

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA WOODENWAY.ID  
MENGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Pamela Hapsari Putri**

**16.11.0127**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA WOODENWAY.ID  
MENGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

**Pamela Hapsari Putri**

**16.11.0127**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

**PERSETUJUAN  
SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA WOODENWAY.ID  
MENGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Pamela Hapsari Putri**

**16.11.0127**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 19 Januari 2021

**Dosen Pembimbing,**

**Mei P Kurniawan, M.Kom**

**NIK. 190302187**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA WOODENWAY.ID  
MENGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Pamela Hapsari Putri**

**16.11.0127**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 19 Januari 2021

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Mei P Kurniawan, M.Kom**

**NIK. 190302187**

**Bhanu Sri Nugraha, M.Kom**

**NIK. 190302164**

**Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom**

**NIK. 190302390**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 19 Januari 2021

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom.**

**NIK. 190302096**

## PERNYATAAN

### PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 6 Januari 2022



Pamela riapsari Putri

NIM. 16.11.0127

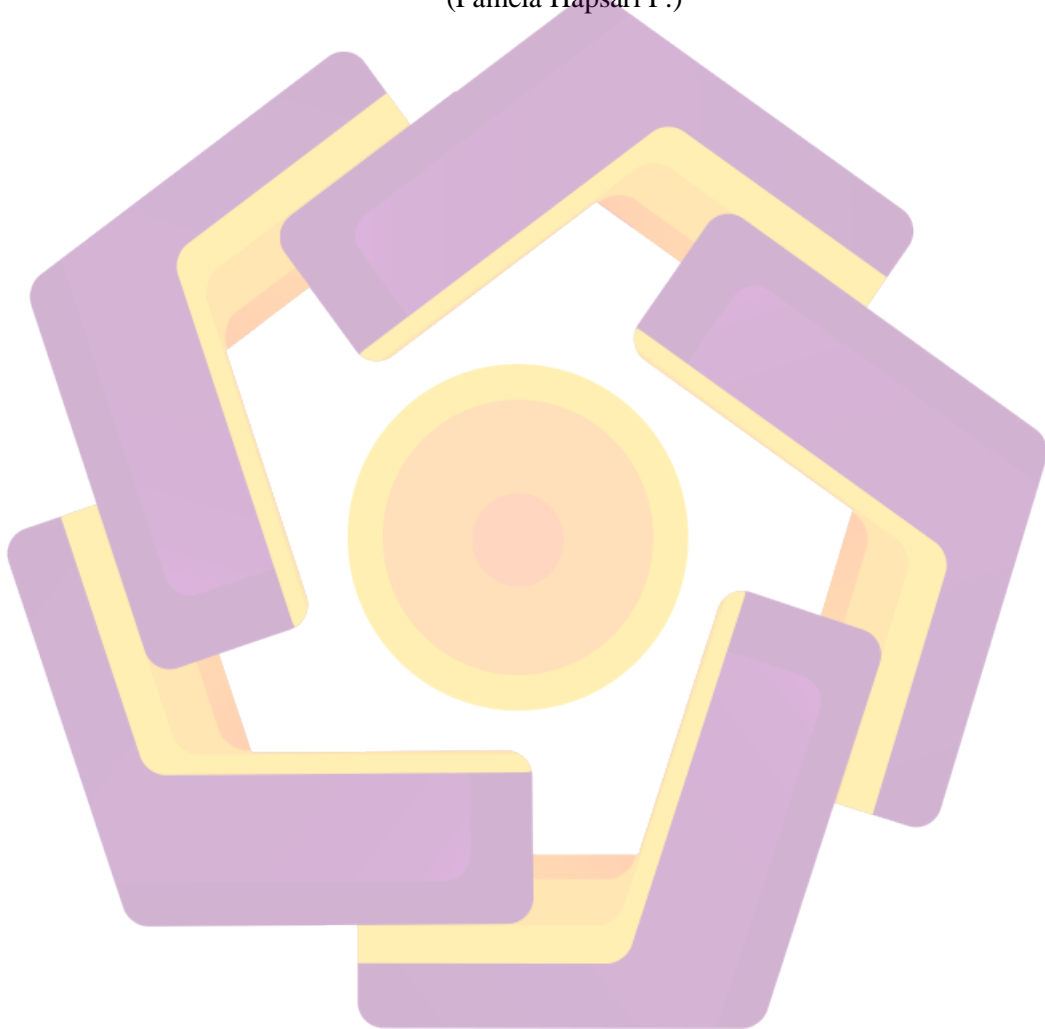
## MOTTO

“Hiduplah dengan rendah hati, tidak peduli seberapa kekayaan mu.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Hargai dirimu, hargai prosesmu tanpa berpikir bahwa kamu tidak layak dan orang lain lebih baik darimu”

(Pamela Hapsari P.)



## PERSEMBAHAN

Saya mempersembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan skripsi.

1. Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan segala nikmat dan kasih sayangnya sampai sejauh ini.
2. Bapak Salman dan Ibu Supiyati orang tua penulis yang telah memberikan doa, motivasi, semangat, kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan tanpa pamrih.
3. Stefany Dwi Haningtyas saudari penulis yang telah memberikan semangat.
4. Seluruh keluarga besar penulis yang banyak memberikan masukan dan dukungan.
4. Muhammad Ridlo Arifandi partner penulis selama masa kuliah yang telah membantu lancarnya perkuliahan dan juga pembuatan skripsi ini
5. Crew Fatherhood Vapestore yang telah memberikan banyak dukungan dan seluruh karyawan beserta CEO JDA STORE bapak Ahmad Mirwan Hariadi yang telah banyak membantu kelancaran penulis dalam pembuatan skripsi ini.
6. Bapak Mei P Kurniawan, M. Kom yang telah membimbing saya dari awal sampai akhir pembuatan skripsi.
7. Dosen-dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu selama kuliah.
8. Teman-teman kelas IF02 2016 yang selalu menemani perkuliahan, mendukung dan memberikan semangat sampai saat ini. Semoga kita selalu bahagia dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA WOODENWAY.ID MENGGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC” dengan baik. Untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program studi sarjana di Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selesaiannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom, M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta
3. Bapak Sudarmawan, M.T selaku Ketua Jurusan Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta
4. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang telah memberikan dukungan, DO'A, dan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Teman-teman khususnya kelas 16-IF-02 yang memberikan begitu banyak kenangan selama proses perkuliahan.
7. David Kurniawan, Febrilia dan M.Ridlo A yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan penulis dalam proses penyelesaian skripsi.



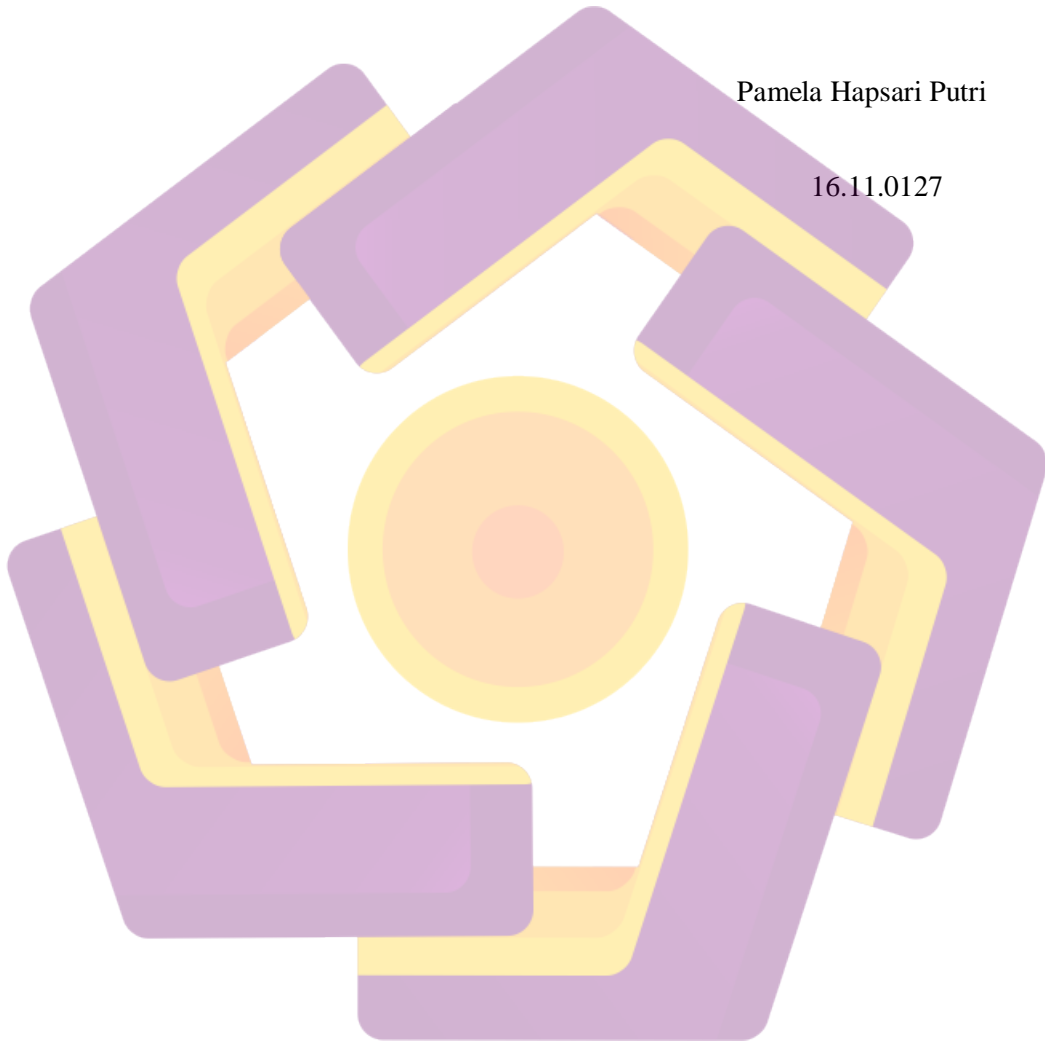
Demikian ucapan hormat dan terima kasih dari penulis. Semoga skripsi dan penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapa pun yang membacanya di kemudian hari. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 22 November 2020

Pamela Hapsari Putri

16.11.0127

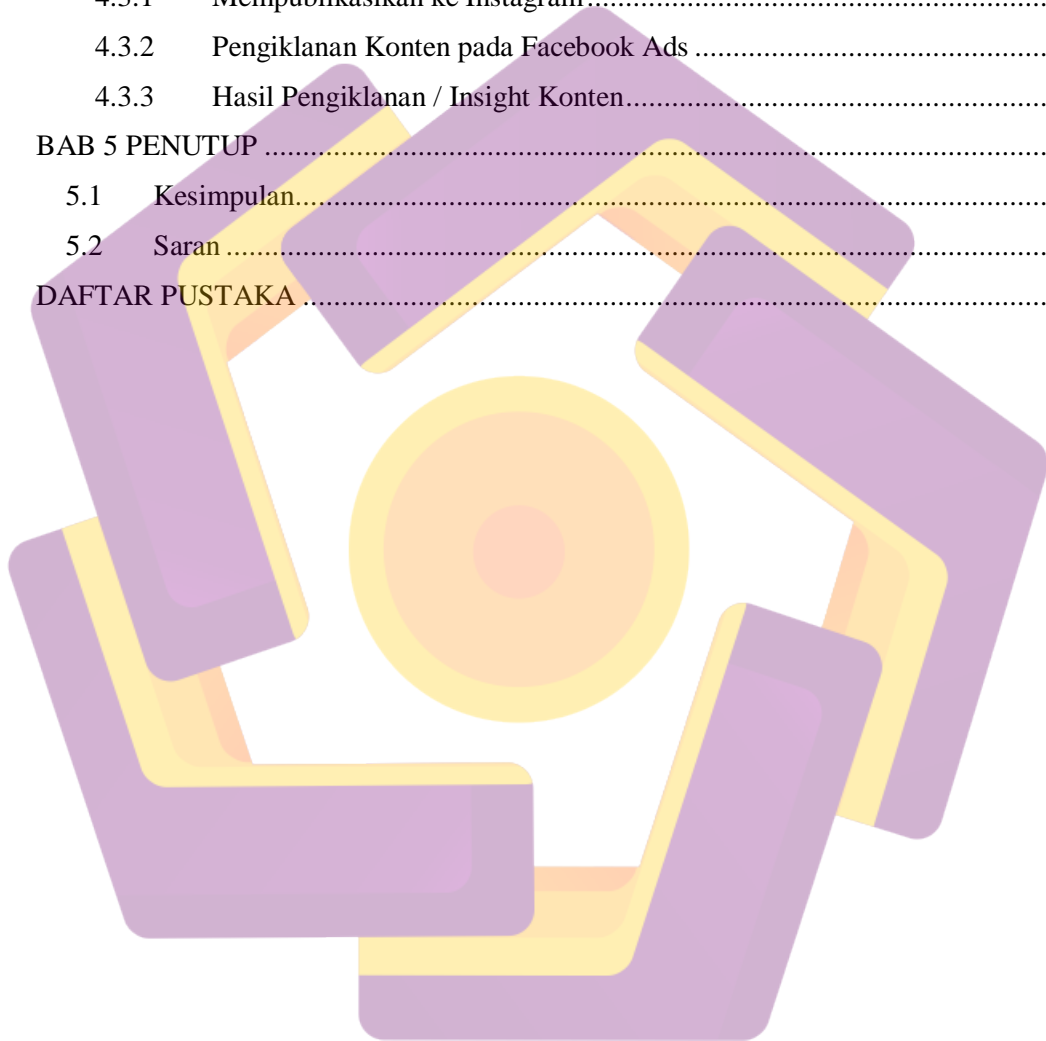


## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
INTISARI.....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	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 .....	3
1.6 Metode Penelitian .....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Perancangan .....	5
1.6.3 Metode Pengembangan .....	5
1.6.4 Metode Testing .....	5
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Konsep Dasar Video .....	7
2.2.1 Pengertian Video.....	7
2.2.2 Standar Video .....	8
2.2.3 Jenis-jenis Video.....	9
2.3 Pengertian Iklan.....	10
2.3.1 Tujuan Iklan.....	11
2.4 Live shoot.....	12

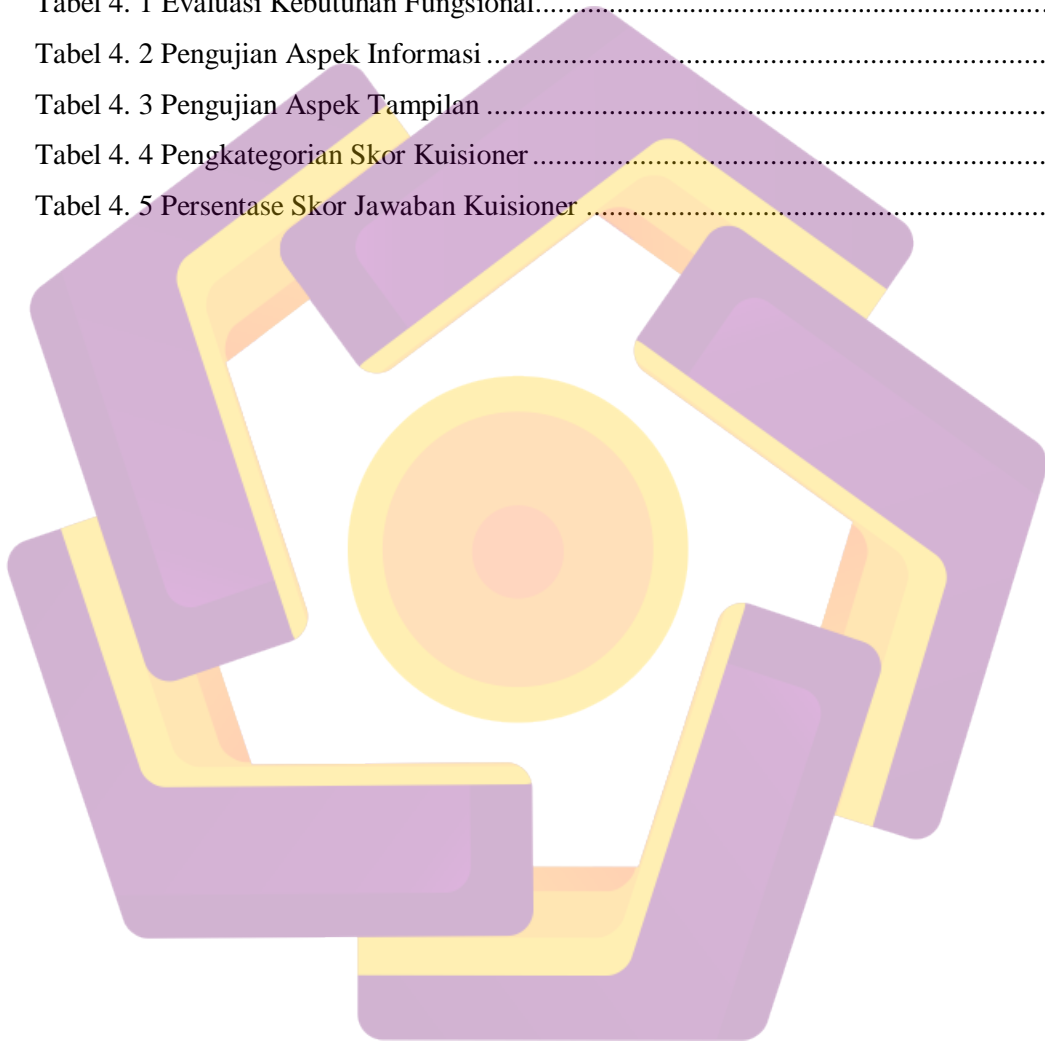
2.5	Motion graphic .....	12
2.5.1	Cakupan Motion graphic .....	13
2.6	Metode Perancangan.....	13
2.6.1	Pra Produksi.....	13
2.7	Metode Implementasi.....	16
2.7.1	Fase Produksi.....	16
2.8	Metode Testing.....	29
2.9.1	Pengertian Skala Linkert .....	29
2.9.2	Menentukan Interval .....	30
2.9.3	Rumus Presentase .....	30
<b>BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	31
3.1.1	Deskripsi Objek .....	31
3.1.2	Logo Woodenway.id.id .....	31
3.2	Pengumpulan Data.....	32
3.2.1	Observasi .....	32
3.2.2	Wawancara .....	33
3.3	Analisis Masalah.....	34
3.4	Solusi yang ditawarkan .....	34
3.5	Solusi yang dipilih .....	34
3.6	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	35
3.8.1	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	35
3.8.2	Kebutuhan Brainware.....	37
3.7	Rancangan Pra-Produksi .....	38
3.9.1	Rancangan Konsep Iklan .....	38
3.9.2	Rancangan Naskah.....	38
3.9.3	Rancangan Storyboard .....	39
<b>BAB 4 IMLEMANTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>42</b>
4.1	Produksi .....	42
4.1.1	Produksi Aset.....	42
4.1.2	Pembuatan Animasi .....	45
4.1.3	Proses Pengambilan Video (Shooting).....	51
4.1.4	Hasil Pengambilan Video .....	52
4.1.5	Compositing dan Editing .....	52

4.1.6	Mengevaluasi / Review Editing .....	54
4.1.7	Rendering .....	55
4.1.8	Tampilan Hasil Video .....	56
4.2	Evaluasi.....	57
4.2.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional / Informasi dengan Hasil Akhir .....	58
4.2.2	Pengujian Beta .....	59
4.3	Implementasi .....	63
4.3.1	Mempublikasikan ke Instagram.....	63
4.3.2	Pengiklanan Konten pada Facebook Ads .....	63
4.3.3	Hasil Pengiklanan / Insight Konten.....	64
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>		<b>66</b>
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>68</b>



## DAFTAR TABEL

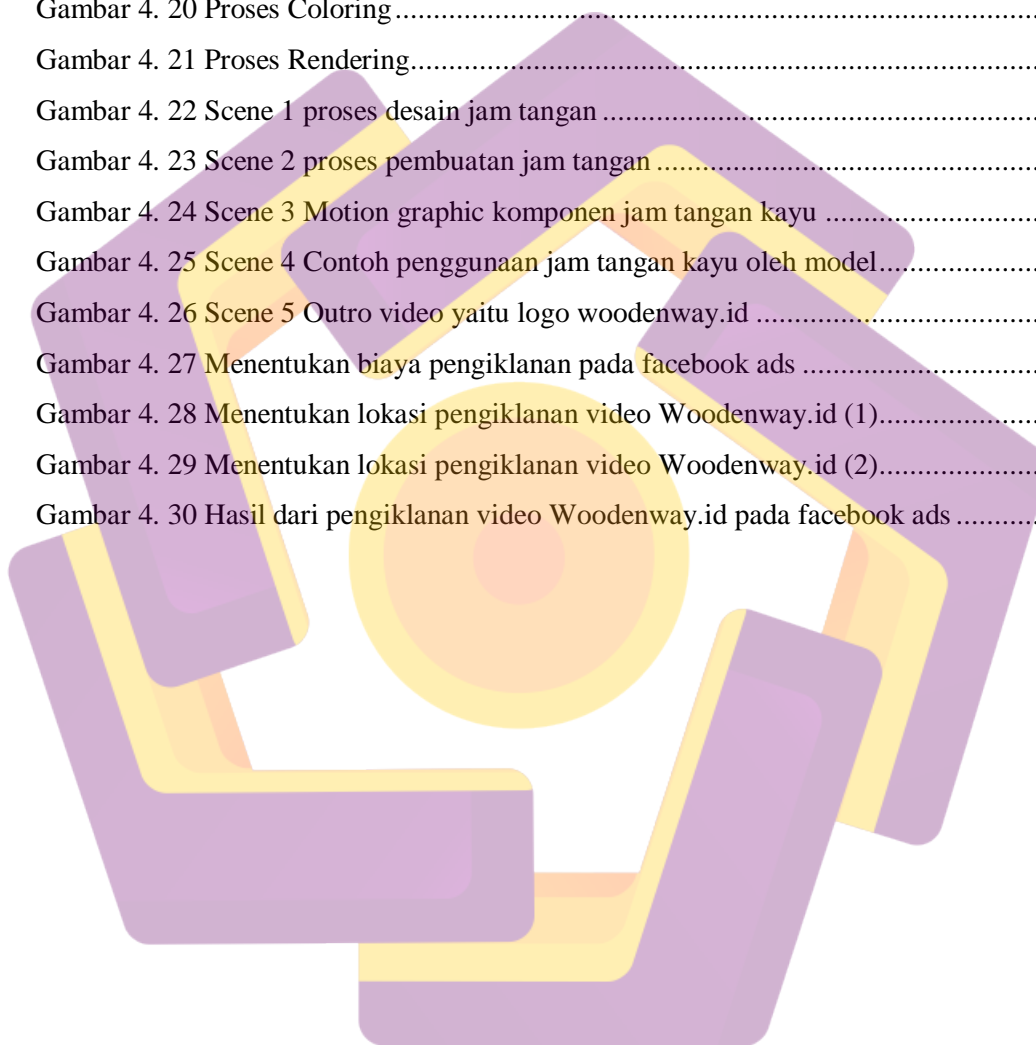
Tabel 2. 1 Skala Jawaban .....	29
Tabel 2. 2 Interval skor pengkategorian .....	30
Tabel 3. 1 Peralatan Produksi .....	36
Tabel 3. 2 Perlengkapan Pasca Produksi .....	36
Tabel 3. 3 Software yang digunakan .....	37
Tabel 3. 4 Storyboard .....	39
Tabel 4. 1 Evaluasi Kebutuhan Fungsional .....	58
Tabel 4. 2 Pengujian Aspek Informasi .....	59
Tabel 4. 3 Pengujian Aspek Tampilan .....	60
Tabel 4. 4 Pengkategorian Skor Kuisisioner .....	61
Tabel 4. 5 Persentase Skor Jawaban Kuisisioner .....	61



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Script .....	14
Gambar 2. 2 Contoh Storyboard .....	15
Gambar 2. 3 Frog Eye .....	17
Gambar 2. 4 Low Angle .....	17
Gambar 2. 5 Eye Level.....	18
Gambar 2. 6 High Angle .....	19
Gambar 2. 7 Bird Eye.....	20
Gambar 2. 8 Slanted.....	20
Gambar 2. 9 Over Shoulder .....	21
Gambar 2. 10 Extreme Close Up .....	21
Gambar 2. 11 Big Close Up.....	22
Gambar 2. 12 Close Up .....	23
Gambar 2. 13 Medium Close Up .....	23
Gambar 2. 14 Medium Shot (MS) .....	24
Gambar 2. 15 Full Shot .....	24
Gambar 2. 16 Long Shot .....	25
Gambar 2. 17 One Shot (1S).....	25
Gambar 2. 18 Two Shot (2S).....	26
Gambar 2. 19 Group Shot (GS) .....	26
Gambar 3.1 LogoWoodenway.id.....	31
Gambar 3. 2 Instagram Woodenway.id.....	32
Gambar 4. 1 Pengaturan Lembar Kerja.....	42
Gambar 4. 2 Mengimport foto jam ke lembar kerja.....	43
Gambar 4. 3 Membuat Shape dengan Menggunakan Pen Tool.....	43
Gambar 4. 4 Mewarnai Gambar dengan Fill Path.....	44
Gambar 4. 5 Proses pemberian Tekstur pada Gambar .....	44
Gambar 4. 6 Layout Final.....	45
Gambar 4. 7 Mengimport File Photoshop ke After Effect .....	45
Gambar 4. 8 Mengimport File Photoshop ke After Effect (2).....	46
Gambar 4. 9 Anchor point diletakkan di tengah aset .....	46
Gambar 4. 10 Proses Animasi Position .....	47
Gambar 4. 11 Proses Animasi Scale .....	47
Gambar 4. 12 Layout Jam Tampak Depan .....	48

Gambar 4. 13 Menganimasikan aset masuk dari outframe.....	48
Gambar 4. 14 Animasi teks menggunakan animasi composer .....	49
Gambar 4. 15 Proses pembuatan dan penganimasian shape layer .....	50
Gambar 4. 16 Layout Final.....	50
Gambar 4. 17 Proses Render .....	51
Gambar 4. 18 Hasil Pengambilan Video .....	52
Gambar 4. 19 Cutting pada Video .....	53
Gambar 4. 20 Proses Coloring .....	54
Gambar 4. 21 Proses Rendering.....	55
Gambar 4. 22 Scene 1 proses desain jam tangan .....	56
Gambar 4. 23 Scene 2 proses pembuatan jam tangan .....	56
Gambar 4. 24 Scene 3 Motion graphic komponen jam tangan kayu .....	56
Gambar 4. 25 Scene 4 Contoh penggunaan jam tangan kayu oleh model.....	57
Gambar 4. 26 Scene 5 Outro video yaitu logo woodenway.id .....	57
Gambar 4. 27 Menentukan biaya pengiklanan pada facebook ads .....	63
Gambar 4. 28 Menentukan lokasi pengiklanan video Woodenway.id (1).....	64
Gambar 4. 29 Menentukan lokasi pengiklanan video Woodenway.id (2).....	64
Gambar 4. 30 Hasil dari pengiklanan video Woodenway.id pada facebook ads .....	65



## INTISARI

Terdapat banyak unsur dan teknik dalam video, salah satunya adalah live shoot dan motion graphic. Iklan promosi yang berbentuk video dengan penyajian yang jelas dan menarik akan berdampak baik ke tanggapan konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.

Pada mempromosikan produknya Woodenway.id mengalami beberapa permasalahan, yaitu terdapat informasi yang belum dapat tersampaikan dengan media lama. Salah satunya belum dapat mengilustrasikan keunggulan jam tangan kayu yang di produksi secara handmade dan masih banyak masyarakat yang belum mengenal brand tersebut. Dari hal tersebut, penulis mengusulkan membuat sebuah video iklan promosi dengan penggabungan teknik live shoot dan motion graphic. Motion graphic digunakan untuk mengilustrasikan informasi yang tidak bisa diilustrasikan media lama.

Dari uraian diatas, penulis membuat sebuah penelitian dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Pada Woodenway.id Menggunakan Live shoot dan Motion graphic”, penelitian ini diharapkan menjadi solusi untuk menyampaikan informasi tentang produk Woodenway.id yang belum dapat tersampaikan pada media lama.

**Kata Kunci:** Video Iklan, promosi, Woodenway.id, Live shoot, Motion graphic





## ABSTRACT

*There are many elements and techniques in video, one of which is live shoots and motion graphics. Promotional advertising in the form of videos with a clear and attractive presentation will have a good impact on consumer response and can increase sales.*

*In promoting its products, Woodenway.id experienced several obstacles, namely the existence of information that could not be conveyed by the old media. One of them cannot describe the advantages of wooden watches that are handmade in production and there are still many people who do not know the brand. From here, the authors propose to make a promotional advertising video by combining live shoot techniques and motion graphics. Motion graphics are used to describe information that the old media could not do.*

*From the description above, the author made a study entitled "Designing and Making Video Ads on Woodenway.id.id Using Live shoot and Motion graphic", this research is expected to be a solution to convey information about Woodenway.id products that have not been conveyed to old media.*

**Keywords :** *Video Advertisements, promotions, Woodenway.id, Live shoot, Motion graphic*

