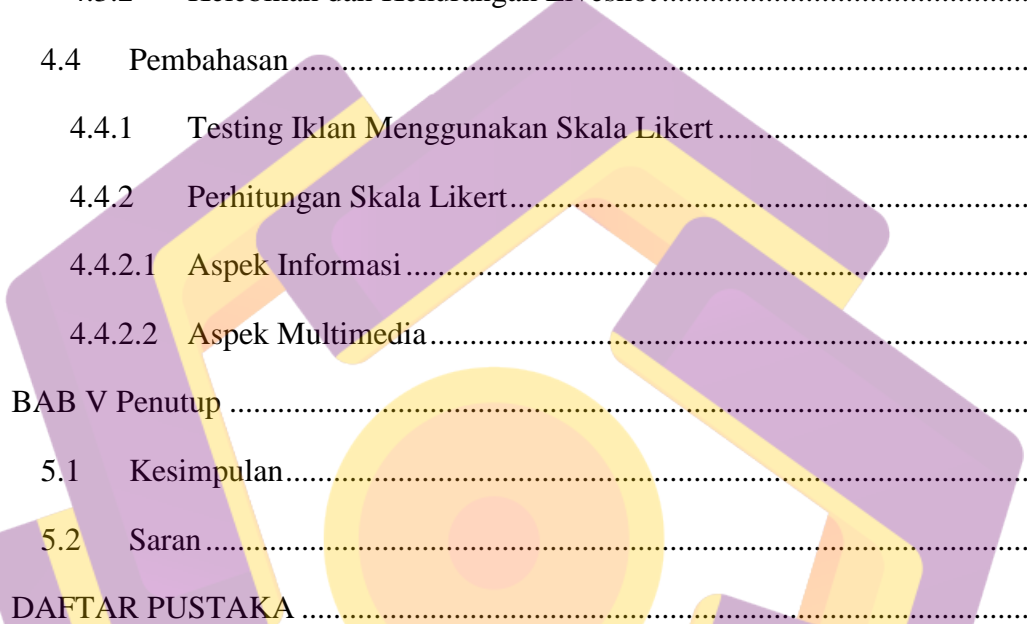
NIM. 13.12.7368

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|-------|
| JUDUL | ii |
| PERSETUJUAN | iii |
| PENGESAHAN | iv |
| PERYATAAN | v |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| INTISARI | xviii |
| <i>ABSTRACT</i> | xix |
| BAB I 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 | 3 |
| 1.6 Metode Penelitian | 3 |
| 1.6.1 Metode Pengumpulan Data | 3 |
| 1.6.2 Pra Produksi | 4 |
| 1.6.3 Produksi | 4 |

| | | |
|----------------------------|---|----|
| 1.6.4 | Pasca Produksi | 4 |
| 1.6.5 | Metode Testing..... | 5 |
| BAB II Landasan Teori..... | | 7 |
| 2.1 | Tinjauan Pustaka | 7 |
| 2.2 | Promosi..... | 8 |
| 2.3 | Pengetian Live shot | 9 |
| 2.4 | Konsep Dasar Iklan | 9 |
| 2.4.1 | Pengertian Iklan | 9 |
| 2.4.2 | Penetapan Tujuan Periklanan..... | 10 |
| 2.5 | Konsep Motion Graphics..... | 10 |
| 2.5.1 | Pengertian Motion Graphics | 10 |
| 2.6 | Konsep Dasar Video..... | 11 |
| 2.6.1 | Definisi Video | 11 |
| 2.6.2 | Kategori Video | 12 |
| 2.6.2.1 | Video Analog | 12 |
| 2.6.2.2 | Video Digital..... | 13 |
| 2.6.3 | Codec..... | 13 |
| 2.7 | Tipe Shot, Kamera Angle, Gerakan Kamer..... | 14 |
| 2.7.1 | Tipe Shot..... | 14 |
| 2.7.2 | Istilah Lain Dalam Ukuran Gambar Dasar dan Gerakan Kamera... 39 | 39 |
| 2.8 | Analisis Kebutuhan Sistem | 39 |
| 2.9 | Tahap memproduksi iklan | 40 |
| 2.9.1 | Pra Produksi | 41 |
| 2.9.2 | Produksi | 42 |
| 2.9.3 | Pasca produksi..... | 43 |

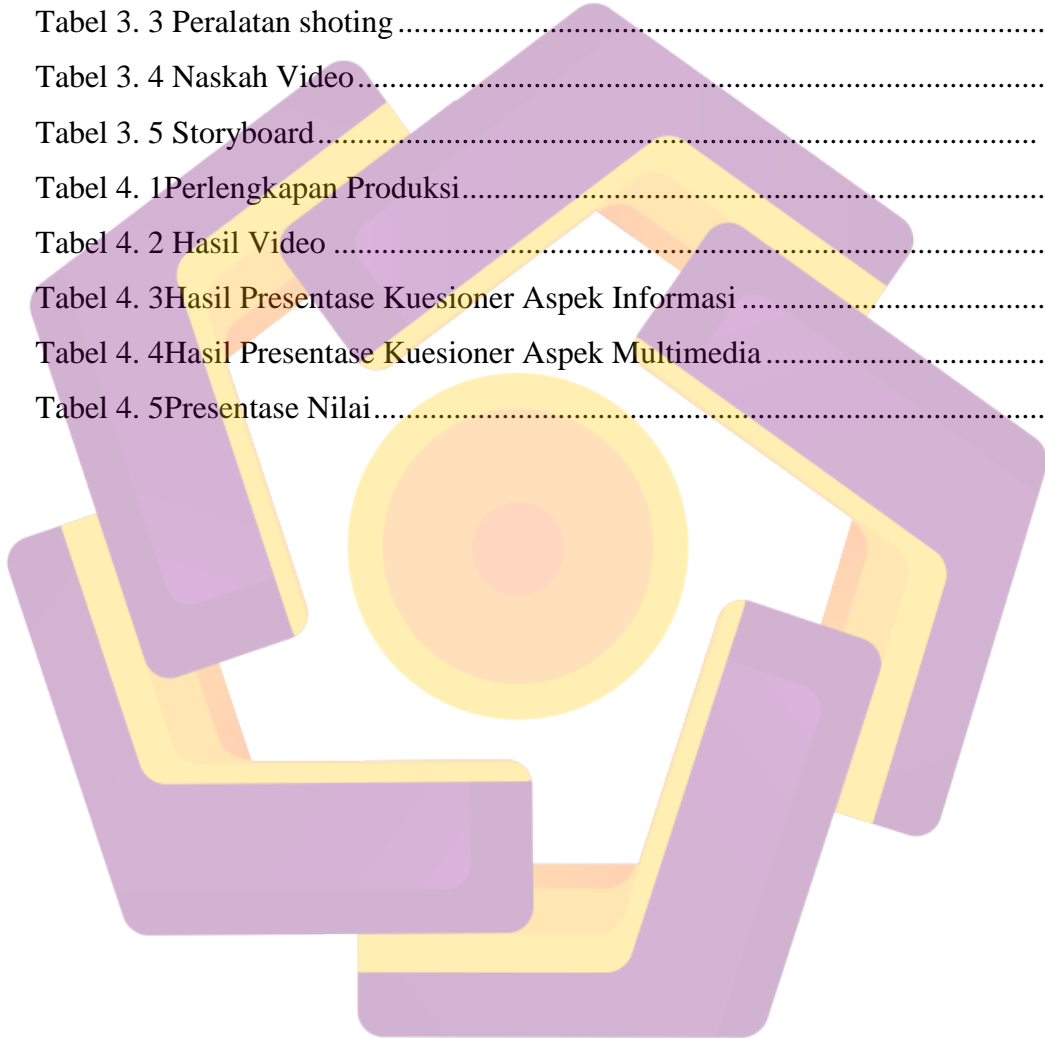
| | | |
|---|------------------------------------|-----------|
| 2.10 | Teori Evaluasi Skala Likert | 43 |
| 2.10.1 | Sejarah Skala Likert | 44 |
| 2.10.2 | Skala Likert | 44 |
| 2.10.3 | Rumus Persentase | 45 |
| BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN | | 47 |
| 3.1 | Tinjauan Umum | 47 |
| 3.1.1 | Latar Belakang Perusahaan | 47 |
| 3.1.2 | Logo Chockles es Cokelat | 47 |
| 3.2 | Analisis Kebutuhan | 48 |
| 3.3 | Perancangan Video Iklan | 52 |
| 3.3.1 | Pra Produksi | 53 |
| 3.3.1.1 | Rancangan Konsep Iklan | 53 |
| 3.3.1.2 | Pengumpulan Data | 53 |
| 3.3.1.3 | Rancangan Naskah Video Iklan | 53 |
| 3.3.1.4 | Rancangan Storyboard | 56 |
| BAB IV IMPLEMENTASI dan Pembahasan | | 59 |
| 4.1 | Implementasi | 59 |
| 4.1.1 | Pengumpulan Data | 60 |
| 4.1.2 | Produksi | 60 |
| 4.1.2.1 | Persiapan Perangkat Produksi | 61 |
| 4.1.2.2 | Pengambilan Video | 63 |
| 4.1.2.3 | Pembuatan Desain Grafis | 65 |
| 4.1.2.4 | Rekaman dan Editing Narasi | 68 |
| 4.1.3 | Pasca Produksi | 69 |
| 4.1.3.4 | Rendering | 76 |



| | |
|---|----|
| 4.1.3.5 Hasil Video | 78 |
| 4.2 Media Penyampaian | 82 |
| 4.3 Kelebihan dan Kekurangan Teknik Yang Digunakan..... | 83 |
| 4.3.1 Kelebihan dan Kekurangan Motion Graphic | 83 |
| 4.3.2 Kelebihan dan Kekurangan Liveshot..... | 83 |
| 4.4 Pembahasan | 84 |
| 4.4.1 Testing Iklan Menggunakan Skala Likert..... | 84 |
| 4.4.2 Perhitungan Skala Likert..... | 90 |
| 4.4.2.1 Aspek Informasi | 90 |
| 4.4.2.2 Aspek Multimedia..... | 91 |
| BAB V Penutup | 94 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 94 |
| 5.2 Saran..... | 95 |
| DAFTAR PUSTAKA | 96 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 2. 1Pengkategorian skor jawaban..... | 46 |
| Tabel 3. 1 Kebutuhan perangkat lunak | 48 |
| Tabel 3. 2Kebutuhan perangkat keras editing..... | 50 |
| Tabel 3. 3 Peralatan shoting | 51 |
| Tabel 3. 4 Naskah Video | 54 |
| Tabel 3. 5 Storyboard..... | 566 |
| Tabel 4. 1Perlengkapan Produksi..... | 61 |
| Tabel 4. 2 Hasil Video | 78 |
| Tabel 4. 3Hasil Presentase Kuesioner Aspek Informasi | 84 |
| Tabel 4. 4Hasil Presentase Kuesioner Aspek Multimedia | 86 |
| Tabel 4. 5Presentase Nilai..... | 89 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1Tampilan ECU mata pada iklan | 14 |
| Gambar 2. 2 Tampilan ECU mulut pada iklan..... | 14 |
| Gambar 2. 3 Tampilan CU wajah bagian dari iklan..... | 15 |
| Gambar 2. 4 Salah satu adegan iklan yang di bidik menggunakan MCU | 15 |
| Gambar 2. 5 Adegan iklan yang menggunakan bidikan MS | 16 |
| Gambar 2. 6 LS bidikan kamera jauh..... | 16 |
| Gambar 2. 7 VLS bidikan kamera sangat jauh | 17 |
| Gambar 2. 8 Tampilan bagian dari iklan yang dibdik menggunakan TS | 17 |
| Gambar 2. 9 Tampilan dari iklan yang menunjukkan titik pandangan yang dilihat suami POV pada istrinya yang sedang marah..... | 18 |
| Gambar 2. 10 Kamra dibidikan saat suami berjalan masih jauh dari pintu kemudian CUT..... | 18 |
| Gambar 2. 11 Tampilan sepatu suami kemudian CUT..... | 19 |
| Gambar 2. 12 Latar belakang gelap | 20 |
| Gambar 2. 13 Gambar kedua yang merupakan pembuka dari iklan | 20 |
| Gambar 2. 14 Efek optis yang merupakan perubahan dari gambar..... | 21 |
| Gambar 2. 15 Latar belakang gelap yang merupakan bagian akhir dari iklan..... | 21 |
| Gambar 2. 16 Contoh WIPE pada iklan..... | 22 |
| Gambar 2. 17 Hasil akhir WIPE dari iklan | 22 |
| Gambar 2. 18 Contoh DDS pada iklan | 23 |
| Gambar 2. 19 Hasil akhir DDS iklan | 23 |
| Gambar 2. 20 Tampilan efek Slide | 24 |
| Gambar 2. 21 Hasil akhir efek Slide | 24 |
| Gambar 2. 22 Contoh awal Iris Cross | 25 |
| Gambar 2. 23 Contoh akhir Iris Cross | 25 |
| Gambar 2. 24 Muncul gambar kedua dari kecil kemudian membesar..... | 26 |
| Gambar 2. 25 Gambar Gamba kedua menutup gambar pertama..... | 26 |
| Gambar 2. 26 Gambar Satu di dorong oleh gambar kedua | 27 |

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 27 Gambar satu bergeser di gantikan gambar ke dua | 27 |
| Gambar 2. 28 Gambar kedua yang di rentangkan pada gambar pertama | 28 |
| Gambar 2. 29 Gambar kedua menutup gambar pertama..... | 28 |
| Gambar 2. 30 Gambar pertama mengecil secara kotak sepinal | 29 |
| Gambar 2. 31 Muncul gambar ke dua | 29 |
| Gambar 2. 32 Gambar pertma menghilang dengan cara model kitiran | 30 |
| Gambar 2. 33 Muncul gambar kedua | 30 |
| Gambar 2. 34 Gambar pertama membelah | 31 |
| Gambar 2. 35 Muncul gambar kedua | 31 |
| Gambar 2. 36 Gambar pertama yang muncul gambar kedua dari kecil memutar menjadi besar seperti angin..... | 32 |
| Gambar 2. 37 Gambar kedua menutup gambar pertama..... | 32 |
| Gambar 2. 38 Gambar pertama mengelupas | 33 |
| Gambar 2. 39 Muncul gambar kedua | 33 |
| Gambar 2. 40 Gambar pertama yang menutup seperti pintu dari dalam | 34 |
| Gambar 2. 41 Muncul Gambar kedua | 34 |
| Gambar 2. 42 Gambar pertama yang menutup seperti pintu dari luar | 35 |
| Gambar 2. 43 Muncul gambar kedua | 35 |
| Gambar 2. 44 Gambar pertama menggulung | 36 |
| Gambar 2. 45 muncul gambar kedua | 36 |
| Gambar 2. 46 Gambar pertama yang menghilang sepeti kerai | 37 |
| Gambar 2. 47 Muncul gambar kedua | 37 |
| Gambar 2. 48 Gambar pertama menghilang dengan cara berputar..... | 38 |
| Gambar 2. 49 Muncul gambar kedua | 38 |
| Gambar 2. 50 Storyboard | 42 |
| Gambar 3. 1 Logo Chockles es Cokelat..... | 47 |
| Gambar 3. 2 Diagram Perancangan Video Profil..... | 52 |
| Gambar 4. 1 Bagan pembuatan iklan Chockles es Cokelat | 59 |
| Gambar 4. 2 Behind The Scene..... | 64 |
| Gambar 4. 3 Hasil shoting..... | 64 |
| Gambar 4. 4 Dokumen baru di Corel Draw X7 | 65 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4. 5 Pembuatan objek | 66 |
| Gambar 4. 6 Pemberian warna | 66 |
| Gambar 4. 7 Mengexport desain grafis | 67 |
| Gambar 4. 8 Hasil desain | 67 |
| Gambar 4. 9 Proses perekaman suara | 68 |
| Gambar 4. 10 Hasil file rekaman | 69 |
| Gambar 4. 11 Mecapture noise | 70 |
| Gambar 4. 12 Proses noise reduction | 70 |
| Gambar 4. 13 Membuat compositing | 71 |
| Gambar 4. 14 Mengimport file desain | 72 |
| Gambar 4. 15 Menganimasikan objek gambar | 72 |
| Gambar 4. 16 Hasil save project adobe after effect | 73 |
| Gambar 4. 17 Import file adobe after effect ke adobe preimere pro | 74 |
| Gambar 4. 18 Mengimport video liveshot | 74 |
| Gambar 4. 19 Susunan scene video | 75 |
| Gambar 4. 20 Memotong video sesuai kebutuhan | 75 |
| Gambar 4. 21 Memberi transisi | 76 |
| Gambar 4. 22 Mengatur format video | 77 |
| Gambar 4. 23 Proses render video | 77 |

INTISARI

Kemajuan teknologi saat ini telah membawa perubahan yang sangat besar bagi umat manusia. Termasuk cara untuk mempromosikan produk atau jasa. Penggunaan teknologi untuk mempromosikan produk atau jasa contohnya iklan dengan penggunaan *Computer generated imagery* (CGI). Metode penelitian dilakukan antara lain melalui observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, studi literatur, serta menganalisa kebutuhan perangkat lunak.

Perancangan Iklan Sebagai Media Promosi Chockles es Cokelat, dibuat menggunakan aplikasi Adobe After Effect CC, Premiere Pro CC dan Adobe Audition untuk pengolahan suara. Kemudian gambar PNG dan JPG di olah dengan menggunakan Corel Draw X7.

Tujuan dari Pembuatan Iklan Sebagai Promosi Chockles es Cokelat ini adalah sebagai alat bantu dalam penyampaian informasi tentang chockles es cokelat kepada masyarakat sekaligus sebagai media promosi agar menarik minat para konsumen untuk datang ke chockles es cokelat.

Kata Kunci: Iklan, Media Promosi, Chockles es cokelat

ABSTRACT

As the technology advances, the world of advertising today has progressed. In this case many advertising are using the help of computer technology. One example is the animation used, such as animation form 2D, or simply effects of animation that combined with a video Live Shoot.

Thus the animation ads will be interesting to persuade or lead people to take action that profitable for advertisers. In this ad creation, the author combines include Adobe After Effects CC, Adobe Premiere Pro CC, Adobe Audition, Corel Draw X7 which of the software has certain advantages that make the ad look more attractive.

With the creation of this ad, writer hopes it can attract consumers. The final project report will explain the steps in making of Chockles Es Cokelat ads.

Keywords: *Ads, Promotion Media, Chockles Es Cokelat*

