

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PRODUK  
PABRIK PENGECOAN LOGAM WAHYU PRADANA KLATEN  
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Rudiyanto**

**16.11.0635**

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PRODUK  
PABRIK PENGECOAN LOGAM WAHYU PRADANA KLATEN  
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

**Rudiyanto**

**16.11.0635**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PRODUK  
PABRIK PENGECOAN LOGAM WAHYU PRADANA KLATEN  
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rudiyanto**

**16.11.0635**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 10 Februari 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Agus Purwanto, M.Kom**

**NIK. 190302229**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PRODUK  
PABRIK PENGECOAN LOGAM WAHYU PRADANA KLATEN  
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rudiyanto**

**16.11.0635**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 19 oktober 2021

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Bhanu Sri Nugraha,M.kom**

**NIK. 190302164**

**Ibnu Hadi Purwanto,M.kom**

**NIK. 190302390**

**Agus Purwanto,M.kom**

**NIK. 190302229**

**Tanda Tangan**

---

---

---

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 10 Februari 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Hanif Al Fatah, M.Kom**

**NIK. 190302096**

## 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 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, 10 Februari 2022



Rudiyanto

NIM. 16.11.0635

## **MOTO**

”Berhenti bukan berarti kita gagal, hanya saja kita harus memutar arah agar menemukan jalur tercepat kepada tujuan. Semua proses harus dilewati, bukan berarti semua jalan harus dilalui, karena ada kalanya kita harus menghindari sebagian jalan yang malah menyesatkan. Demikianlah jalan hidup, tak semua pekerjaan harus kita laksanakan, ada kalanya kita menghindari dari pekerjaan yang haram dilakukan.”



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil`alamin.

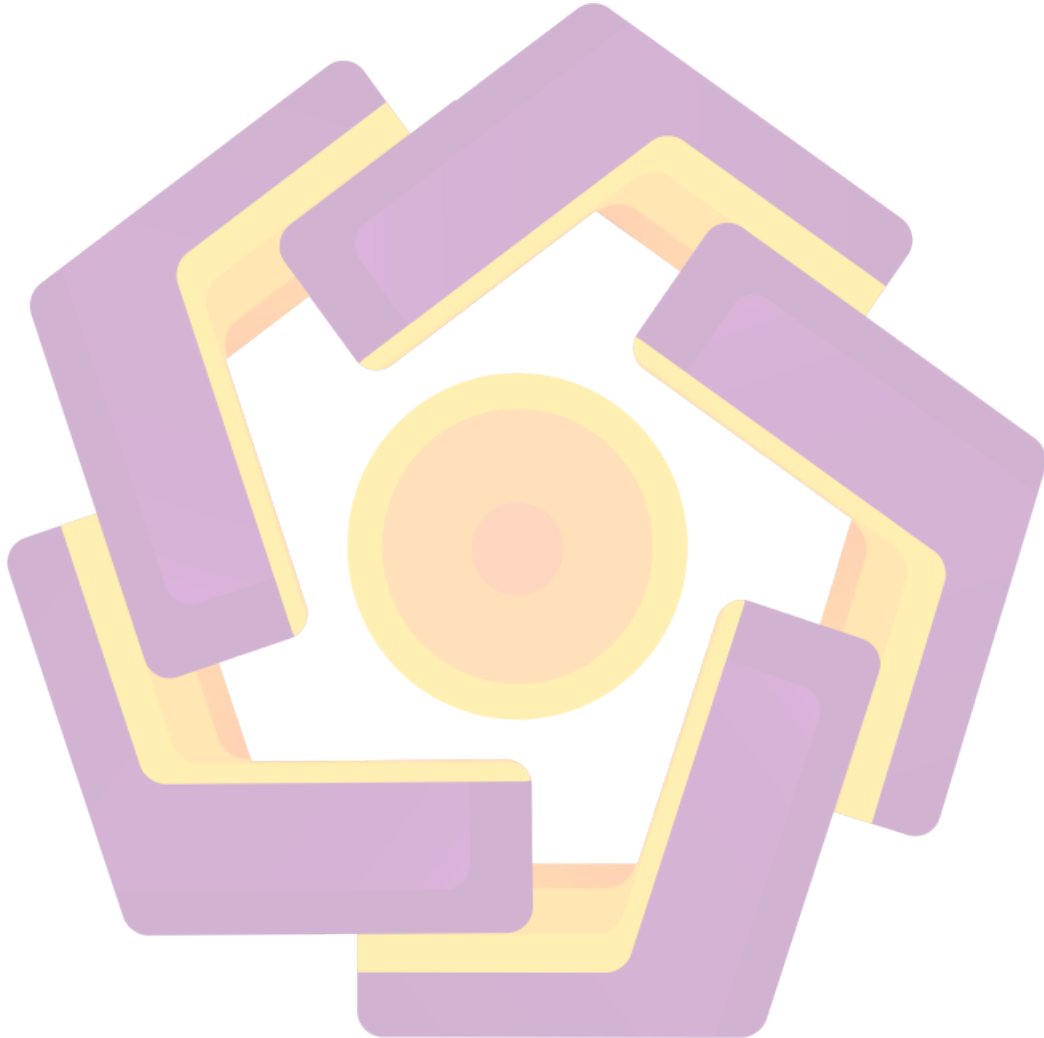
Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Semesta Alam atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya untuk kelancaran penulisan ini dan juga waktu serta kesempatan untuk merasakan indahnya kehidupan. Junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi Saya dalam menjalani hidup.

Perjalanan selama lebih dari 4 tahun telah mencapai tahap ini, tahap dimana saya berhasil naik satu tingkat dalam jenjang akademik. Pencapaian ini tidak lepas dari dukungan dan panjatan doa dari orang-orang luar biasa yang berada di sekeliling Saya tentunya. Dengan bangga dan tidak mengurangi rasa hormat serta terimakasih, karya ini Saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang saya sangat sayang dan cinta Ibu dan Bapak, yang sangat berarti untuk saya, yang selalu mendoakan untuk kesuksesan anaknya, dan semua dukungan yang telah diberikan sehingga saya bisa lulus dari Universitas Amikom dengan baik.
2. Seluruh Keluarga yang selalu memberikan Doa dan Motivasi.
3. Dosen pembimbing yaitu bapak Agus Purwanto, M.Kom, terimakasih untuk bimbingan dan waktu luang yang telah diberikan selama ini sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih karena kebaikan yang selalu bapak berikan dari awal pengajuan judul hingga skripsi ini selesai.

4. Teman-teman yang selalu mewarnai hari-hari saya, memberi banyak pengalaman dan pelajaran dalam menuju proses kedewasaan dalam diri saya.





## DAFTAR ISI

<b>COVER.....</b>	<b>I</b>
<b>COVER.....</b>	<b>I</b>
<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>II</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>III</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>V</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIII</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>XV</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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 .....	4
1.6 METODE PENELITIAN .....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6.2 Metode Analisis .....	5
1.6.3 Metode Perancangan.....	5
1.6.4 Metode Pengembangan.....	5

1.6.5	<i>Evaluasi</i> .....	6
1.7	SISTEMATIKA PENULISAN.....	6
<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
2.1	TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.2	MOTION GRAPHIC.....	10
2.2.1	<i>Sejarah Motion Graphic</i> .....	10
2.2.2	<i>Definisi Motion Graphic</i> .....	10
2.2.3	<i>Karakteristik Motion Graphic</i> .....	12
2.3	KONSEP DASAR MULTIMEDIA.....	14
2.3.1	<i>Sejarah Multimedia</i> .....	14
2.3.2	<i>Definisi Multimedia</i> .....	14
2.4	MEDIA PROMOSI.....	17
2.4.1	<i>Pengertian Media</i> .....	17
2.4.2	<i>Pengertian Promosi</i> .....	18
2.4.3	<i>Definisi Media Promosi</i> .....	19
2.4.4	<i>Jenis Media Promosi</i> .....	19
2.4.5	<i>Tujuan Promosi</i> .....	23
2.5	NEW MEDIA.....	25
2.5.1	<i>Definisi New Media</i> .....	25
2.5.2	<i>Karakteristik New Media</i> .....	25
2.6	MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	27
2.7	MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	27
2.8	ANIMASI.....	29
2.9	EFEK-EFEK SPESIAL.....	29
2.10	TRANSISI TIGA DIMENSI.....	31
2.11	AUDIO.....	32
2.12	SKALA LIKERT.....	32
2.12.1	<i>Kelebihan Skala Likert</i> .....	32
2.12.2	<i>Kelemahan Skala Likert</i> .....	33
2.12.3	<i>Tahapan Penggunaan Skala Likert</i> .....	33

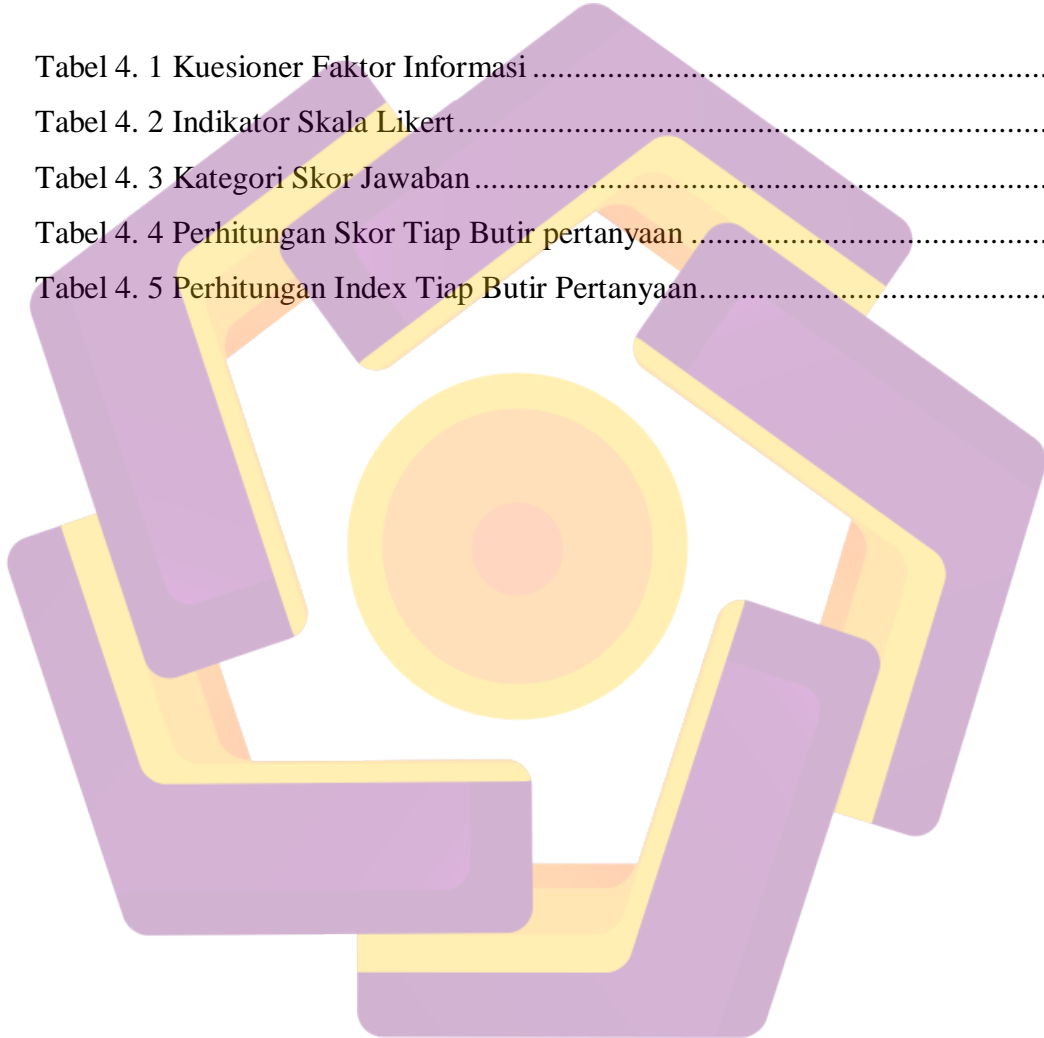
2.13	ANALISIS SISTEM .....	35
2.13.1	<i>Analisis SWOT</i> .....	35
2.13.2	<i>Analisis Kebutuhan</i> .....	36
2.14	METODE PERANCANGAN DAN PEMBUATAN.....	37
2.14.1	<i>Pra Produksi</i> .....	37
2.14.2	<i>Produksi</i> .....	39
2.14.3	<i>Pasca Produksi</i> .....	40
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>60</b>
3.1	DESKRIPSI UMUM.....	60
3.2	METODE PENGUMPULAN DATA.....	61
3.2.1	<i>Metode Observasi</i> .....	61
3.2.2	<i>Metode Wawancara</i> .....	61
3.2.3	<i>Tarif Iklan Menggunakan Instagram Ads</i> .....	62
3.2.4	<i>Media Promosi yang Digunakan Saat Ini</i> .....	62
3.3	ANALISIS SWOT.....	63
3.3.1	<i>Strenght (Kekuatan)</i> .....	63
3.3.2	<i>Weakness (Kelemahan)</i> .....	64
3.3.3	<i>Opportunities (Peluang)</i> .....	64
3.3.4	<i>Threaths (Ancaman)</i> .....	64
3.4	MATRIKS STRATEGI .....	65
3.5	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM.....	67
3.5.1	<i>Analisis Kebutuhan Fungsional</i> .....	67
3.5.2	<i>Analisis Kebutuhan Non-Fungsional</i> .....	68
3.6	PRA PRODUKSI.....	69
3.6.1	<i>Ide</i> .....	69
3.6.2	<i>Naskah</i> .....	70
3.6.3	<i>Storyboard</i> .....	71
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>78</b>
4.1	PROSES PRODUKSI.....	78



4.1.1	<i>Background Music</i> .....	78
4.1.2	<i>Perekaman Narasi</i> .....	78
4.1.3	<i>Animasi Maps</i> .....	78
4.1.4	<i>Animasi karakter</i> .....	80
4.1.5	<i>Sound Editing</i> .....	81
4.1.6	<i>Pengambilan Gambar</i> .....	84
4.2	PASCA PRODUKSI.....	87
4.2.1	<i>Compositing</i> .....	87
4.2.2	<i>Video Editing</i> .....	88
4.2.3	<i>Rendering</i> .....	92
4.3	EVALUASI.....	93
4.3.1	<i>Kuisisioner Faktor Informasi</i> .....	94
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>83</b>
5.1	KESIMPULAN .....	83
5.2	SARAN.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>85</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

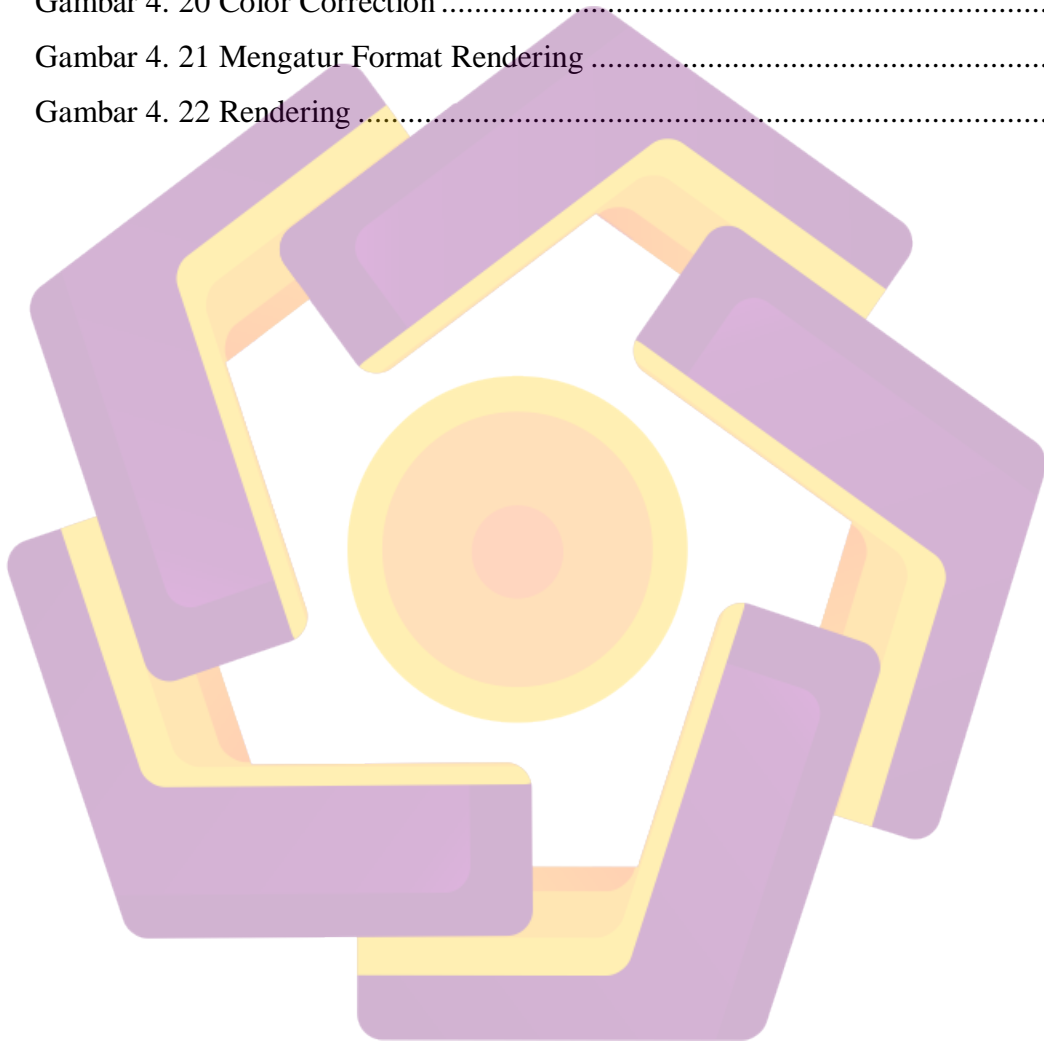
Tabel 2. 1 Storyboard ‘Bear Fight’ karya Jhon West .....	39
Tabel 3. 1 Matrik SWOT .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 2 Tabel Storyboard .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1 Kuesioner Faktor Informasi .....	94
Tabel 4. 2 Indikator Skala Likert .....	95
Tabel 4. 3 Kategori Skor Jawaban .....	95
Tabel 4. 4 Perhitungan Skor Tiap Butir pertanyaan .....	96
Tabel 4. 5 Perhitungan Index Tiap Butir Pertanyaan .....	99



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Media Pembelajaran Contoh Multimedia Interaktif .....	15
Gambar 2. 2 BCA mobile Contoh Multimedia Hipraktif .....	16
Gambar 2. 3 Video Contoh Multimedia Linier .....	16
Gambar 2. 4 Gambar Definisi Multimedia.....	17
Gambar 2. 5 Contoh iklan Baris .....	20
Gambar 2. 6 Contoh iklan kolom .....	20
Gambar 2. 7 Contoh iklan Advertorial .....	21
Gambar 2. 8 Contoh iklan Display .....	21
Gambar 2. 9 Logo Instagram.....	27
Gambar 2. 10 Spektrum warna sumber cahaya .....	40
Gambar 3. 1 Logo Pengecoran Logam Wahyu Pradana	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 2 Gambar Kartu Nama Pabrik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 1 Compositing Maps .....	80
Gambar 4. 2 Scene Camera .....	80
Gambar 4. 3 pivot poin karakter .....	81
Gambar 4. 4 pivot point karakter .....	81
Gambar 4. 5 Capture Noise Print.....	82
Gambar 4. 6 Menu Noise Reduction .....	82
Gambar 4. 7 Noise Reduction .....	83
Gambar 4. 8 Parametic Equalizer .....	83
Gambar 4. 9 Normalize .....	84
Gambar 4. 10 Dynamic Processing.....	84
Gambar 4. 11 Memasukan bahan ke tempat peleburan .....	85
Gambar 4. 12 Penuangan Bahan Kecedakan .....	85
Gambar 4. 13 Pengambilan Produk Dari Cetakan.....	86
Gambar 4. 14 Pemisahan Produk .....	86

Gambar 4. 15 Pengemasan produk .....	87
Gambar 4. 16 Penggabungan semua scene video .....	88
Gambar 4. 17 Penggabungan Antar Scene video live shoot .....	89
Gambar 4. 18 Penggabungan Antar Scene Samartphone .....	90
Gambar 4. 19 transisi video.....	91
Gambar 4. 20 Color Correction .....	92
Gambar 4. 21 Mengatur Format Rendering .....	93
Gambar 4. 22 Rendering .....	93



## INTISARI

Video iklan adalah hal penting di dalam mengenalkan sebuah produk ke masyarakat luas dan juga sebagai cara sebuah perusahaan untuk meningkatkan daya penjualan dan produksi. Penggunaan media sosial berbagai platform yang sangat besar saat ini yang bisa di gunakan sebagai media penayangan iklan, maka video iklan yang di buat dengan menampilkan informasi yang lengkap menjadi pilihan yang tepat dalam dunia periklanan saat ini.

Pabrik pengecoran wahyu pradana klaten adalah usaha yang bergerak di bidang pembuatan peralatan-peralatan yang terbuat dari logam. Walaupun sudah melayani pemesanan sampai keluar kota namun dalam mempromosikannya pabrik wahyu pradana hanya menggunakan media cetak berupa brosur dan kartu nama maka di buatlah sebuah video iklan sebagai media promosi .

Pembuatan iklan ini menggabungkan 4 unsur yaitu video, suara, gambar dan teks. Dengan menggunakan konsep teknik live shoot saat proses pembuatan produk dan Motion Graphic untuk memperjelas cara pemesanan. Dengan dibuatnya video iklan sebagai media promosi diharapkan pabrik pengecoran wahyu pradana klaten semakin baik dalam pemasarannya.

**Kata Kunci:** Sosial Media, Media Promosi, *Motion Graphic*, Video.



## ABSTRACT

*Video ads are important in introducing a product to the wider community and also as a way for a company to increase sales and production power. The use of social media in various platforms is very large at this time that can be used as a medium for ad serving, then video ads created by displaying complete information are the right choice in today's advertising world.*

*Wahyu pradana klaten foundry factory is a business that is engaged in the manufacture of equipment made of metal. Even though it has been serving orders to out of town, but in promoting it, the Wahyu Pradana factory only uses print media in the form of brochures and business cards, so a video advertisement is made as a promotional medium.*

*Making this ad combines 4 elements, namely video, sound, images and text. By using the concept of a live shoot technique during the product manufacturing process and Motion Graphics to clarify how to order. By making advertising videos as promotional media, it is hoped that the Wahyu Pradana Klaten foundry factory will be better in marketing.*

*Keyword: Social Media, Promotional Media, Motion Graphic, Video.*

