

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MANA COFFEE SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN  
MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Bryan Lutfi Pradhana**

**16.12.9238**

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

**2022**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MANA COFFEE SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN  
MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Bryan Lutfi Pradhana**

**16.12.9238**

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

**2022**

## **PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MANA COFFEE SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN  
MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bryan Lutfl Pradhana**

**16.12.9238**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 10 November 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Ferlan Fauzi Abdulloh, M.Kom.**

**NIK. 190302276**

## PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### PEMBUATAN VIDEO IKLAN MANA COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bryan Lutfl Pradhana**

**16.12.9238**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 November 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ferlan Fauzi Abdullah, M.Kom.  
NIK. 190302276

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom.  
NIK. 190302164

M. Nuraminudin, M.Kom.  
NIK. 190302408

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 3 Desember 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

Hanif Al Fatta, 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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 27 Oktober 2022



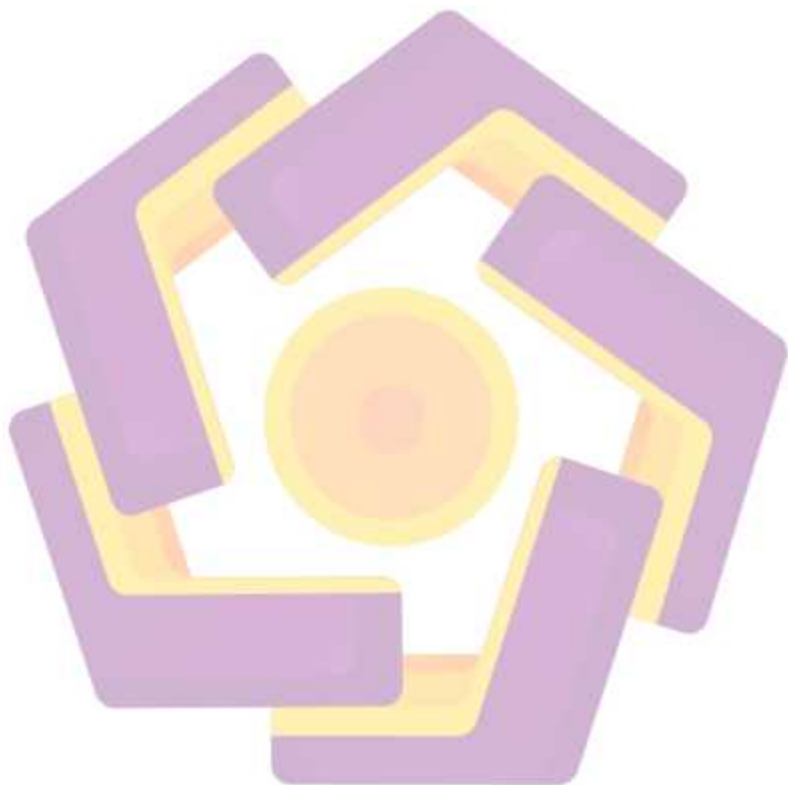
Bryan Lutfi Pradhana

NIM. 16.12.9238

## **MOTTO**

Sekarang atau Tidak sama sekali.

**Bryan Lutfl Pradhana**

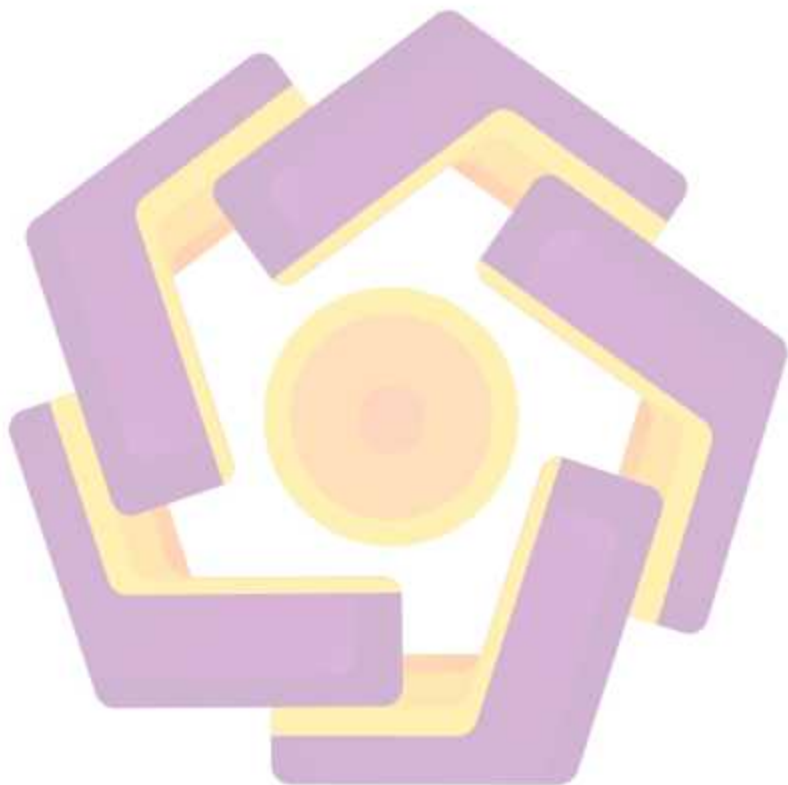


## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur dan terima kasih karena skripsi ini telah selesai, yang saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, skripsi ini adalah salah satu dari ungkapan rasa syukur atas anugerah, kasih sayang, berkah, dan rahmatnya yang selalu mengalir sampai kapanpun.
2. Kedua orang tua tercinta Evi Nurchayati dan Slamet Sugiarto yang selalu memberikan semua kasih sayang, semangat, dukungan, motivasi, bantuan, dan do'a tanpa henti.
3. Adik tersayang Dave Bagus Magandhi yang selalu memberikan dukungan, hiburan, dan semangat kapan saja dan dimana saja.
4. Bapak Ferian Fauzi Abdulloh, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan, bantuan, dan motivasi, dalam pembuatan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah dengan ikhlas memberikan semua ilmu yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
6. Bapak Haji Abdi Guna selaku pemilik dari Mana Coffee yang telah bersedia menjadikan Mana Coffee sebagai objek penelitian.

7. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.





## KATA PENGANTAR

Dengan penuh ucapan syukur dan terima kasih kepada Allah SWT atas kasih sayang, rahmat, dan anugerahnya, penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul " PEMBUATAN VIDEO IKLAN MANA COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC" dengan baik dan lancar.

Skripsi ini adalah salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa di Universitas Amikom Yogyakarta, bahwa mahasiswa telah menyelesaikan masa studi jenjang Strata Satu (S1) untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis memberikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al-Fatta, M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Ferian Fauzi Abdulloh, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan, bantuan, dan motivasi, dalam pembuatan skripsi.

4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan semua ilmu dalam bangku perkuliahan.
5. Kedua Orang Tua yang telah memberikan semua kasih sayang, semangat, dukungan, motivasi, bantuan, dan do'a tanpa henti.
6. Segenap kerabat keluarga yang telah memberikan dukungan dan do'a.
7. Nur Laely Maulida Rahmawati yang telah memberikan dorongan, do'a, dan motivasi untuk mengerjakan skripsi.
8. Gelar, Reza, Adam, Yuli, Bhimo, Imam, Sandy, Jason, Mas Soni, Mbak Maya, Shapex, dan segenap teman teman yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi.
9. Warga Kost Barak Ketepeng yang selalu memberikan support selama pengerjaan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sehingga penulis dapat mengembangkan hasil penelitian ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Terimakasih.

Yogyakarta, 1 Desember 2022



Bryan Lutfi Pradhana

## DAFTAR ISI

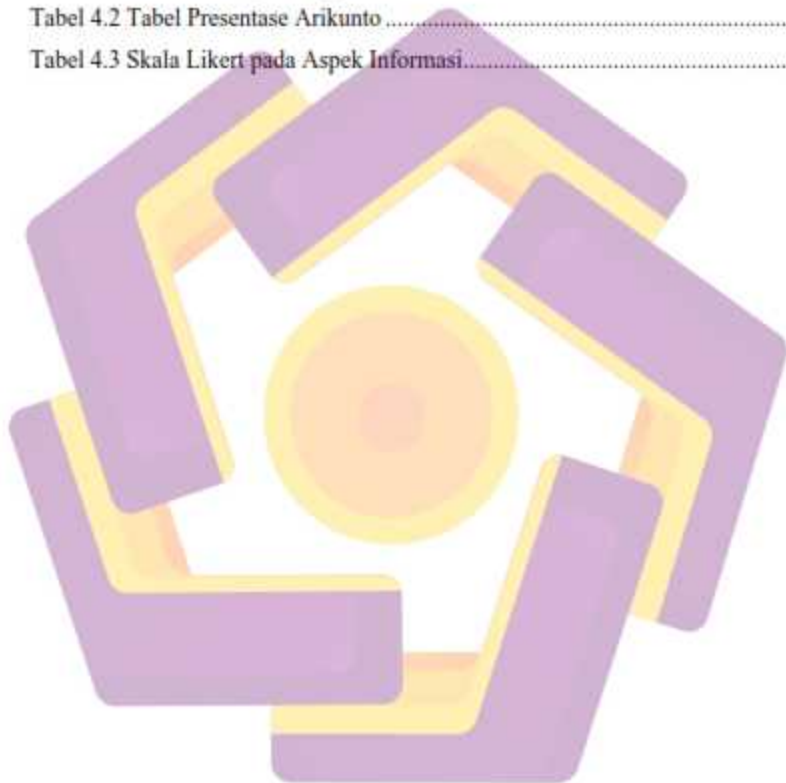
JUDUL.....	I
PERSETUJUAN.....	II
PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN.....	IIIIV
MOTTO.....	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
INTISARI.....	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	2
1.3 BATASAN MASALAH.....	3
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	3
1.6 METODE PENELITIAN.....	4
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 KAJIAN PUSTAKA.....	8

2.2	IKLAN.....	10
2.2.1	Pengertian Iklan .....	10
2.2.2	Jenis Iklan .....	10
2.2.3	Fungsi dan Tujuan Iklan.....	11
2.3	INSTAGRAM ADS.....	12
2.4	VIDEO .....	12
2.4.1	Pengertian Video.....	12
2.4.2	Jenis Video.....	12
2.4.3	Standar Video.....	13
2.5	LIVE SHOOT .....	14
2.5.1	Definisi Live Shoot.....	14
2.5.2	Sudut Pandang Kamera (Shoot).....	14
2.6	MOTION GRAPHIC .....	19
2.7	TAHAP PEMBUATAN VIDEO .....	20
2.7.1	Tahap Pra Produksi .....	20
2.7.2	Tahap Produksi .....	20
2.7.4	Skala Likert .....	21
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>23</b>
3.1	TINJAUAN UMUM.....	23
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	23
3.2	PENGUMPULAN DATA .....	24
3.2.1	Wawancara.....	24
3.2.2	Observasi.....	24
3.2.3	Target Iklan .....	25
3.3	ANALISIS MASALAH .....	26
3.3.1	Analisis SWOT .....	26
3.3.3	Analisis Kelayakan Sistem.....	28
3.4	PERANCANGAN IKLAN .....	29
3.4.1	Pengumpulan Ide dan Konsep.....	29

3.4.2 Perancangan Storyboard.....	30
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 IMPLEMENTASI.....	49
4.2 PRODUKSI .....	50
4.2.1 Pengambilan Video (Shooting).....	50
4.2.2 Pembuatan Objek Grafis .....	54
4.2.3 Pembuatan Audio.....	55
4.3 PASCA PRODUKSI.....	56
4.3.1 Pengolahan Video .....	56
4.3.2 Motion Graphic .....	65
4.4 EVALUASI .....	75
4.4.1 Perhitungan Skala Likert pada Aspek Multimedia .....	76
4.4.2 Perhitungan Skala Likert pada Aspek Informasi .....	79
4.5 MEDIA PLACEMENT .....	82
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
5.1 KESIMPULAN.....	85
5.2 SARAN.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	9
Tabel 3.1 Tabel Storyboard.....	30
Tabel 4.1 Skala Likert pada Aspek Multimedia .....	76
Tabel 4.2 Tabel Presentase Arikunto .....	77
Tabel 4.3 Skala Likert pada Aspek Informasi.....	79

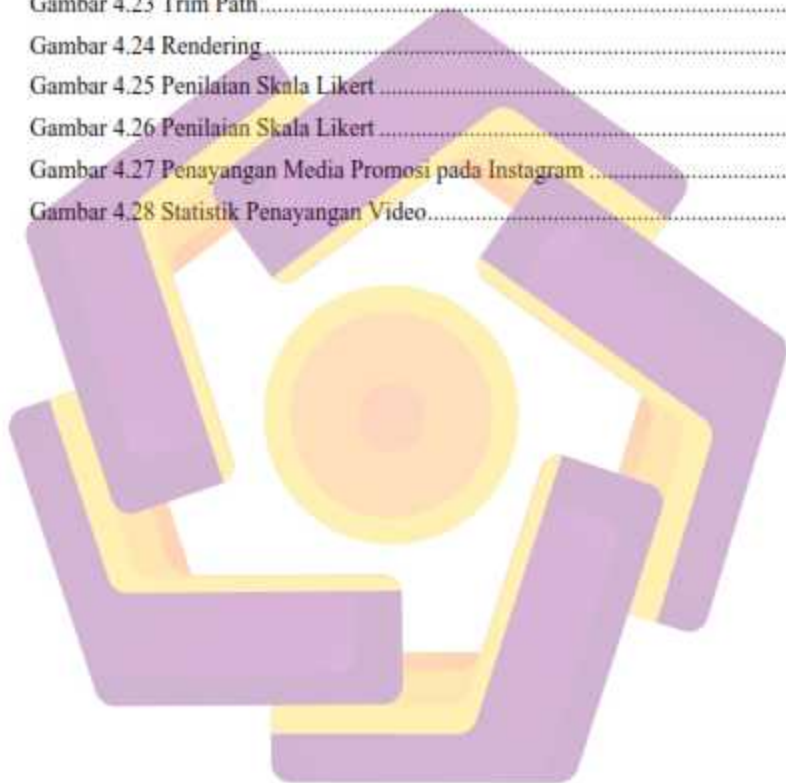


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Close Up.....	15
Gambar 2.2 Medium Close Up .....	16
Gambar 2.3 Big Close Up .....	16
Gambar 2.4 Extreme Close Up .....	17
Gambar 2.5 Long Shoot .....	18
Gambar 2.6 Medium Long Shoot.....	18
Gambar 2.7 Extreme Long Shoot.....	19
Gambar 2.8 Presentase Penilaian Likert .....	22
Gambar 3.1 Logo Mana Coffee .....	23
Gambar 3.2 Instagram Mana Coffee.....	25
Gambar 4.1 Bagan Produksi & Pasca Produksi.....	49
Gambar 4.2 Pengambilan Gambar Close Up.....	50
Gambar 4.3 Pengambilan Gambar Medium Close Up.....	51
Gambar 4.4 Pengambilan Gambar Long Shoot .....	52
Gambar 4.5 Pengambilan Gambar Medium Long Shoot.....	53
Gambar 4.6 Pembuatan Objek Grafis .....	54
Gambar 4.7 Proses Pengolahan Audio.....	55
Gambar 4.8 Manajemen File Video.....	56
Gambar 4.9 Pengaturan Lembar Kerja pada Adobe Premiere Pro .....	57
Gambar 4.10 Sequence Preset.....	58
Gambar 4.11 Main Sequence.....	59
Gambar 4.12 Penempatan Urutan File .....	60
Gambar 4.13 Penambahan Background Audio.....	61
Gambar 4.14 Pemotongan Video .....	62
Gambar 4.15 Penambahan Audio Narasi .....	63
Gambar 4.16 Tahap Color Correction.....	64
Gambar 4.17 Position.....	66



Gambar 4.18 Scale .....	67
Gambar 4.19 Rotation .....	68
Gambar 4.20 Opacity .....	69
Gambar 4.21 Slide Object .....	70
Gambar 4.22 3D Symbol .....	72
Gambar 4.23 Trim Path .....	73
Gambar 4.24 Rendering .....	74
Gambar 4.25 Penilaian Skala Likert .....	76
Gambar 4.26 Penilaian Skala Likert .....	79
Gambar 4.27 Penayangan Media Promosi pada Instagram .....	83
Gambar 4.28 Statistik Penayangan Video .....	84



## INTISARI

Iklan adalah suatu hal yang penting untuk mencapai suatu target bisnis dan usaha dalam upaya meningkatkan daya tarik penjualan produk. Video Iklan sebagai media promosi merupakan salah satu dari bentuk media informasi yang dapat digunakan dalam proses pengenalan suatu produk, usaha, dan jasa.

Mana Coffee adalah usaha yang bergerak dalam bidang jasa kuliner. Memiliki keunggulan pada menu minuman kopi dan makanan ringan. Selama ini, Mana Coffee lebih banyak melakukan penggunaan kombinasi elemen multimedia berupa foto dan teks dalam konten account Instagram guna melakukan kegiatan promosi. Dalam upaya mengenalkan produk dari Mana Coffee secara lebih atraktif, maka dibutuhkanlah media promosi berupa Video Iklan. Video Iklan adalah salah satu dari bentuk media promosi pada suatu usaha. Tujuan iklan adalah untuk mendorong seseorang agar tertarik pada produk, usaha, dan jasa yang ditawarkan oleh penjual.

Pembuatan Iklan ini akan menggabungkan lima elemen media berupa Gambar, Video, Teks, Audio dan Animasi. Video Iklan ini dibuat dengan konsep kombinasi penggunaan Teknik Live Shoot, Motion Graphic, dan beberapa teknik lainnya. Dengan dibuatnya Video Iklan ini, diharapkan Mana Coffee semakin lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dapat meningkatkan daya penjualan produknya dalam kegiatan operasional penjualan sehari-hari.

**Kata Kunci:** Iklan, Media Promosi, Multimedia, Live Shoot, Motion Graphic, Mana Coffee

## **ABSTRACT**

*Advertising is an important thing to achieve a business target and an effort to increase the attractiveness of product sales. Video Advertising as a promotional media is one of the forms of information media that can be used in the process of introducing a product, business, and service.*

*Mana Coffee is a business engaged in culinary services. Has an advantage on the menu of coffee drinks and snacks. So far, Mana Coffee has mostly used a combination of multimedia elements in the form of photos and text in Instagram account content to carry out promotional activities. In an effort to introduce products from Mana Coffee more attractively, a promotional media is needed in the form of Video Advertising. Video Advertising is one of the forms of promotional media in a business. The purpose of advertising is to encourage someone to be interested in the products, businesses, and services offered by the seller.*

*This Ad creation will combine five media elements in the form of Image, Video, Text, Audio and Animation. This advertising video was made with the concept of a combination of using Live Shoot Techniques, Motion Graphics, and several other techniques. By making this Advertising Video, it is hoped that Mana Coffee will be better known by the wider community and can increase the selling power of its products in daily sales operations.*

**Keyword:** *Advertising, Promotional Media, Multimedia, Live Shoot, Motion Graphic, Mana Coffee*