

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA INFOBANK  
MENGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



**disusun oleh**

**Choirul Latief Adhi Atmaja**

**13.11.7277**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2017**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA INFOBANK  
MENGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Informatika



**disusun oleh**

**Choirul Latief Adhi Atmaja**

**13.11.7277**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2017**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA INFOBANK  
MENGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Choirul Latief Adhi Atmaja**

**13.11.7277**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 27 April 2017

**Dosen Pembimbing**

**Agus Purwanto, M.Kom**

**NIK. 190302229**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA INFOBANK  
MENGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Choirul Latief Adhi Atmaja**  
13.11.7277

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 April 2017

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Mei P. Kurniawan, M.Kom**  
NIK. 190302187

**Bhanu Sri Nugraha, M.Kom**  
NIK. 190302164

**Agus Purwanto, M.Kom**  
NIK. 190302229

**Tanda Tangan**



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

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



**Krisnawati, S.Si, M.T.**  
NIK. 190302038

## 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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 27 April 2017



Choirul Latief Adhi Atmaja

NIM. 13.11.7277

## MOTTO

”Seseorang Yang Tidak Bisa Mengorbankan Apapun  
Takkan Bisa Mengubah Apapun”

”Hidup Itu Bebas !!!  
Jangan Sampai Hidupmu Di Atur Oleh Kehidupan”

”Jika Kata Tak Lagi Bermakna  
Lebih Baik Diam Saja”

”You Can. If You Think, You Can”

”Man Jadda Wajada  
Barang Siapa yang Bersungguh – sungguh maka Dapatlah ia”

## PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas anugrah dan nikmat yang tak terkira sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tuli sini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Kedua orang tua saya Ayah Akad Adi Wasono dan Ibu Widiyastuti terima kasih telah memberikan kasih sayang, doa, motivasi, semangat, dukungan baik moril maupun materil serta pendidikan dengan setulus hati.
2. Adikku Melati Puspitajati Adhi Kusuma yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk selalu berusaha menjadi yang terbaik.
3. INFOBANK yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian ini hingga menghasilkan output yang berguna.
4. Bapak Agus Purwanto M.Kom. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberi masukan serta arahan demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik dan lancar.
5. Pakde Nur Ponco Nugroho dan Bude Rupiyah yang telah mendoakan, mengingatkan, menyemangati dan menasehati.
6. Kakak tersayang Titan Prasetyo, Nurlita dan Vidiyanti yang telah mengingatkan, menasehati dan mendoakan.
7. Kekasih Yolanda Octavia yang selalu mengingatkan, mendukung, memotivasi, menasehati, menasehati dan menyemangati sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Teman – teman INFOBANK yang membantu dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
9. Teman – teman kontrakan Tongkol #37 yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi.
10. Teman – teman POTRAIT Amikom yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan kelas 13-S1 TI-08.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, tauhid serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Pada Infobank menggunakan Live Shoot dan Motion Graphic“ sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata-1 di Universitas Amikom Yogyakarta. Tidak lupa sholawat serta salam penulis haturkan pada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, yang akan memberikan kita syafaat di kiamat nanti.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak, baik secara moril maupun materi. Pada kesempatan ini dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan ucapan 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.
3. Agus Purwanto, M.Kom. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta arahan bagi penulis demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
4. Teman-teman, sahabat, orang spesial yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
5. Teman-teman dari kelas 13-S1TI-08 juga seluruh pihak yang telah membantu baik dukungan moril maupun materiil, pikiran dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.



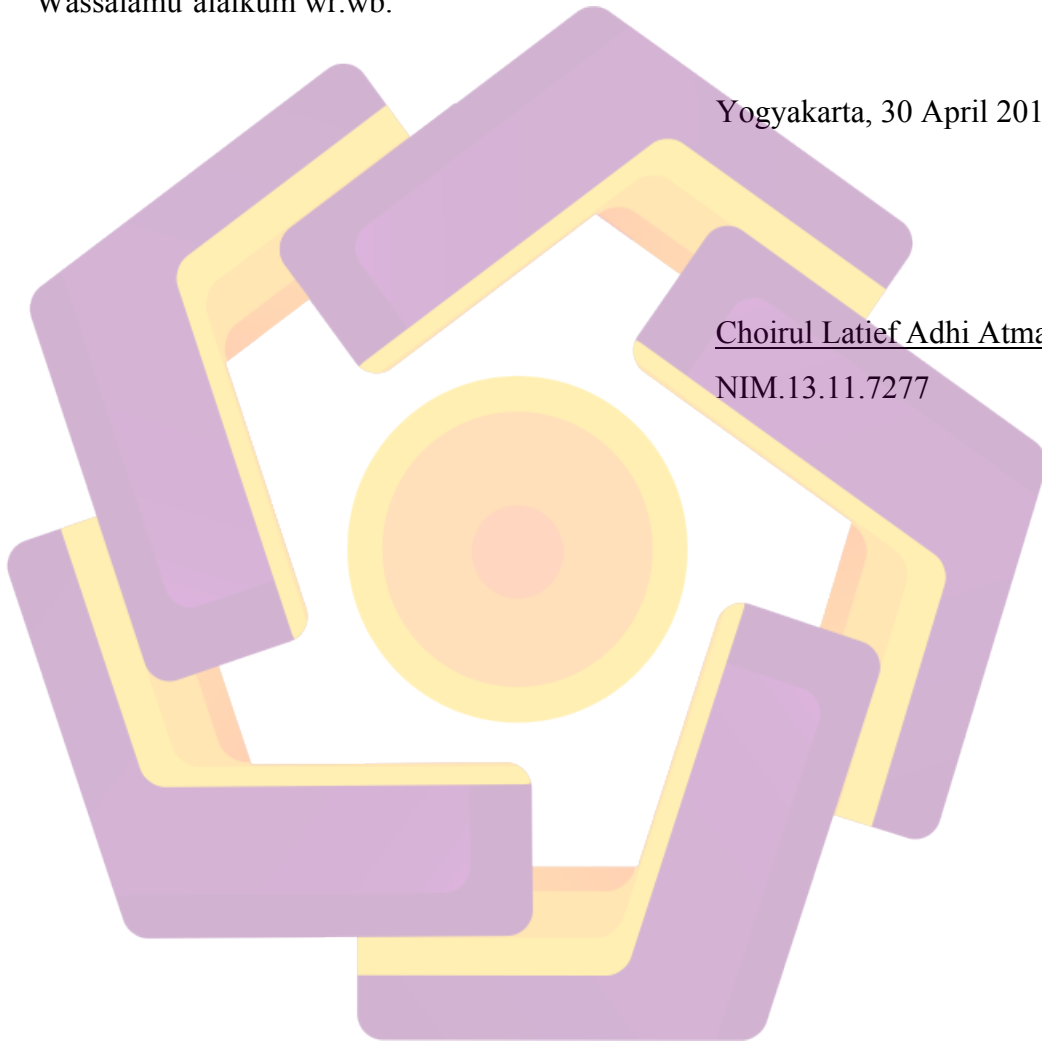
Penulis tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan-kekurangan dan kelemahan-kelemahannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 30 April 2017

Choirul Latief Adhi Atmaja

NIM.13.11.7277



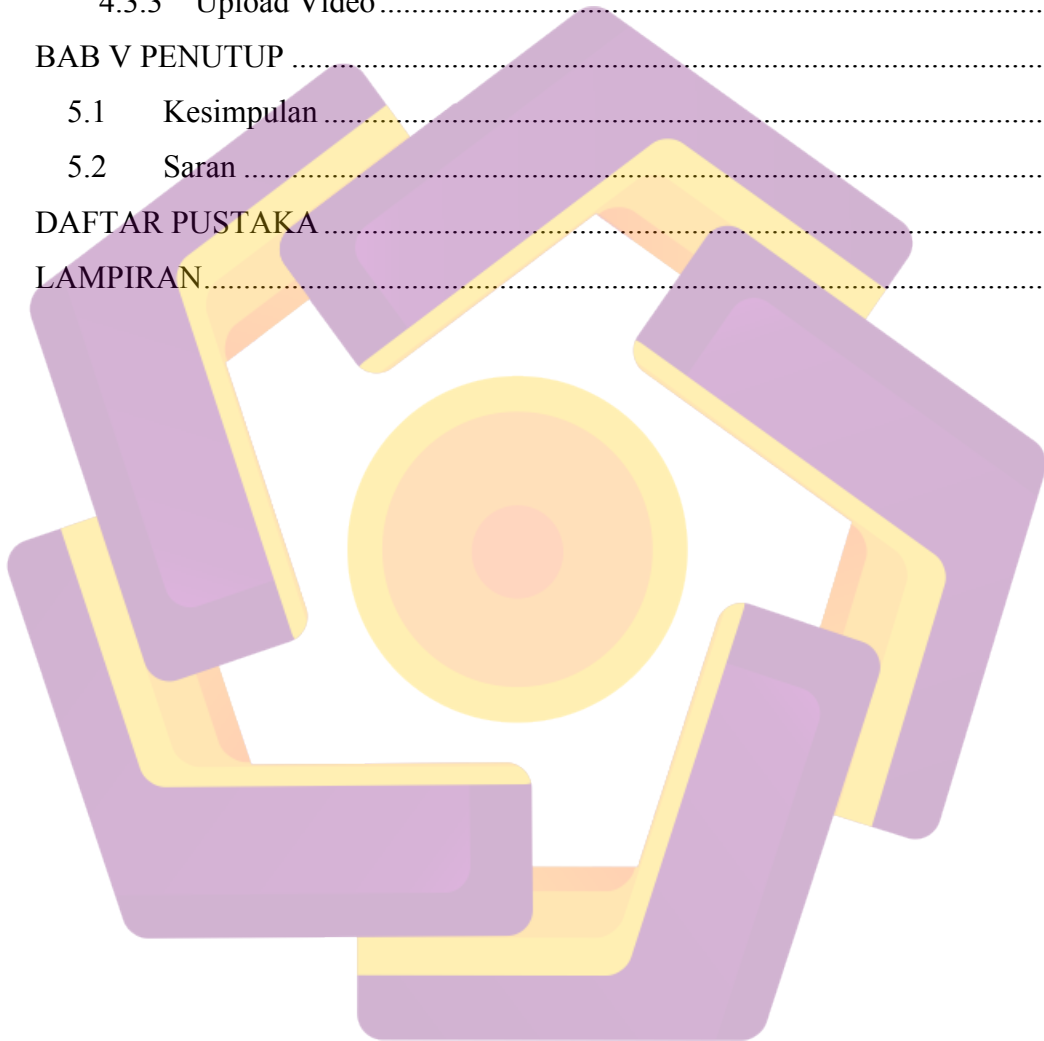
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
INTISARI .....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	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 .....	4
1.6 Metode Penelitian .....	4
1.7 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	8
2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia .....	9
2.2.1 Definisi Multimedia .....	9
2.2.2 Element Multimedia .....	10
2.3 Konsep Dasar Iklan .....	11
2.3.1 Sejarah Periklan di Televisi .....	11
2.3.2 Definisi Iklan .....	12
2.3.4 Jenis Iklan .....	12

2.4	Analisis SWOT .....	14
2.4.1	Kekuatan ( <i>Strenghts</i> ) .....	14
2.4.2	Kelemahan ( <i>Weakness</i> ).....	14
2.4.3	Peluang ( <i>Opportunities</i> ).....	14
2.4.4	Ancaman ( <i>Threats</i> ) .....	14
2.5	Analisis Kebutuhan Sistem.....	16
2.5.1	Kebutuhan Fungsional .....	16
2.5.2	Kebutuhan Non Fungsional .....	16
2.6	Analisis Kelayakan .....	17
2.6.1	Analisis Kelayakan Operasional.....	17
2.6.2	Analisis Kelayakan Hukum .....	17
2.7	Konsep Dasar Motion Graphic .....	17
2.7.1	Definisi Motion Graphic.....	17
2.7.2	Pertimbangan pada <i>Motion Graphic</i> .....	18
2.8	Definisi Live Shoot.....	19
2.8.1	Teknik Pengambilan Gambar .....	20
2.8.1.1	Sudut Pengambilan Gambar ( <i>Camera Angel</i> ).....	20
2.8.1.2	Ukuran Gambar.....	22
2.9	Memproduksi Video Iklan .....	24
2.9.1	Rancangan Pra Produksi .....	24
2.9.2	Tahap Produksi .....	26
2.9.3	Pasca Produksi .....	26
2.10	Evaluasi.....	27
2.10.1	Sejarah Skla Likert.....	27
2.10.2	Skala Likert.....	28
2.10.3	Rumus Presentase Skala Likert.....	28
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....		30
3.1	Tinjauan Umum Perusahaan.....	30
3.1.1	Deskripsi Singkat Perusahaan.....	30
3.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan.....	30
3.1.3	Logo Perusahaan.....	31

3.1.4	Struktur Organisasi .....	31
3.2	Pengumpulan Data .....	32
3.2.1	Metode Wawancara .....	32
3.2.2	Metode Observasi .....	33
3.3	Analisis Masalah .....	35
3.3.1	Analisis SWOT .....	35
3.3.2	Kelemahan Media Lama .....	36
3.3.3	Solusi Yang Diberikan .....	37
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem .....	37
3.4.1	Kebutuhan Fungsional .....	37
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional .....	38
3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras ( <i>Hardware</i> ) .....	38
3.4.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak ( <i>Software</i> ) .....	38
3.4.2.3	Kebutuhan Brainware .....	39
3.5	Perancangan .....	39
3.5.1	Rancangan Konsep .....	39
3.5.2	Rancangan Naskah .....	40
3.5.3	Storyboard .....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		57
4.1	Proses Produksi .....	57
4.1.1	Pengambilan Gambar ( <i>Live Shoot</i> ) .....	57
4.1.2	Desain .....	62
4.1.3	Animasi Motion Graphic .....	65
4.1.3.1	Mengimport Bahan Animasi .....	65
4.1.3.2	Membuat Animasi Pada Objek .....	65
4.1.3.3	Membuat Animasi Transisi .....	67
4.1.4	Rekam Narasi .....	69
4.2	<i>Pasca</i> Produksi .....	71
4.2.1	<i>Composite</i> .....	71
4.2.2	<i>Editing</i> .....	73
4.2.3	<i>Rendering</i> .....	76

4.3	Pembahasan.....	77
4.3.1	<i>Alpha Testing</i> .....	77
4.3.1.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional dan Hasil Analisis.....	77
4.3.2	<i>Beta Testing</i> .....	79
4.3.2.1	Evaluasi.....	79
4.3.3	Upload Video .....	87
BAB V PENUTUP .....		88
5.1	Kesimpulan .....	88
5.2	Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN.....		92



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Matriks.....	16
Tabel 2.2 Pengkategorian Skor Jawaban.....	29
Tabel 3.1 Kualitatif Matriks SWOT.....	36
Tabel 3.2 Crew Produksi.....	39
Tabel 3.3 Breckdown Naskah.....	47
Tabel 3.4 Tabel Storyboard.....	51
Tabel 4.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dan Hasil Analisis.....	78
Tabel 4.2 Tabel Hasil Kuisisioner Aspek Informasi.....	79
Tabel 4.3 Tabel Hasil Kuisisioner Aspek Multimedia.....	81
Tabel 4.4 Tabel Bobot Nilai.....	82
Tabel 4.5 Presentase Nilai.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia.....	10
Gambar 2.2 <i>Frog Eye</i> .....	20
Gambar 2.3 <i>Low Angel</i> .....	21
Gambar 2.4 <i>Eye Level</i> .....	21
Gambar 2.5 <i>High Eye</i> .....	21
Gambar 2.6 <i>Extreme Close Up</i> .....	22
Gambar 2.7 <i>Group shoot</i> .....	22
Gambar 2.8 <i>Long Shoot</i> .....	23
Gambar 2.9 <i>Two Shoot</i> .....	23
Gambar 2.10 Contoh Storyboard .....	25
Gambar 3.1 Logo Perusahaan .....	31
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Infobank .....	31
Gambar 3.3 Tampilan Website .....	33
Gambar 3.4 Tampilan Facebook.....	34
Gambar 4.1 Olympus OMD EM-5 Mark I .....	57
Gambar 4.2 M.Zuiko 12-50 mm .....	58
Gambar 4.3 Shoot 1 .....	58
Gambar 4.4 Shoot 2 .....	59
Gambar 4.5 Shoot 3 .....	59
Gambar 4.6 Shoot 4 .....	60
Gambar 4.7 Shoot 5 .....	60
Gambar 4.8 Shoot 6 .....	61
Gambar 4.9 Shoot 7 .....	61
Gambar 4.10 Shoot 8 .....	62
Gambar 4.11 Membuat File Baru .....	63
Gambar 4.12 Ellipse Tool.....	64
Gambar 4.13 Pembuatan Objek pada Adobe Illustrator .....	64

Gambar 4.14 Pembuatan New Layer Pada Adobe Illustrator.....	65
Gambar 4.15 Mengatur Scale Objek.....	66
Gambar 4.16 Menambahkan Expression.....	67
Gambar 4.17 Membuat Objek menggunakan solid.....	67
Gambar 4.18 Mengatur Scale pada CC Radial ScaleWipe.....	68
Gambar 4.19 Solid Setting.....	68
Gambar 4.20 Menduplikat Layer.....	69
Gambar 4.21 Tampilan Akhir Transisi.....	69
Gambar 4.22 Tampilan File yang telah di Import.....	70
Gambar 4.23 <i>Noise Reduction</i> .....	70
Gambar 4.24 Penyimpanan File.....	71
Gambar 4.25 <i>Composition Setting</i> .....	72
Gambar 4.26 <i>Composition Scene 1</i> .....	72
Gambar 4.27 <i>Solid Setting</i> penambahan background.....	73
Gambar 4.28 New Project pada Adobe Premiere.....	74
Gambar 4.29 New Sequence pada Adobe Premiere.....	74
Gambar 4.30 Penggabungan Scene.....	75
Gambar 4.31 Pengaturan Narasi pada Scene.....	75
Gambar 4.32 <i>Export Setting</i> .....	76
Gambar 4.33 <i>Rendering File</i> .....	77
Gambar 4.34 Tampilan Youtube.....	87



## INTISARI

Sejalan dengan perkembangan tren media digital yang ada saat ini. Sebuah perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif perusahaan, pada kenyataannya adalah keunggulan komunikasi. Sehingga masalah dalam bersaing adalah masalah dalam berkomunikasi. Periklanan merupakan bentuk komunikasi yang digunakan untuk membujuk audiens untuk mengambil beberapa tindakan sehubungan dengan produk, ide, atau layanan. Jika berhasil dalam iklan, kemungkinan kita akan sukses dalam bisnis, agama, politik atau aktivitas lain yang membutuhkan komunikasi massa akan tingkat keberhasilan yang lebih tinggi.

Dengan mengambil objek "Infobank", saya akan membuat iklan dengan hasil akhir *video motion graphic* dengan menggunakan teknik *live shot* dan sinematografi didalamnya yang merupakan unsur-unsur untuk menciptakan sebuah konsep visual film sehingga menghasilkan video yang sinematik (film tampilan) untuk video.

Sementara untuk memperjelas informasi yang disampaikan saya memakai *motion graphic*. animasi sederhana dan mudah dimengerti yang bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam mendapatkan pesan yang disampaikan. *Motion graphic* didasarkan pada gambar datar, *vektor* dan *bitmap* sangat cocok untuk jenis iklan animasi presentasi.

**Kata Kunci:** *Periklanan, Iklan Video, Animasi 2D, Multimedia.*

## **ABSTRACT**

*In line with the development trend of digital media available today. A company must have a competitive advantage. The competitive advantage of the company, in fact are the hallmarks of communication. Thus the problem of competing is a problem in communicating. Advertising is a form of communication used to persuade the audience to take some action with respect to products, ideas, or services. If successful in the ad, chances are we will be successful in business, religion, political or other activities that require mass communication will be a higher success rate.*

*By taking the object "Infobank" I will create an ad with the end result motion graphic video using live shots and cinematography techniques therein which are elements to create a visual concept of the film resulting video, cinematic (film look) for video.*

*Meanwhile, to clarify the information submitted I wear motion graphic. simple and easy to understand animations that aims to facilitate consumers in getting the message delivered. Motion graphics are based on a flat image, vector and bitmap very suitable for this type of advertising animated presentation.*

**Keyword:** Advertising, Video Ads, 2D Animation, Multimedia.