

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI
BISNIS SUPPLIER TELUR ‘BERKAH MULIA’
MENGUNAKAN METODE MDLC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

FARREL FAUSTILLA ARKAN

22.12.2694

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI
BISNIS SUPPLIER TELUR ‘BERKAH MULIA’
MENGUNAKAN METODE MDLC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

FARREL FAUSTILLA ARKAN

22.12.2694

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI BISNIS
SUPPLIER TELUR 'BERKAH MULIA' MENGGUNAKAN METODE
MDLC**

yang disusun dan diajukan oleh

FARREL FAUSTILLA ARKAN

22.12.2694

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 21 Mei 2026

Dosen Pembimbing,



Mei Parwanto Kurniawan, S.Kom., M.Kom.

NIK. 190302187

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN DAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI BISNIS
SUPPLIER TELUR 'BERKAH MULIA' MENGGUNAKAN METODE
MDLC

yang disusun dan diajukan oleh

FARREL FAUSTILLA ARKAN

22.12.2694

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Mei 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Raditya Wardhana, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302208

Firman Asharudin, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302315

Mei Parwanto Kurniawan, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302187

Tanda-Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 21 Mei 2026

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. Dr. Kusrini, M.Kom.
NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Farrel Faustilla Arkan
NIM : 22.12.2694

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI BISNIS SUPPLIER TELUR 'BERKAH MULIA' MENGGUNAKAN METODE MDLC

Dosen Pembimbing : Mei P Kurniawan, S.Kom., 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, 21 Mei 2026

Yang Menyatakan,



FARREL FAUSTILLA ARKAN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kekuatan yang telah diberikan, karya sederhana ini peneliti persembahkan dengan tulus kepada:

1. Kedua Orang Tua Tercinta, yang selalu menjadi alasan utama untuk terus melangkah. Terima kasih atas cinta yang tak terbatas, doa yang tidak pernah putus di sepertiga malam, pengorbanan materi, serta dukungan moril yang menjadi semangat utama dalam menyelesaikan studi ini.
2. Keluarga Besar, kakak, adik, dan seluruh kerabat yang selalu memberikan keceriaan, semangat, dan doa-doa baik di setiap langkah perjalanan ini.
3. Bapak Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran, keikhlasan, dan waktu berharganya telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan ilmu yang sangat bermanfaat hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Mitra Bisnis Supplier Telur 'Berkah Mulia', terima kasih atas kesempatan, kerja sama, dan kepercayaan yang diberikan kepada peneliti untuk mengimplementasikan ilmu multimedia ini pada bisnis usaha.
5. Sahabat-Sahabat Terbaik dan Teman Seperjuangan, terima kasih atas susah senangnya dan saling menyemangati di kala jenuh melanda selama masa perkuliahan di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
6. Almamater Tercinta, Universitas AMIKOM Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuahn Yang Maha Esa, karena atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa selesainya karya ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Prof. Dr. Kusrini, M.Kom. selaku Dekan Program Fakultas Ilmu Komputer
3. Anggit Dwi Hartanto, M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi
4. Mei Parwanto Kurniawan, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, saran, dan motivasi terhadap penulis
5. Pemilik dan seluruh staf Supplier Telur Berkah Mulia, terima kasih atas izin, kerja sama, dan bantuan data yang diberikan selama peneliti melakukan riset.
6. Kedua Orang Tua Tercinta, yang tiada henti memberikan doa, kasih sayang, dukungan moril maupun materil, serta pengorbanan yang luar biasa demi keberhasilan peneliti.
7. Sahabat-sahabat dan Teman-teman Seperjuangan Sistem Informasi yang telah memberikan semangat, kebersamaan, dan bantuan dalam suka maupun duka.

Yogyakarta, 15 Mei 2025

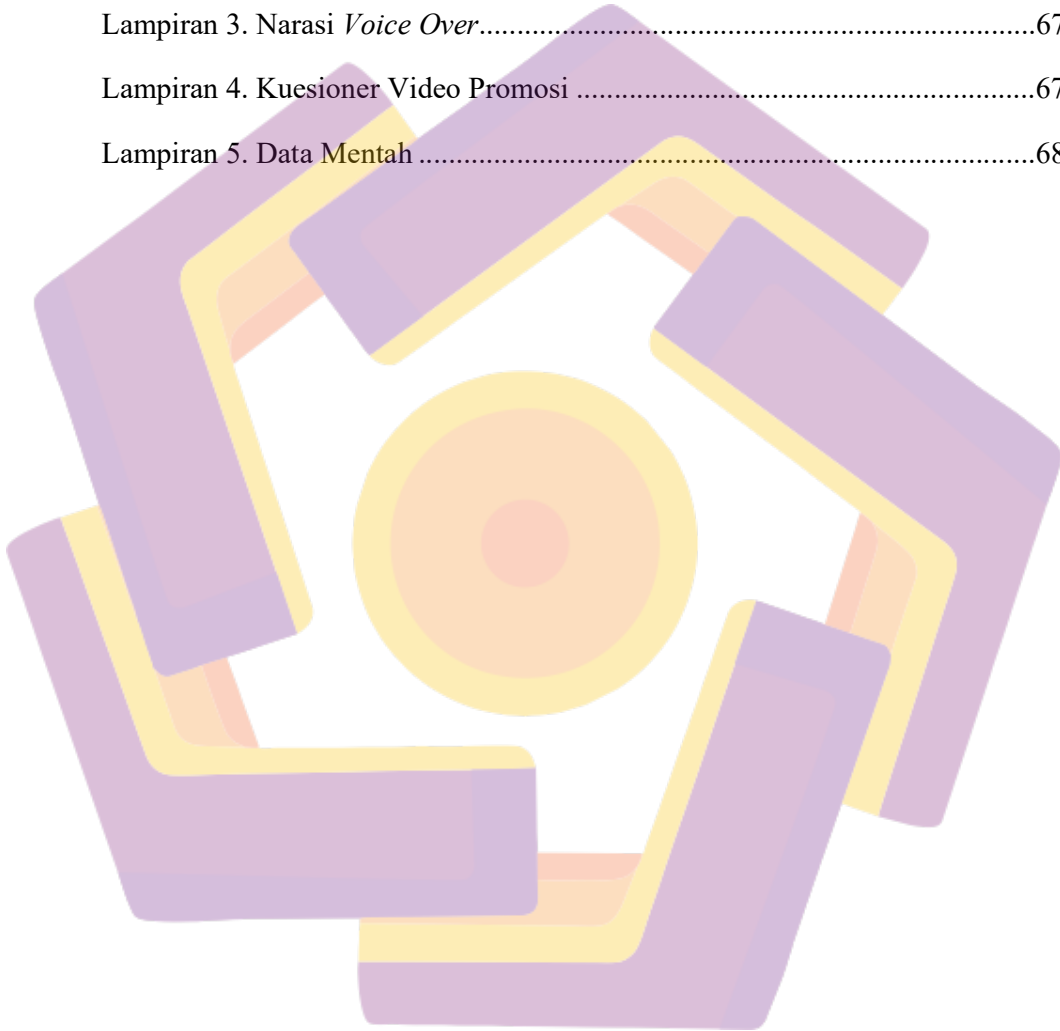
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Studi Literatur	6

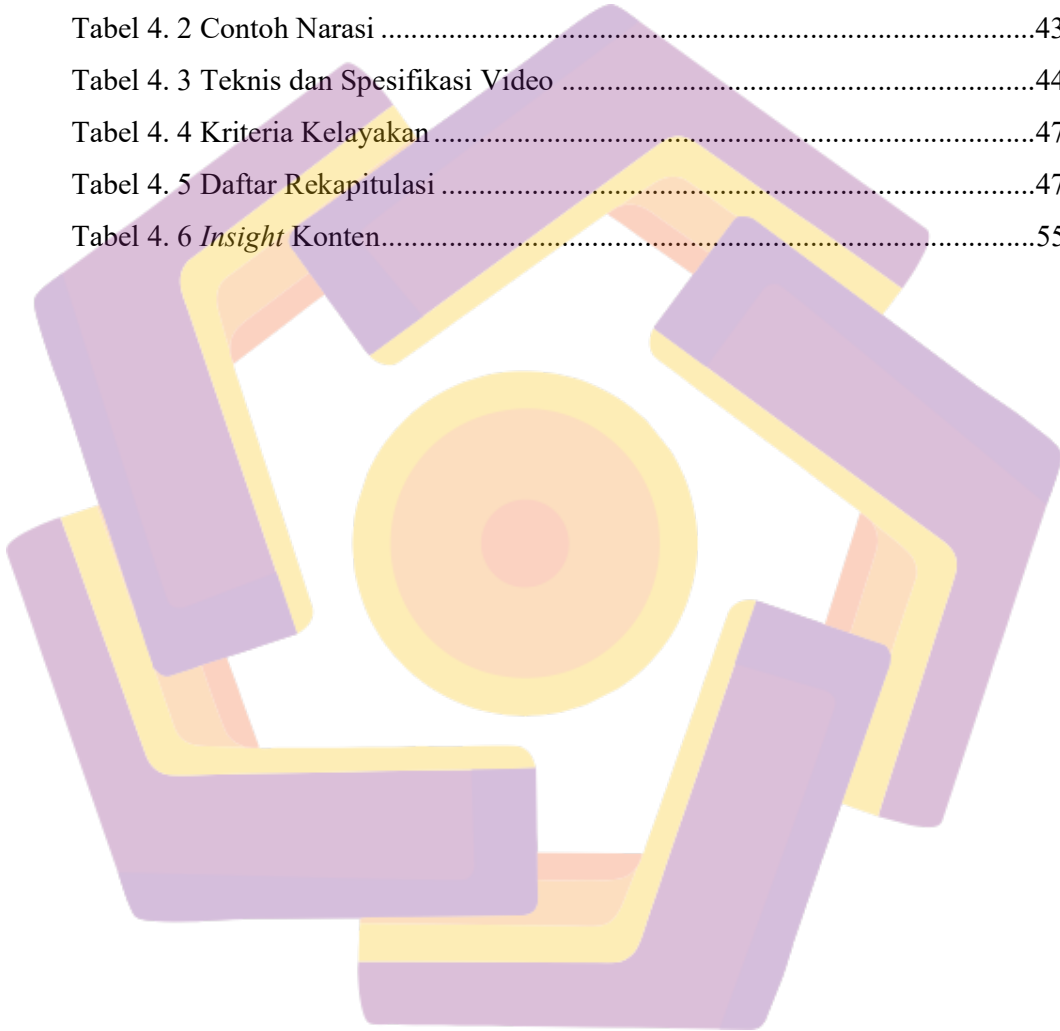
2.2	Dasar Teori.....	12
BAB III METODE PENELITIAN		14
3.1	Objek Penelitian.....	14
3.2	Alur Penelitian	15
3.3	Alat dan Bahan.....	17
3.3.1	Data Penelitian	18
3.3.2	Alat/instrumen.....	19
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		21
4.1	Hasil Penelitian	21
4.1.1	Concept	21
4.1.2	Design	21
4.1.3	Material Collecting	27
4.1.4	Assembly.....	31
4.1.5	Testing.....	45
4.1.6	Distribution	51
4.2	Evaluasi Hasil Distribusi.....	53
4.2.1	<i>Insight</i> Konten.....	54
4.2.2	Dampak Terhadap Bisnis.....	55
4.3	Pembahasan.....	56
4.3.1	Efektivitas Metode MDLC dalam Perancangan Video.....	56
4.3.2	Analisis Teknik Visual dan Motion Graphics.....	57
4.3.3	Hasil Pengujian (Testing).....	57
BAB V PENUTUP		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	59

REFERENSI	60
LAMPIRAN.....	64
Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	64
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara.....	66
Lampiran 3. Narasi <i>Voice Over</i>	67
Lampiran 4. Kuesioner Video Promosi	67
Lampiran 5. Data Mentah	68



DAFTAR TABEL

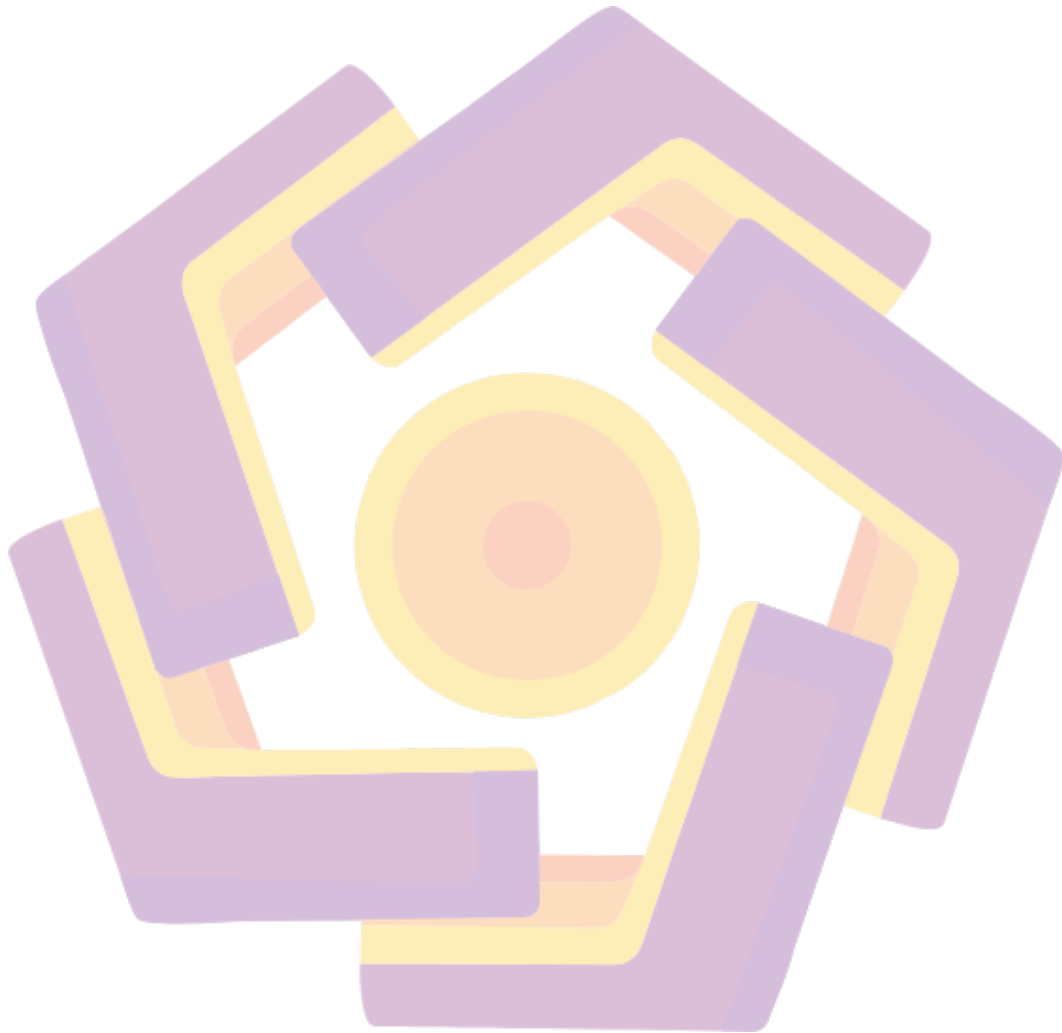
Tabel 2. 1 Studi Literatur	7
Tabel 3. 1 Perangkat Keras	19
Tabel 4. 1 <i>Storyboard</i>	22
Tabel 4. 2 Contoh Narasi	43
Tabel 4. 3 Teknis dan Spesifikasi Video	44
Tabel 4. 4 Kriteria Kelayakan	47
Tabel 4. 5 Daftar Rekapitulasi	47
Tabel 4. 6 <i>Insight</i> Konten.....	55



DAFTAR GAMBAR

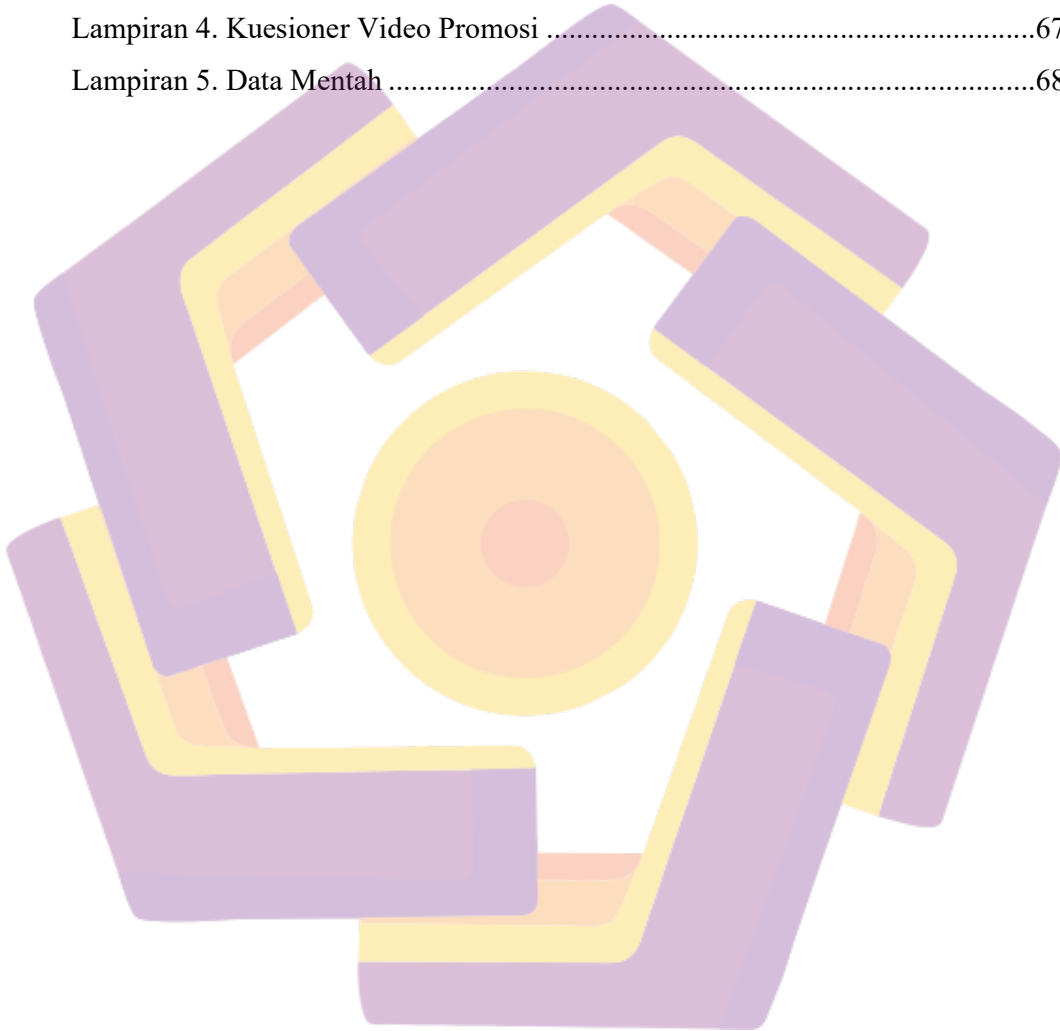
Gambar 3.1 Alur Penelitian	15
Gambar 4. 1 Proses <i>Shooting</i>	27
Gambar 4. 2 Dokumen Hasil <i>Shooting</i>	28
Gambar 4. 3 Logo Bisnis	29
Gambar 4. 4 Ikon Pendukung Visual	29
Gambar 4. 5 Audio BGM.....	30
Gambar 4. 6 <i>SFX Scene</i>	30
Gambar 4. 7 <i>SFX Transition</i>	31
Gambar 4. 8 <i>Timeline Editing</i>	32
Gambar 4. 9 <i>Keyframe Scale</i>	34
Gambar 4. 10 <i>Keyframe Position</i>	34
Gambar 4. 11 <i>Keyframe Opacity</i>	35
Gambar 4. 12 <i>Overlay Ikon Checklist</i>	36
Gambar 4. 13 <i>Transition</i>	37
Gambar 4. 14 <i>Scene Masking</i>	38
Gambar 4. 15 <i>Speed Ramp</i>	39
Gambar 4. 16 <i>Remove Background</i>	40
Gambar 4. 17 <i>Visual Texting</i>	41
Gambar 4. 18 <i>Freeze Frame</i>	41
Gambar 4. 19 <i>Freeze Frame</i>	42
Gambar 4. 20 Contoh VO Track paling bawah	42
Gambar 4. 21 Opsi Export CapCut.....	44
Gambar 4. 22 Diagram Lingkaran Responden.....	45
Gambar 4. 23 Sebelum Revisi	50
Gambar 4. 24 Setelah Revisi.....	50
Gambar 4. 25 Dokumentasi Distribusi.....	53
Gambar 4. 26 <i>Insight</i> TikTok.....	54
Gambar 4. 27 <i>Insight</i> IG Reels.....	54
Gambar 4. 28 <i>Insight</i> YT Shorts	55

Gambar 4. 29 Komentar pada unggahan IG Reels.....	56
---	----



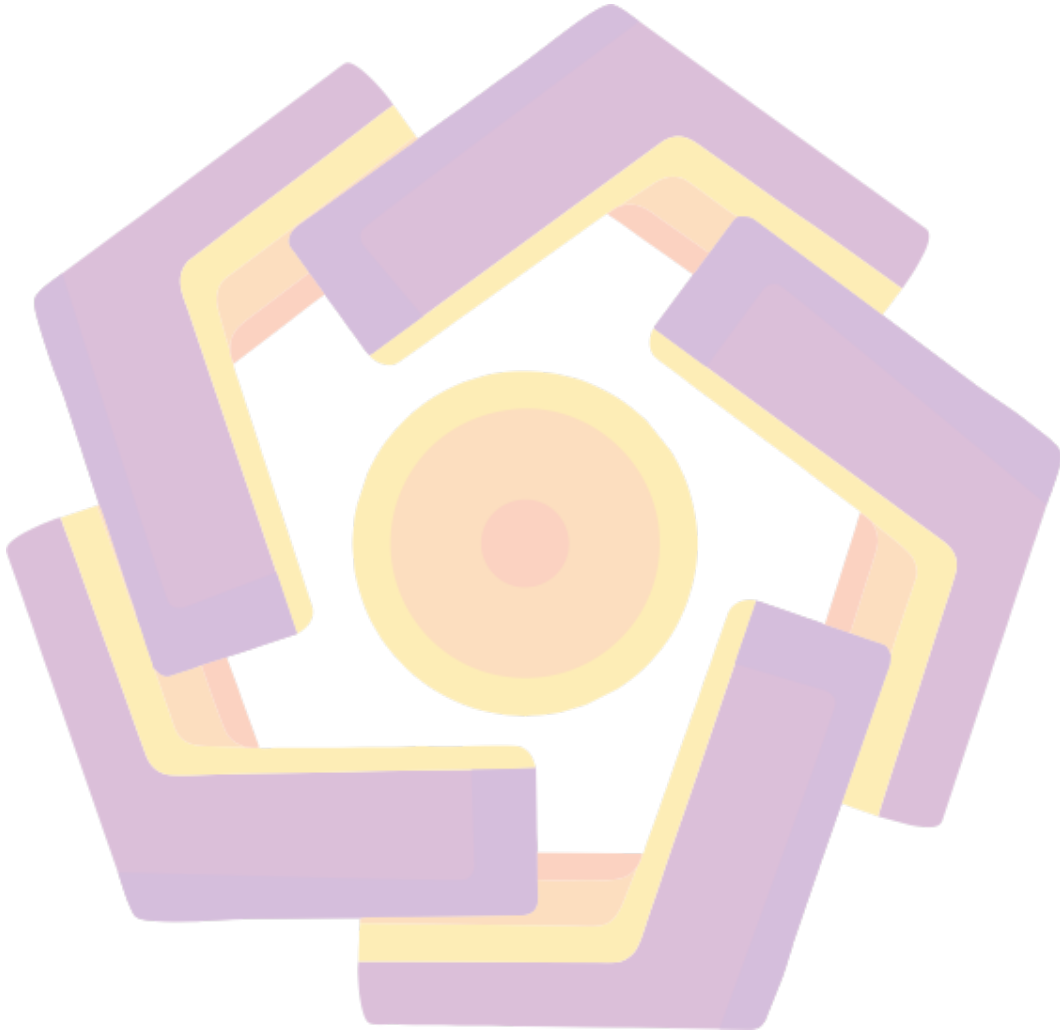
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	64
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara.....	66
Lampiran 3. Narasi <i>Voice Over</i>	67
Lampiran 4. Kuesioner Video Promosi	67
Lampiran 5. Data Mentah	68

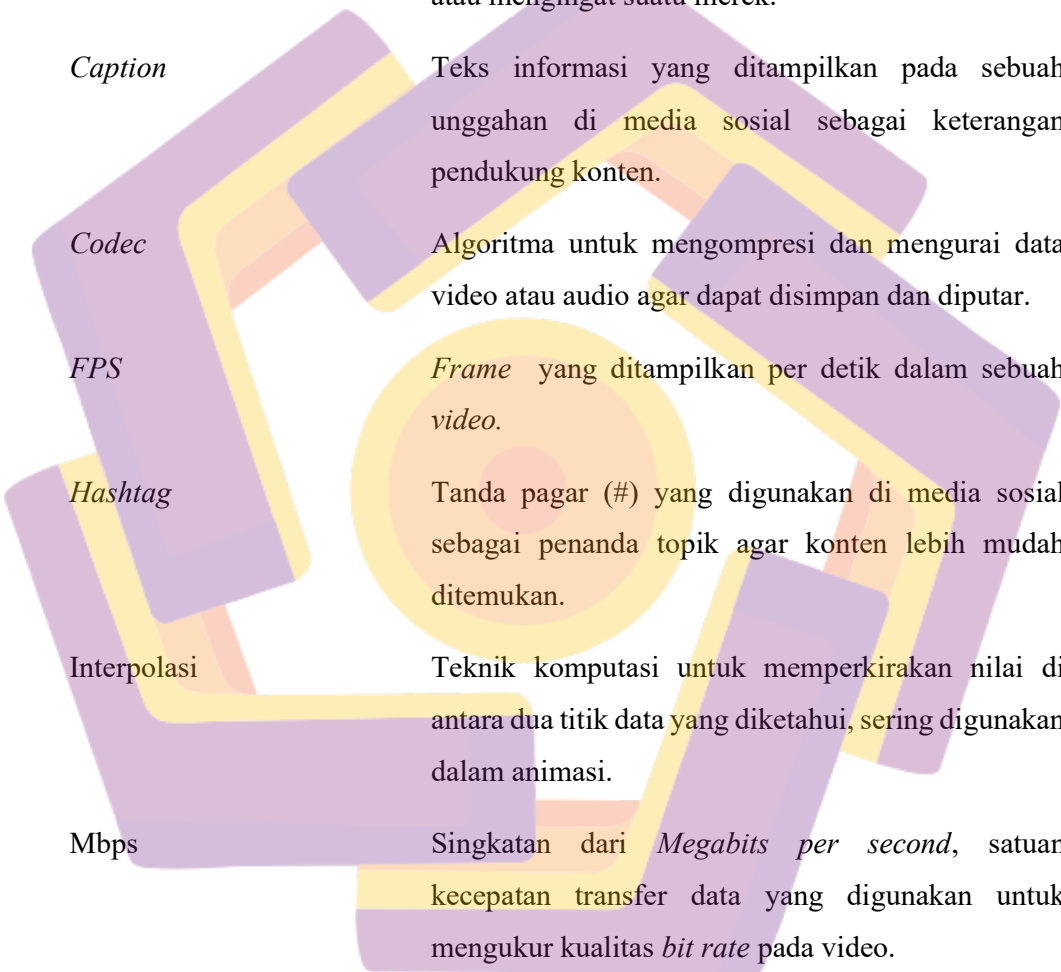


DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

P	Persentase Kelayakan
$\sum x$	Total Skor Aktual
S_{max}	Skor Maksimum Ideal



DAFTAR ISTILAH



<i>Bit Rate</i>	Jumlah data yang diproses per detik dalam sebuah file video atau audio.
<i>Brand Awareness</i>	Tingkat kemampuan konsumen dalam mengenali atau mengingat suatu merek.
<i>Caption</i>	Teks informasi yang ditampilkan pada sebuah unggahan di media sosial sebagai keterangan pendukung konten.
<i>Codec</i>	Algoritma untuk mengompresi dan mengurai data video atau audio agar dapat disimpan dan diputar.
<i>FPS</i>	<i>Frame</i> yang ditampilkan per detik dalam sebuah video.
<i>Hashtag</i>	Tanda pagar (#) yang digunakan di media sosial sebagai penanda topik agar konten lebih mudah ditemukan.
<i>Interpolasi</i>	Teknik komputasi untuk memperkirakan nilai di antara dua titik data yang diketahui, sering digunakan dalam animasi.
<i>Mbps</i>	Singkatan dari <i>Megabits per second</i> , satuan kecepatan transfer data yang digunakan untuk mengukur kualitas <i>bit rate</i> pada video.
<i>Motion Graphics</i>	Teknik animasi yang menggabungkan elemen grafis, teks, dan ilustrasi bergerak untuk menyampaikan informasi secara visual dan dinamis.
<i>Pixel</i>	Satuan terkecil penyusun gambar digital yang membentuk resolusi pada layar atau file gambar.

INTISARI

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media promosi sebagai sarana pemasaran yang efektif. Bisnis supplier telur Berkah Mulia masih menggunakan metode promosi konvensional sehingga jangkauan informasi dan tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan media promosi untuk mendukung kegiatan pemasaran digital pada bisnis supplier telur Berkah Mulia.

Perancangan media promosi dilakukan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang terdiri dari enam tahapan, yaitu *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution*. Media promosi yang dihasilkan berupa video promosi berbasis *motion graphic* dan infografis yang dilengkapi dengan elemen visual seperti logo, produk, serta informasi layanan untuk menyampaikan pesan secara informatif dan menarik.

Hasil dari perancangan video promosi ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness*, memperluas jangkauan pemasaran, serta menjadi media promosi digital yang efektif bagi bisnis supplier telur Berkah Mulia. Penerapan metode MDLC terbukti mampu membantu proses pengembangan media promosi secara sistematis dan terstruktur sesuai dengan kebutuhan bisnis.

Kata kunci: Media Promosi, Motion Graphic, MDLC, Pemasaran Digital, Multimedia Kreatif

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has encouraged businesses to utilize promotional media as an effective marketing tool. Berkah Mulia, an egg supplier business, still relies on conventional promotional methods, resulting in limited reach and low brand awareness. Therefore, this study aims to design and develop promotional media to support digital marketing activities for the Berkah Mulia egg supplier business.

The development of the promotional media is conducted using the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method, which consists of six stages: concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. The resulting promotional media takes the form of a promotional video incorporating motion graphics, infographics, product visuals, and brand identity elements to deliver information in an attractive and informative manner. The results of this promotional video design are expected to increase brand awareness, expand marketing reach, and serve as an effective digital promotional tool for Berkah Mulia's egg supplier business. The MDLC method has been proven to facilitate the systematic and structured development of promotional media tailored to business needs.

Keyword: *Promotion Media, Motion Graphics, MDLC, Digital Marketing, Creative Multimedia*