

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN RUANG RASA
CAFE DENGAN METODE *LIVE SHOT*, *MASK OUT TRANSITION* DAN
*3D CAMERA TRACKER***

SKRIPSI



disusun oleh

Rizky Tyas Novialdi

16.11.0213

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI INFORMATIKA

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2022

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN RUANG RASA
CAFE DENGAN METODE *LIVE SHOT*, *MASK OUT TRANSITION* DAN
*3D CAMERA TRACKER***

SKRIPSI



disusun oleh

Rizky Tyas Novialdi

16.11.0213

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI INFORMATIKA

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN RUANG RASA
CAFE DENGAN METODE LIVE SHOT, MASK OUT TRANSITION DAN
3D CAMERA TRACKER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Rizky Tyas Novialdi

16.11.0213

Telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi
pada tanggal 09 Juni 2022

Dosen Pembimbing,

Bernadhed, M.Kom.

NIK. 190302243

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN RUANG RASA
CAFE DENGAN METODE LIVE SHOT, MASK OUT TRANSITION DAN
3D CAMERA TRACKER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Rizky Tyas Novialdi

16.11.0213

telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 20 Juni 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

1. : **Tonny Hidayat, M.Kom.**
NIK. 190302182
2. **Uyock Anggoro Saputro, M.Kom.**
NIK. 190302419
3. **Bernadhed, M.Kom.**
NIK.190302243

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelas Sarjana Komputer
Tanggal 20 Juni 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M. Kom.
NIK.190302096

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri(ASLI), dan isi 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 tanggung jawab saya pribadi

Yogyakarta, 09 Juni 2022



Rizky Tyas Novialdi

16.11.0213

MOTTO
“Yang Penting Yakin Aja Dulu”



PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada halaman persembahan ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat berupa kesehatan, kekuatan, kesabaran, ketekunan, fokus, dan semangat sehingga seluruh rangkaian proses pengerjaan skripsi dapat berjalan dengan baik hingga skripsi ini selesai serta memperoleh hasil yang maksimal.
2. Terima Kasih juga untuk kedua orang Tua (Bapak Sawaldi, dan Ibu Yasiyem), Adik, Paman, Bibi, dan seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberi dukungan dari segala aspek, serta informasi sehingga skripsi ini bisa terselesaikan seperti seharusnya.
3. Terima kasih juga untuk pihak Ruang Rasa Coffe yang telah memberikan izin penelitian.
4. Bapak Bernadhed, M.Kom selaku pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dan memperoleh hasil yang terbaik.
5. Terima Kasih untuk seluruh dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Teman-teman kelas Informatika 04 angkatan 2016 yang telah menemani berjuang bersama-sama selama perkuliahan.
7. Avenged sevenfold dan lagu yang bagus dan mampu memberikan motivasi dan semangat yang saya dengarkan selama proses pengerjaan sampai skripsi ini selesai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesehatan, kekuatan, kesabaran, ketekunan, fokus serta semangat sehingga tugas akhir skripsi sebagai syarat utama menyelesaikan Program Studi Strata 1 Informatika serta memperoleh gelar Sarjana Komputer dengan judul **“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN RUANG RASA CAFE DENGAN METODE LIVE SHOT, MASK OUT TRANSITION DAN 3D CAMERA TRACKER”** dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas akhir skripsi ini berhasil terselesaikan karena bantuan dan kerjasama seluruh pihak. Oleh sebab itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima

kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta
3. Bapak Sudarmawan, MT selaku Ketua Jurusan Informatika Universitas Amikom Yogyakarta
4. Bapak Bernadhed, M.Kom selaku Dosen Pembimbing, karena bimbingan serta arahan beliau sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan hasil yang terbaik.
5. Bapak Danu Widiatmoko selaku pengurus Ruang Rasa Coffe yang telah memberikan izin penelitian.

6. Ibu, Bapak, Kakak, dan seluruh keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa dan dukungan kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman penulis, terutama teman kuliah yang telah menemani perjuangan serta memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat dan ikut membantu selama proses pengerjaan hingga skripsi ini selesai.

Penulis telah memberikan segala yang terbaik dalam pengerjaan skripsi ini, namun penulis juga menyadari sebagai manusia biasa, skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kepada seluruh pihak untuk memberikan kritik, dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap dengan selesainya skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang membacanya. Terima kasih.

Yogyakarta, 08 Juni 2022



Rizky Tyas Novialdi

(16.11.0213)

DAFTAR ISI

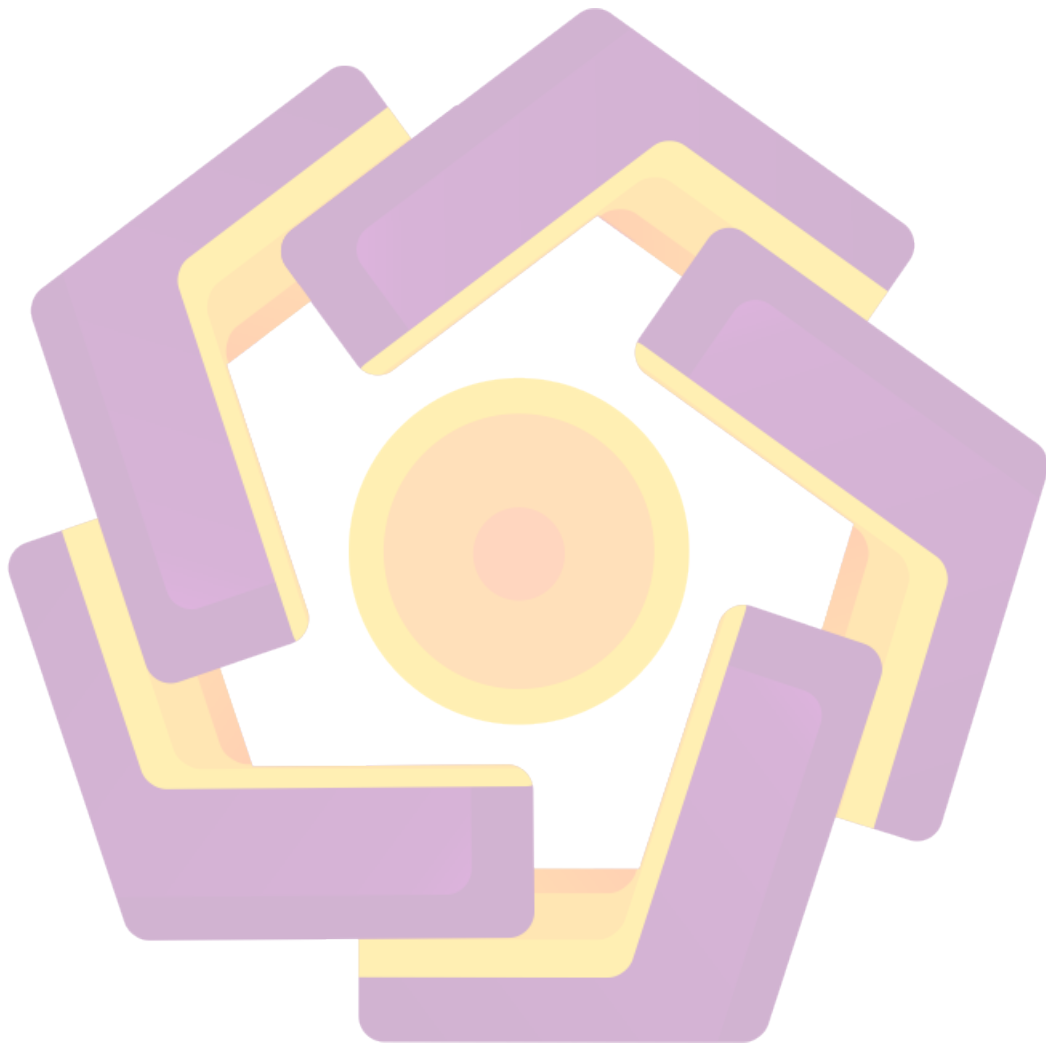
SKRIPSI	i
SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
intisari	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Maksud dan Tujuan	4
1.5 Metode Penelitian	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.2 Metode Analisis	6
1.5.3 Pra Produksi	6
1.5.4 Produksi	7
1.5.5 Pasca Produksi	8

1.5.6	Metode Testing	8
1.6	Sistematika Penulisan	9
BAB II Landasan Teori.....		10
2.1	Tinjauan Pustaka.....	10
2.2	Dasar Teori.....	15
2.2.1	Pengertian Multimedia	15
2.2.2	Elemen Multimedia.....	15
2.3	Iklan.....	19
2.3.1	Definisi <i>Iklan</i>	19
2.4	Live Shoot	20
2.4.1	Definisi Live Shoot	20
2.4.2	Unsur-Unsur Teknis dalam <i>Live Shoot</i>	21
2.4.3	Macam-macam teknik <i>live shoot</i>	24
2.5	Motion Graphic.....	30
2.6	3D Camera Tracking.....	30
2.7	Mask out ranstion.....	31
2.8	Metode Analisis	32
2.8.1	Analisis SWOT	32
2.8.2	Analisis Kebutuhan Sistem	33
2.8.3	Analisis Kebutuhan Fungsional	33
2.8.4	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	34
2.9	Analisis Perancangan	34
2.9.1	Pra Produksi	34
2.9.2	Produksi	35

2.9.3	Pasca Produksi	36
2.10	Metode Testing.....	37
2.10.1	Pengertian Skala Likert	37
2.10.2	Perhitungan Skor Skala Likert	37
BAB III		39
ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM.....		39
3.1	Tinjauan Umum	39
3.1.1	Sekilas Ruang Rasa Kopi	39
3.1.2	Menu dan Fasilitas yang Disediakan	40
3.1.3	Logo Logo Ruang rasa kopi.....	40
3.2	Pengumpulan Data	41
3.2.1	Wawancara.....	41
3.2.2	Observasi.....	42
3.3	Analisis	42
3.3.1	Analisis SWOT	42
3.3.2	Analisis Kebutuhan Sistem	44
3.3.3	Analisis Kelayakan Sistem.....	47
3.4	Tahap Pra Produksi	48
3.4.1	Ide Cerita.....	49
3.4.2	Storyboard.....	52
3.4.3	Storyboard.....	53
3.4.4	Music atau Sound FX.....	58

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Pembahasan	60
4.1.1 Alur Produksi	60
4.2 Produksi	61
4.3.1 Hasil Pengambilan Video.....	63
4.3.2 Pembuatan Aset Objek.....	69
4.4 Pasca Produksi	70
4.4.1 Compositing	70
4.4.2 Editing.....	74
4.4.3 Rendering	77
4.5 Evaluasi	81
4.5.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir	81
4.5.2 Kuesioner Faktor Informasi	83
4.6 Implementasi.....	89
4.6.1 Penyerahan ke Pihak Ruang Rasa Coffe & Eatery	90
BAB V	91
PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN A	95
HASIL WAWANCARA	95
LAMPIRAN B.....	97
SURAT PENYERAHAN HASIL PROJEK.....	97
LAMPIRAN C.....	98

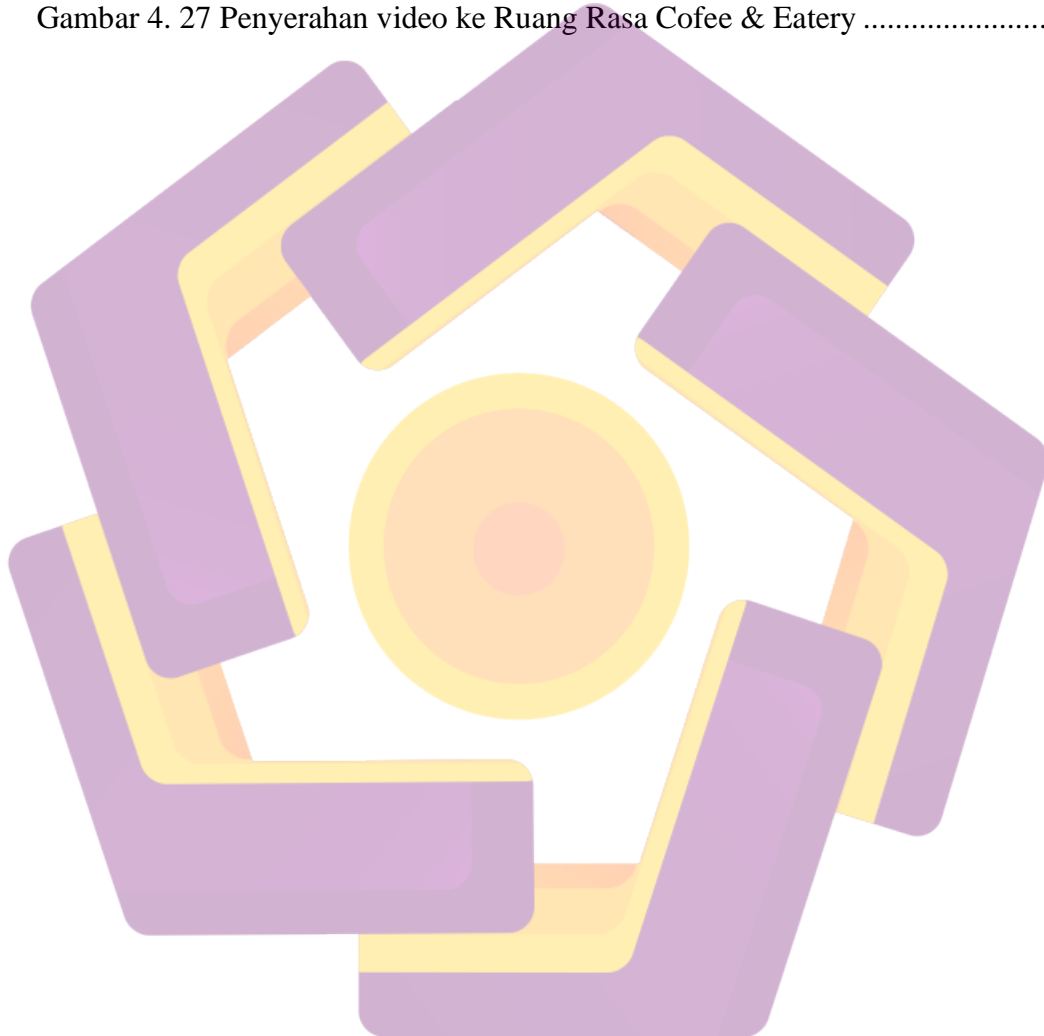
KUESIONER ASPEK MULTIMEDIA	98
LAMPIRAN D	100
KUESIONER ASPEK INFORMASI.....	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Teks	16
Gambar 2. 2 Gambar	17
Gambar 2. 3 Audio	17
Gambar 2. 4 Video	18
Gambar 2. 5 Animasi	19
Gambar 2. 6 Company Profile	20
Gambar 2. 7 Live Shoot	21
Gambar 2. 8 Kamera DSLR	22
Gambar 2. 9 Pencahayaan	23
Gambar 2. 10 Wardrobe / Properties.....	23
Gambar 2. 11 Extreme Close Up	25
Gambar 2. 12 Close Up (Sumber: http://www.portrait-photos.org)	26
Gambar 2. 13 Medium Close Up	26
Gambar 2. 14 Medium Close Up	27
Gambar 2. 15 Long Shoot	28
Gambar 2. 16 Extreme Long Shoot	28
Gambar 2. 17 Over The Shoulder Shoot.....	29
Gambar 2. 18 Proses Tracking 3D camera Tracker	31
Gambar 2. 19 Contoh Mask Out Transition.....	32
Gambar 2. 20 Contoh Storyboard	35
Gambar 3. 1 Halaman Depan Ruang Rasa Kopi.....	39
Gambar 3. 2 Logo Ruang Rasa Kopi	40
Gambar 4. 1 Pra-Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.....	60
Gambar 4. 2 Sony A7ii	62
Gambar 4. 3 Lensa Fix 50mm.....	62
Gambar 4. 4 DJI RONNIN S2	63
Gambar 4. 5 Membuat Compositing baru.....	70
Gambar 4. 6 Import Asset File.....	71
Gambar 4. 7 Menekan tombol Track Camera	72
Gambar 4. 8 Proses Analyzing in Background	72
Gambar 4. 9 Memilih titik untuk penempatan text	73
Gambar 4. 10 Menyeleksi video di layer 1	74
Gambar 4. 11 New Project Pada Adobe Premiere	74
Gambar 4. 12 New Squence Pada Adobe Premiere	75
Gambar 4. 13 Import Video ke Adobe Premiere	75
Gambar 4. 14 Razor Tool.....	75
Gambar 4. 15 Proses Cut Video	76
Gambar 4. 16 membuat Adjustment Layer	76
Gambar 4. 17 Memberi Color Grading	77
Gambar 4. 18 Render Queue	77

Gambar 4. 19 Output Module Setting	78
Gambar 4. 20 Menentukan Lokasi dan Memberi Nama File	78
Gambar 4. 21 Render	79
Gambar 4. 22 Export Setting.....	79
Gambar 4. 23 Mengatur Format Video	80
Gambar 4. 24 Menentukan Lokasi dan Memberi Nama File	80
Gambar 4. 25 Melakukan Render	81
Gambar 4. 26 Mempublikasikan video di Instagram	89
Gambar 4. 27 Penyerahan video ke Ruang Rasa Cofee & Eatery	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	8
Tabel 2. 1 Tabel Perbandingan.....	13
Tabel 2. 2 Tabel Matriks SWOT.....	33
Tabel 2. 3 Skala Jawaban	38
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	43
Tabel 3. 2 Spesifikasi Minimum Perangkat keras.....	45
Tabel 3. 3 Daftar Aplikasi.....	46
Tabel 3. 4 Daftar Brainware.....	47
Tabel 3. 5 Storyboard.....	52
Tabel 3. 6 Storyboard.....	53
Tabel 4. 1 Hasil Sript Breakdown	64
Tabel 4. 2 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir	82
Tabel 4. 3 Tabel Pengujian Pada Aspek Multimedia.....	83
Tabel 4. 4 Hasil Penilaian Kuisisioner Aspek Multimedia.....	83
Tabel 4. 5 Kuisisionet Aspek Informasi	85
Tabel 4. 6 Hasil Penilaian Kuisisioner Aspek Informasi.....	86
Tabel 4. 7 Pengkategorian Skor Kuesioner.....	88
Tabel 4. 8 Persentase Skor Jawaban Kuesioner	88

INTISARI

Hasil dari penelitian di Ruang Rasa Coffe menunjukkan bahwa media iklan atau promosi menggunakan foto belum terlalu efektif dan detail sehingga informasi tidak tersampaikan dengan baik, maka dari itu media promosi disajikan dalam bentuk yang lebih menarik dan detail, Tujuan penelitian ini adalah membuat video iklan Ruang Rasa Coffe dalam bentuk video yang lebih menarik dan informasi yang detail menggunakan metode *live shot, mask out transition, dan 3d camer tracker*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian R&D dengan model pengembangan MDLC (Multimedia Development Life Cycle). Penelitian dilakukan pada Ruang Rasa Coffe dengan subyek penelitian adalah manajer atau pemilik dari Ruang Rasa Coffe. Penelitian ini melalui beberapa tahapan yaitu pengumpulan data, analisis data, perancangan dan pengembangan, dan testing. Tahap pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Tahap analisis dilakukan dengan analisis SWOT. Tahap perancangan dan pengembangan dilakukan dengan Pra Produksi, Produksi, Paska produksi, dan testing. Tahap testing dilakukan dengan alpha testing menggunakan blackbox testing dan beta testing menggunakan kuesioner skala likert.

Hasil penelitian pembuatan Video Iklan dalam aspek multimedia didapatkan dari hasil perhitungan menggunakan skala likert diperoleh persentase sebesar 84,66 % (kategori bagus). Untuk aspek informasi yang disampaikan didapatkan hasil persentase sebesar 89 % (kategori bagus). Hasil akhir dari video iklan tersebut berformat .mp4 dengan ukuran 74 MB. Video iklan berhasil di upload di Instagram dan di daftarkan ke Instagram ads.

Kata Kunci : Iklan, Ruang Rasa Coffe, Skala Likert

ABSTRACT

The results of research at Ruang Rasa Coffee show that advertising or promotional media using photos are not very effective and detailed so that information is not conveyed properly, therefore promotional media are presented in a more interesting and detailed form. The purpose of this study is to make a video advertisement for Ruang Rasa Coffee in the form of more interesting videos and detailed information using the live shot method, mask out transition, and 3d camera tracker..

This type of research is R&D research with the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) development model. The research was conducted at the Coffee Rasa Room with the research subject being the manager or owner of the Coffee Rasa Room. This research went through several stages, namely data collection, data analysis, design and development, and testing. The data collection stage was carried out by observation, interviews, questionnaires, and literature studies. The analysis phase is carried out by SWOT analysis. The design and development stages are carried out with Pre-Production, Production, Post-production, and testing. The testing phase is carried out by alpha testing using blackbox testing and beta testing using a Likert scale questionnaire.

The results of the research on making Video Ads in the multimedia aspect were obtained from the results of calculations using a Likert scale obtained a percentage of 84.66% (good category). For the information aspect conveyed, the percentage yield was 89% (good category). The final result of the video ad is in .mp4 format with a size of 74 MB. The ad video has been successfully uploaded on Instagram and registered to Instagram ads.

Keywords: Advertising, Ruang Rasa Coffe, Likert Scale