

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK TEMPE MBAH MARIYEM DI
WONOGIRI MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC
DAN LIVESHOOT**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

ADHE BANGKIT FIRNANDA PRAMONO

17.12.0386

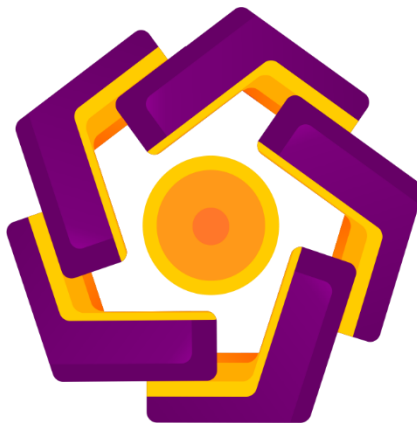
Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK TEMPE MBAH MARIYEM DI
WONOGIRI MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC DAN
LIVESHOOT
SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

ADHE BANGKIT FIRNANDA PRAMONO

17.12.0386

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK TEMPE MBAH MARIYEM DI WONOGIRI
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC DAN LIVESHOOT**

yang disusun dan diajukan oleh

Adhe Bangkit Firnanda Pramono

17.12.0386

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 Juli 2021

Dosen Pembimbing,



Mei P Kurniawan M.Kom

NIK. 190302187

PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN IKLAN PRODUK TEMPE MBAH MARIYEM DI WONOGIRI
MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC DAN LIVESHOOT

yang disusun dan diajukan oleh

Adhe Bangkit Firnanda Pramono

17.12.0386

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 10 Juli 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Dhimas Adi Satria, S.Kom., M.Kom
NIK. 190302427

Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom
NIK. 190302391

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 29 Juli 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Adhe Bangkit Firmanda Pramono
NIM : 17.12.0386

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Tuliskan Judul Skripsi

Dosen Pembimbing : Mei P Kurniawan, M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 29 Juli 2021

Yang Menyatakan,

Adhe Bangkit Firmanda Pramono

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayahnya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul **“Pembuatan Iklan Produk Tempe Mbah Mariyem di Wonogiri Menggunakan Teknik Motion Graphic dan Live Shoot (Studi Kasus : Kota Wonogiri) “** Dengan baik dan lancar. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Pada prodi Sistem Informasi fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Keberhasilan penulisan tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih sebesar besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, saudara, serta kerabat atas doa dan dukungannya.
2. Prof, Dr. M. Suyanto, MM, selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Mei P Kurniawan, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan, arahan, saran dan masukan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
4. S.H. Mei Maemunah, M.M., selaku Wali Dosen yang telah membantu saya selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Teman-teman dari kelas SI06 yang sering memberikan saran, bantuan dan dukungannya.

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN SAMPUL DEPAN</u>	i
<u>HALAMAN JUDUL</u>	ii
<u>KATA PENGANTAR</u>	iii
<u>ABSTRACT</u>	iv
<u>DAFTAR ISI</u>	v
<u>DAFTAR TABEL</u>	ix
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	x
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	Error! Bookmark not defined.
1.1 <u>Latar Belakang Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
1.2 <u>Rumusan Masalah</u>	2
1.3 <u>Tujuan Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
1.4 <u>Manfaat Penelitian</u>	2
1.5 <u>Batasan Masalah</u>	2
1.6 <u>Metode Penelitian</u>	3
1.7. <u>Sistematika Penulisan</u>	4
<u>BAB II LANDASAN TEORI</u>	5
2.1 <u>Deskripsi Teori</u>	5
2.2 <u>Multimedia</u>	5
2.2.1 <u>Multimedia Interaktif</u>	7
2.2.2 <u>Elemen Multimedia Interaktif</u>	8
2.3 <u>Video</u>	9

2.4 Periklanan.....	10
2.4.1 Fungsi – Fungsi Iklan.....	13
2.4.2 Unsur Iklan	13
2.4.3 Tujuan Iklan.....	14
2.4.4 Indikator Iklan	15
2.4.5 Pengertian Daya Tarik.....	16
2.5 Motion Graphic	17
2.5.1 Karakteristik Motion Graphic.....	19
2.5.2 Metode Motion Graphic	20
2.6 Liveshoot.....	21
2.7 Jenis – jenis Angle	23
2.8 Camera Movement	29
2.8.1 Pan atau Panning	29
2.8.2 Tilt atau Tilting.....	29
2.8.3 Dolly atau Track (Tracking).....	29
2.8.4 Zoom.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Desain Penelitian	32
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	32
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.6 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
3.7 Populasi dan Sampel.....	33
3.7.1 Populasi	33
3.7.2 Sampel.....	33
3.8 Teknik pengambilan sampel.....	34
3.8.1 Instrumen Penelitian	32
3.9 Metode Pengumpulan Data	36
3.10 Teknik pengumpulan data.....	36

3.10.1	Penyebaran angket kuesioner	36
3.10.2	Teknik Wawancara.....	37
3.10.3	Dokumentasi.....	37
3.11	Model analisis data	37
3.11.1	Uji kualitas data	38
3.11.2	Uji validitas.....	38
3.11.3	Uji rehabilitas.....	38
3.11.4	Uji hipotesis	39
3.11.4.1	Uji efek mediasi atau intervening	39
3.11.5	Instrumen penelitian.....	41
3.11.6	Alat pengumpulan data.....	39
3.12	Analisis SWOT dan Kebutuhan Sistem.....	42
3.12.1	Analisis SWOT	42
3.12.2	Analisis Kebutuhan Sistem.....	43
3.12.3	Analisa Kebutuhan Fungsional	43
3.12.4	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	43
3.12.4.1	Kebutuhan Perangkat Keras	43
3.12.4.2	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	44
3.12.4.3	Kebutuhan Brainware.....	45
3.13	Perancangan Iklan	46
3.13.1	Pra Produksi Iklan	46
3.13.2	Pengumpulan Data	46
3.13.3	Penentuan Ide Iklan	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1	Deskripsi Operasional	47
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.2	Visi dan Misi Tempe Mbah Mariyem	57
4.1.3	Strategi Pemasaran	58
4.1.4	Wilayah Pemasaran	58

4.1.5 Segmentasi.....	58
4.1.6 Targeting.....	59
4.1.7 Positioning	59
4.1.8 Analisis Data.....	59
4.2 Tahap Produksi	60
4.2.1 Setting Kamera Video	60
4.2.2 Teknik Pengumpulan Data	61
4.2.3 Background Musik	61
4.2.4 Teknik Pengaturan Cahaya	62
4.2.5 Editing Video	62
4.2.6 Editing Animasi	63
4.3 Deskripsi Konsumen	63
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	63
4.3.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Tempe	64
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Tempe	64
4.3.4 Perbandingan jumlah pelanggan	65
4.3.3 Hasil setelah tersedianhya video iklan dan sosial media.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert.....	35
Tabel 3.2	Perbandingan Media.....	37
Tabel 3.3	Perangkat Keras Komputer.....	38
Tabel 3.4	Perangkat Keras Kamera.....	38
Tabel 3.5	Kebutuhan Analisis Perangkat Lunak.....	39
Tabel 3.6	Personil Produksi.....	40
Tabel 4.1	Storyboard.....	50
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	63
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan jenis tempe.....	64
Tabel 4.4	Karakteristik responden berdasarkan mengetahui.....	64
Tabel 4.4	Perbandingan jumlah pelanggan sebelum dan setelah sosial media....	65
Tabel 4.5	Hasil setelah tersedianya video iklan dan sosial media.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Normal Angle / Eye Level.....	23
Gambar 2.2	High Angle.....	24
Gambar 2.3	Low Angle.....	24
Gambar 2.4	Bird Angle.....	24
Gambar 2.5	Frog Angle.....	25
Gambar 2.6	Extreme Long Shot/ Extreme Wide Shot.....	26
Gambar 2.7	Long Shot/ Wide Shot.....	26
Gambar 2.8	Medium Long Shot/ Medium Wide Shot.....	27
Gambar 2.9	Close Up.....	27
Gambar 2.10	Medium Close Up.....	28
Gambar 2.11	Extreme Close Up.....	28
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4.2	Struktur Usaha Tempe Mbah Mariyem.....	49

Gambar 4.3	Rumah Produksi Tempe Mbah Mariyem	52
Gambar 4.4	Logo Mbah Mariyem	52
Gambar 4.5	Jenis Tempe yang Diproduksi Oleh Tempe Mbah Mariyem	53
Gambar 4.6	Tanjang (Tempe Panjang)	53
Gambar 4.7	Tepis (Tempe Tipis)	54
Gambar 4.8	Tekan (Tempe Kandel)	54
Gambar 4.9	Google Maps Tempe Mbah Mariyem	55
Gambar 4.10	Whatsapp Karyawan Tempe Mbah Mariyem	55
Gambar 4.11	Kumpulan testimoni dari pemanfaatan sosial media whatsapp	56
Gambar 4.12	Instagram Tempe Mbah Mariyem	56
Gambar 4.13	Facebook Tempe Mbah Mariyem	57
Gambar 4.14	Youtube uploader vidoe iklan Tempe Mbah Mariyem	57
Gambar 4.15	Mesin giling Tempe Mbah Mariyem	58
Gambar 4.16	Editing Background Musik	61
Gambar 4.17	Editing Video	62
Gambar 4.18	Editing Animasi	63

INTISARI

Penggunaan media informasi saat ini khususnya pada media video memberikan daya tarik tersendiri. Hal ini karena video memiliki ciri khusus, yaitu perpaduan antara gambar, suara, dan gerak. Karena sifat visual dan kombinasi warna, suara dan gerak, media video terlihat jelas dan nyata.

Oleh karena itu, pesan yang disampaikan menarik perhatian khalayak. Tempe Mbah Mariyem merupakan industri pembuatan tempe di Dusun Manjung Kulon, Desa Manjung, Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri. Pengelolaan tempe Mbah Mariyem masih dinilai kurang efektif dalam beriklan, sehingga perlu dibuat cara beriklan menggunakan media video. Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil judul Pembuatan iklan produk Tempe Mbah Mariyem di Wonogiri dengan menggunakan teknik motion graphic dan live shoot.

Hasil video ditampilkan dan diiklankan di Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Video Iklan Produk Tempe Mbah Mariyem Menggunakan Teknik LiveShoot dan Motion Graphic.

Kata Kunci : tempe mbah mariyem, liveshoot, motion graphic

ABSTRACT

The use of information media today, especially in the video media provides its own charm. This is because video has a special characteristic, namely a combination of image, sound and motion. Due to the visual nature and combination of color, sound and motion, video media looks clear and real.

Therefore, the message conveyed attracts the attention of the audience. Tempe Mbah Mariyem is a tempe-making industry in the hamlet of Manjung Kulon, Manjung Village, Wonogiri District, Wonogiri Regency. The management of Mbah Mariyem's tempeh is still considered ineffective in advertising, so it is necessary to make a way to advertise using video media. Based on the description above, the author takes the title Making an advertisement for Tempe Mbah Mariyem products in Wonogiri using motion graphics and live shoot techniques.

Video results are displayed and advertised on Whatsapp, Facebook, and Instagram. Advertisement Video on Mbah Mariyem's Tempe Products Using LiveShoot and Motion Graphic Techniques.

Kata Kunci : *tempe mbah mariyem, liveshoot, motion graphic*