

**PEMBUATAN IKLAN LAPAK 22 YOGYAKARTA DENGAN
MENGUNAKAN *MOTION TRACKING* DAN *LIVE SHOOT*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



Disusun oleh

AINI SHALEHAH

14.12.8112

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

**PEMBUATAN IKLAN LAPAK 22 YOGYAKARTA DENGAN
MENGUNAKAN *MOTION TRACKING* DAN *LIVE SHOOT*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

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



Disusun oleh

AINI SHALEHAH

14.12.8112

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

2017

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN LAPAK 22 YOGYAKARTA DENGAN
MENGUNAKAN *MOTION TRACKING* DAN *LIVE SHOOT*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

AINI SHALEHAH

14.12.8112

Yang disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 21 Oktober 2017

Dosen Pembimbing,



Dhani Ariatanto, M.Kom

NIK. 190302197

**PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN LAPAK 22 YOGYAKARTA DENGAN
MENGUNAKAN *MOTION TRACKING DAN LIVE SHOOT*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aini Shalichah

14.12.8112

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 13 November 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Agus Purwanto, M.Kom

NIK. 190302229

Yudi Sutanto, M.Kom

NIK. 190302039

Dhani Ariatmanto, M.Kom

NIK. 190302197

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 30 November 2017

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Agus Purwanto, S.Si, M.T.
NIK. 9190302038

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 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, 29 November 2017

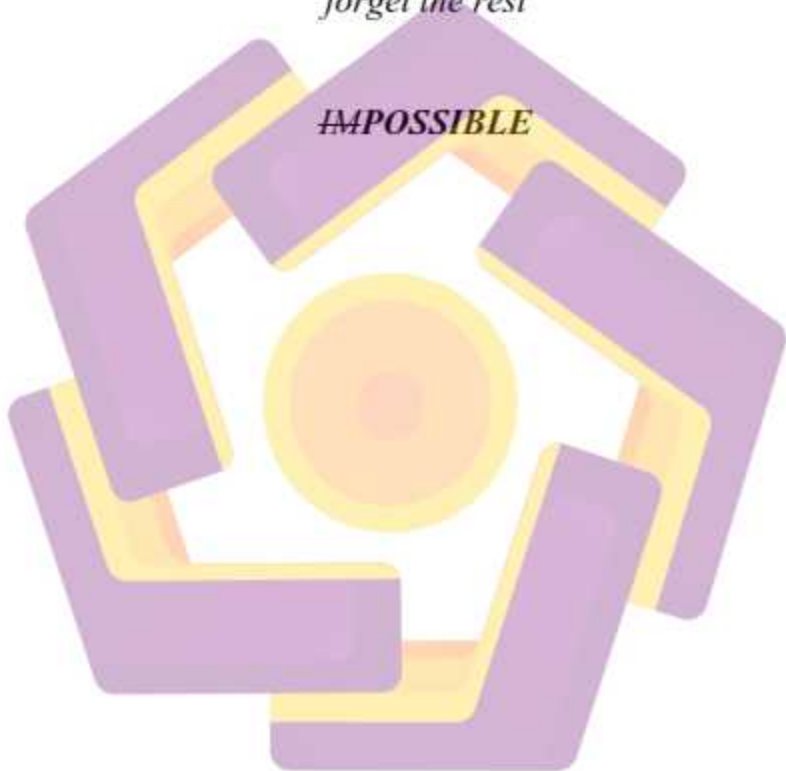


AINI SHALEHAH

14.12.8112

MOTTO

Not everything works out like you would expect, but that doesn't mean you should stop trying. Because sometimes it works out for the best. Hope for the best forget the rest



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada seluruh pihak yang berperan penting dalam penyelesaian Skripsi ini :

1. Allah SWT. Alhamdulillahirabbil'alamin selalu saya panjatkan puji dan syukur Kepada-Nya atas segala nikmat rahmat dan karunia-Nya saya diberi kesehatan dan kekuatan yang tak terhingga dan tak mampu untuk menghitung banyaknya.
2. Teruntuk keluargaku tercinta, terutama kedua orangtua saya Papa Eng Solihin dan Mama Titin Heryati, terimakasih atas pengorbananmu baik dalam doa, materi, kasih saya serta motivasi yang tak ternilai, sabar tiada batasnya dalam mendidik. Dan tidak lupa rasa terimakasih untuk Kakak perempuanku Tieneu Solehat atas motivasi dan bimbingan nya, juga teruntuk adik kecilku Esti Wening Katresna teenager to be.
3. Untuk Ega terimakasih atas *Amazing Support* yang telah diberikan, yang tidak pernah bosan mendengar keluh kesah dariku. Semoga kita tidak bosan untuk selalu mendukung dan mendoakan dalam kebaikan.
4. Untuk teman-teman kelas 14-SISI-06 maupun diluar kelas yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, karena kalian bagiku adalah saudara dan juga sahabat yang luar biasa yang sudah memberikan dorongan dan nasehat-nasehat terbaik.
5. Dan untuk semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih banyak atas dukungan, do'a dan bantuan nya.

"Thank's a lot you have become very good person in my whole life. I wish you get a better reply than this. Aamiin.."

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. Wb

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan kasih dan sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Pembuatan iklan lapak 22 Yogyakarta dengan menggunakan Motion Tracking dan Live Shoot sebagai media promosi” dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Pendidikan Strata-I Jurusan Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan yang sangat berharga ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku Dekan dari Fakultas Ilmu Komputer Universitas “AMIKOM” Yogyakarta
3. Bapak Dhani Ariatmanto, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, nasehat dan bimbingan selama penyusunan laporan skripsi.
4. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staf serta Karyawan Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan yang bermanfaat.
5. Orang tua, keluarga besar dan kawan-kawan seperjuangan yang senantiasa memberikan bimbingan, dukungan dan do’a.
6. Bapak Ir. Didik Pomadi S. selaku pemilik Lapak 22 Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dan membangun sangat diperlukan. Dan penulis berharap semoga laporan skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Walaikumsalam w. wb.

Yogyakarta, 28 November 2017

Penulis,

Aini Shalehah

14.12.8112



DAFTAR ISI

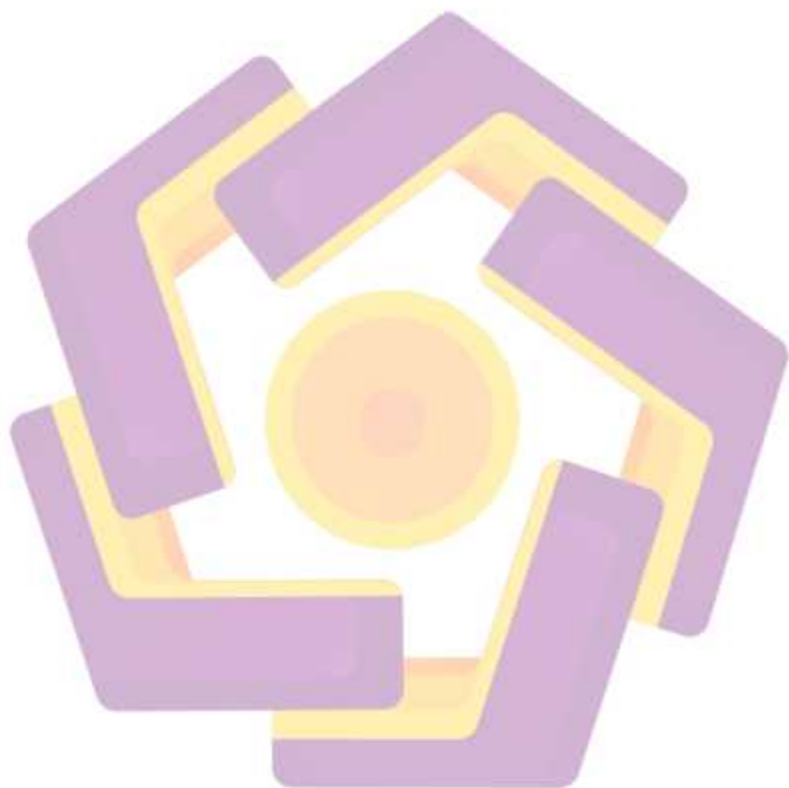
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis.....	4
1.5.3 Metode Perancangan.....	4
1.5.4 Metode Testing.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Dasar Teori.....	8
2.2.1 Pengertian Iklan.....	8
2.3 Pengertian Iklan <i>Online</i>	9
2.3.1 Media Iklan <i>Online</i>	10

2.3	Motion Tracking.....	16
2.4	Live Shot.....	17
2.5	Media Promosi.....	17
2.5.1	Macam-macam Media Promosi.....	18
2.6	Metode Analisis.....	19
2.7	Metode Perancangan.....	20
2.7.1	Pra Produksi.....	20
2.7.2	Produksi.....	25
2.7.3	Pasca Produksi.....	34
2.8	Metode Testing.....	35
2.8.1	Perhitungan Kuisioner (Skala Likert).....	35
2.8.2	Menentukan Interval.....	36
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		38
3.1	Tinjauan Umum.....	38
3.1.1	Latar Belakang Perusahaan.....	38
3.1.2	Visi dan Misi.....	38
3.1.3	Logo.....	39
3.1.4	Macam-Macam Produk Unggulan dari Lapak 22 Yogyakarta.....	39
3.2	Analisis Critical Success Factor (CSF).....	43
3.2	Analisis Kebutuhan.....	46
3.2.1	Kebutuhan Informasi.....	47
3.2.2	Kebutuhan Perangkat Keras.....	48
3.2.3	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	48
3.3	Perancangan.....	49
3.3.1	Tahap Pra Produksi.....	49
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Implementasi.....	55
4.2	Tahap Produksi.....	55
4.2.1	Pemilihan Kamera.....	56
4.2.2	Penataan Cahaya.....	58
4.2.3	Pengambilan Gambar.....	60
4.3	Tahap Pasca Produksi.....	61

4.3.1	Penataan <i>File</i>	61
4.3.2	<i>Editing</i>	62
2.2	<i>Track Camera</i>	68
4.4	Metode Testing	74
4.4.1	<i>Alpha Testing</i>	74
4.4.2	<i>Beta Testing</i>	77
4.5	Perencanaan Media	83
4.6	Rekomendasi Jumlah dan Waktu Tayang.....	84
4.7	Blaya Pengiklanan.....	84
4.8	Bukti Pembayaran Iklan Facebook.....	84
4.9	Bukti Tayang di Facebook.....	85
BAB V PENUTUP		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA		88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran INTERVIEW DENGAN PEMILIK LAPAK 22 YOGYAKARTA.....	1
Lampiran KUISIONER IKLAN LAPAK 22 YOGYAKARTA.....	2



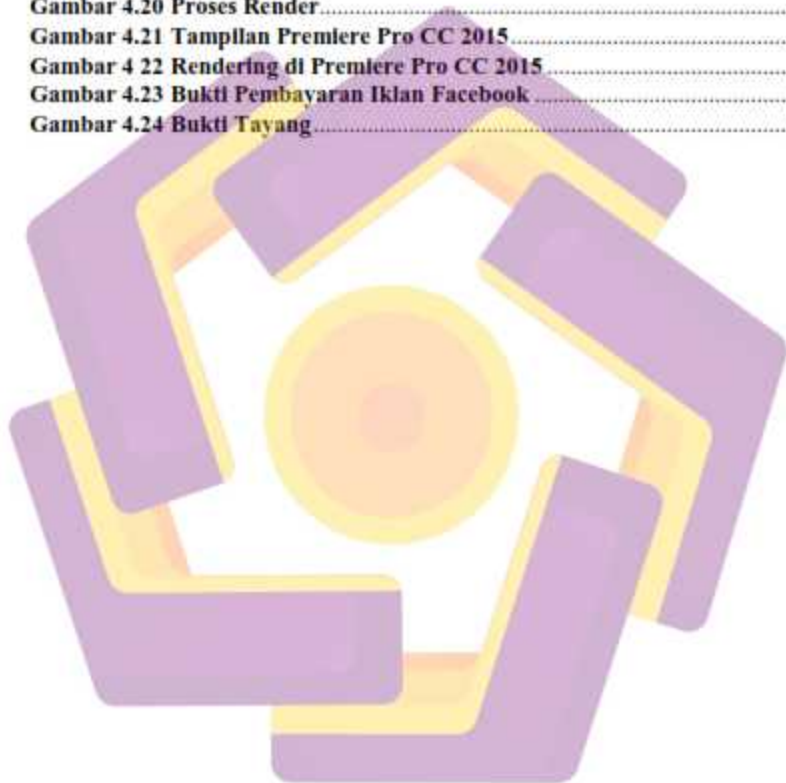
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Macam-macam Media Promosi	18
Tabel 2.2	Contoh Naskah	22
Tabel 2.3	Contoh Pengkategorian Skor Jawaban	36
Tabel 2.4	Contoh Pengkategorian Skor Jawaban Dengan 2 Pilihan	37
Tabel 3.1	CSF	44
Tabel 3.2	Urutan Prioritas	45
Tabel 3.3	Kebutuhan Perangkat Keras	48
Tabel 3.4	Naskah Iklan	49
Tabel 3.5	Storyboard	51
Tabel 3.6	Storyboard	52
Tabel 3.7	Storyboard	52
Tabel 3.8	Storyboard	53
Tabel 3.9	Storyboard	53
Tabel 3.10	Storyboard	54
Tabel 3.11	Storyboard	54
Tabel 4.1	Hasil Pengambilan Gambar	60
Tabel 4.2	Pencocokan Hasil CSF dengan Video Iklan	75
Tabel 4.3	Pencocokan Hasil Kebutuhan Informasi dengan Video Iklan	76
Tabel 4.4	Kuisloner pada Iklan Lapak 22 Yogyakarta	78
Tabel 4.5	Interval Uji Penilaian Iklan Lapak 22 Yogyakarta	80
Tabel 4.6	Scoring kuisloner Iklan Lapak 22 Yogyakarta	80
Tabel 4.7	Hasil Uji Kuisloner Iklan Lapak 22 Yogyakarta	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Website Advertising	11
Gambar 2.2 Twitter Advertising	12
Gambar 2.3 Facebook Advertising	13
Gambar 2.4 YouTube Advertising	14
Gambar 2.5 Instagram Advertising	16
Gambar 2.6 Contoh storyboard	24
Gambar 2.7 Zoom In dan zoom out	26
Gambar 2.8 Tilting	27
Gambar 2.9 Panright	27
Gambar 2.10 Panleft	28
Gambar 2.11 Objek sejajar dengan kamera	28
Gambar 2.12 Walk-In	29
Gambar 2.13 Walk-out	29
Gambar 2.14 In frame	30
Gambar 2.15 Out frame	30
Gambar 2.16 Close up	31
Gambar 2.17 Medium close up	31
Gambar 2.18 Big close up	32
Gambar 2.19 Extreme close up	32
Gambar 2.20 Medium Shot	33
Gambar 2.21 Long shot	33
Gambar 2.22 Establish shot	34
Gambar 3.1 Logo Lapak 22 Yogyakarta	39
Gambar 3.2 Door Lock Access Control	40
Gambar 3.3 Remote 3 Lamp Channel	41
Gambar 3.4 Smart Vacuum Cleaner	42
Gambar 3.5 Remote Auto Gate	43
Gambar 3.6 Produk Favorit	47
Gambar 4.1 Implementasi	55
Gambar 4.2 Kamera Nikon D5300	56
Gambar 4.3 Memory Card	57
Gambar 4.4 Tripod	57
Gambar 4.5 Lensa Nikon	58
Gambar 4.6 Penataan cahaya	59
Gambar 4.7 Pengaturan cahaya pada kamera	59
Gambar 4.8 Penataan file	62
Gambar 4.9 Tampilan Adobe After Effect CC 2015	63
Gambar 4.10 Tampilan mendapatkan hasil Track Point	64
Gambar 4.11 Membuat Layer Palsu (Null Object)	65
Gambar 4.12 Menambahkan Video Chatting pada Tracking	66

Gambar 4.13 Membuat Parent (Induk Gerakan)	66
Gambar 4.14 Setting Render	67
Gambar 4.15 Proses Render	68
Gambar 4.16 Melakukan Track Camera	69
Gambar 4.17 Membuat Pre-Compose	70
Gambar 4.18 Keyframe	71
Gambar 4.19 Rendering	72
Gambar 4.20 Proses Render	72
Gambar 4.21 Tampilan Premiere Pro CC 2015	73
Gambar 4.22 Rendering di Premiere Pro CC 2015	74
Gambar 4.23 Bukti Pembayaran Iklan Facebook	84
Gambar 4.24 Bukti Tayang	85



INTISARI

Iklan adalah cara komunikasi seseorang, lembaga atau perusahaan untuk menyampaikan pesan dengan bentuk menarik kepada masyarakat luas guna memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan.

Kali ini saya akan membuat sebuah iklan menggunakan Motion Tracking dan Live Shoot sebagai media iklan. Motion Tracking adalah terminologi yang digunakan untuk mendeskripsikan proses dari perekaman gerakan dan pengartian gerakan tersebut menjadi model digital. Live shoot adalah teknik pengambilan video atau gambar termasuk bentuk atau konteks, property film, dan sifat sinematik, seperti tone, contrast lighting, depth of field, camera angle, shoot size, dan mobile framing. Karena Motion Tracking dan Live Shoot sudah banyak sekali dipergunakan didalam bidang pembuatan iklan, videoclip dan film.

Setelah video ini selesai diuji, kemudian akan di upload di situs-situs social media seperti youtube, facebook, dan twitter. Dengan Motion Tracking dan Live Shoot saya berharap iklan ini dapat diterima oleh masyarakat dengan baik, dan dapat membuat Lapak 22 semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Kata Kunci : Iklan, Pembuatan Iklan, Motion Tracking dan Live Shoot

ABSTRACT

Advertising is a way of communicating a person, institution or company to deliver a message with an interesting form to the wider community in order to market the products or services offered.

This time I will create an ad using Motion Tracking and Live Shoot as an advertising medium. Motion Tracking is the terminology used to describe the process of recording motion and the meaning of the movement into a digital model. Live shoot is a video or image capture technique including form or context, movie properties, and cinematic properties, such as tone, contrast lighting, depth of field, camera angle, shoot size, and mobile framing. Because Motion Tracking and Live Shoot has been widely used in the field of advertising, videoclip and film.

Once this video has been tested, it will be uploaded on social media sites like youtube, facebook, and twitter. With Motion Tracking and Live Shoot I hope this ad can be accepted by the community well. And can make Lapak 22 more popular by the public.

Keywords: *Advertising, Advertising Creation, Motion Tracking and Live Shoot*

