

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA “LIMASAN KOPI”
MENGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT*
DAN *MOTION GRAPHIC***

SKRIPSI



disusun oleh

Fuad Fahrudin

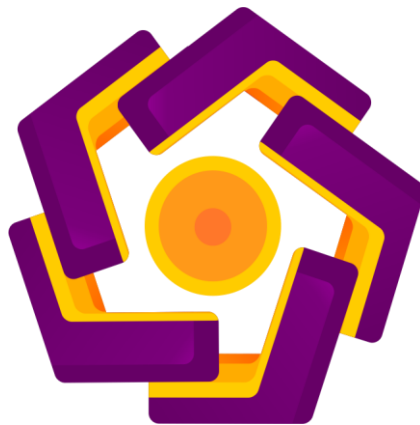
19.22.2338

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA “LIMASAN KOPI”
MENGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT*
DAN *MOTION GRAPHIC***

SKRIPSI

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



disusun oleh

Fuad Fahrudin

19.22.2338

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA “LIMASAN KOPI”
MENGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT*
DAN *MOTION GRAPHIC***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fuad Fahrudin

19.22.2338

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 Juli 2021

Dosen Pembimbing,

Agung Nugroho, M. Kom

NIK. 190302242

PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA “LIMASAN KOPI”
MENGGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT*
DAN *MOTION GRAPHIC*

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fuad Fahrudin

19.22.2338

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 26 Juli 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Lukman, M.KOM
NIK. 1903002151

Arif Akbarul Huda, S.Si, M.Eng
NIK. 190302287

Agung Nugroho, M.kom
NIK. 190302242

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 22 Agustus 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, S.kom., 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, 19 Agustus 2021



Fuad Fahrudin

NIM. 19.22.2338

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunianya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Adapun judul dari skripsi ini adalah “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi pada “Limasan Kopi” Menggunakan Teknik *Live shoot* dan *Motion Graphic*”.

Selama penyusunan skripsi ini, banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi. Namun demikian berkat adanya bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, penulis akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer
3. Bapak Agung Nugroho, M.Kom. sebagai pembimbing, terima kasih telah menyumbangkan waktu, tenaga dan pikiran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Kedua Orang Tua, yang senantiasa memberikan cinta, kasih sayang serta dukungan moril kepada penulis.
6. Ketiga Adik yang memberikan semangat serta doa kepada penulis.

7. Terima kasih banyak kepada saudara Jek yang senantiasa mendukung penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman yang selalu menghibur dan memberi semangat.
9. Semua pihak yang pada kesempatan ini yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan laporan ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini agar bisa bermanfaat dan diterima oleh semua pihak.

Yogyakarta, 23 Juli 2021

Fuad Fahrudin
NIM: 19.22.2338

DAFTAR ISI

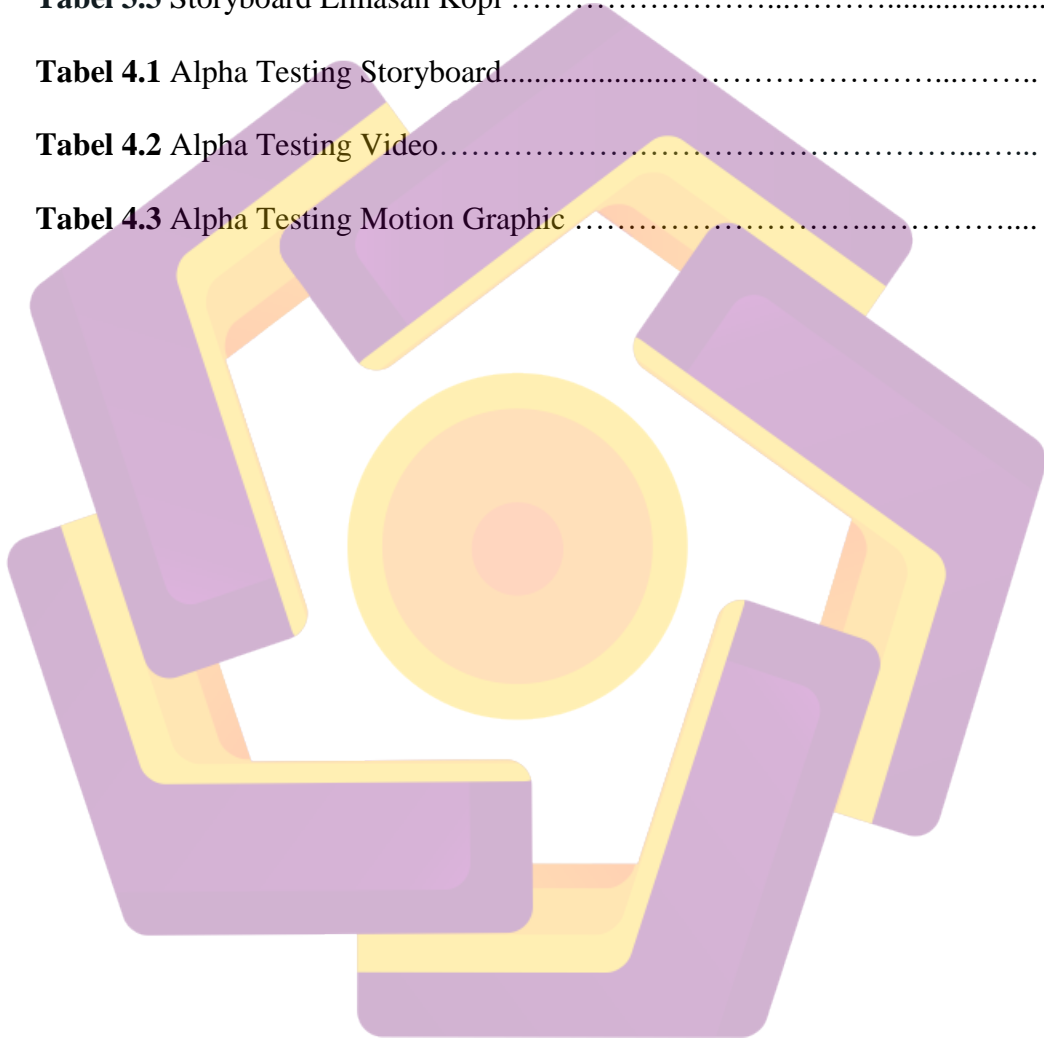
HALAMAN JUDUL	<u>ii</u>
PERSETUJUAN.....	<u>iii</u>
PENGESAHAN	<u>iv</u>
PERNYATAAN.....	<u>v</u>
KATA PENGANTAR.....	<u>vi</u>
DAFTAR ISI.....	<u>viii</u>
DAFTAR TABEL	<u>xi</u>
DAFTAR GAMBAR.....	<u>xii</u>
INTISARI	<u>xiii</u>
ABSTRACT	<u>xiv</u>
BAB I PENDAHULUAN.....	<u>1</u>
1.1 Latar Belakang	<u>1</u>
1.2 Rumusan Masalah	<u>3</u>
1.3 Batasan Masalah.....	<u>3</u>
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	<u>4</u>
1.5 Manfaat Penelitian	<u>5</u>
1.6 Metode Penelitian.....	<u>5</u>
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	<u>5</u>
1.6.1.1 Metode Observasi	<u>5</u>
1.6.1.2 Metode Wawancara.....	<u>5</u>
1.6.2 Metode Analisis	<u>5</u>
1.6.3 Metode Perancangan	<u>5</u>
1.7 Sistematika Penulisan	<u>6</u>
BAB II LANDASAN TEORI.....	<u>8</u>
2.1 Kajian Pustaka.....	<u>8</u>

2.2	Dasar Teori.....	9
2.2.1	Definisi Perancangan	9
2.2.2	Definisi Pembuatan	9
2.2.3	Definisi Iklan.....	9
2.3	Definisi Motion Graphic	9
2.3.1	Pengertian Desain Grafis.....	9
2.3.2	Pengertian Animasi	10
2.4	Sejarah Animasi	10
2.5	Jenis-jenis Animasi	10
BAB III METODE PENELITIAN		12
3.1	Gambaran Umum	12
3.2	Alat dan Bahan Penelitian	12
3.2.1	Alat.....	13
3.2.2	Bahan Penelitian.....	13
3.3	Analisis.....	14
3.3.1	Hasil Observasi	14
3.3.1.1	Flat Design	14
3.3.1.2	Typography	14
3.3.1.3	Sebagai Media Promosi	14
3.3.2	Hasil Wawancara	15
3.4	Analisis Swot	17
3.5	Solusi yang Disarankan.....	18
3.6	Solusi yang Dipilih.....	18
3.7	Perancangan	19
3.7.1	Pra Produksi	19
3.7.1.1	Konsep/Pembuatan Ide.....	19
3.7.1.2	Cerita dan Skenario	19
3.7.1.3	Storyboard	20
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		24
4.1	Produksi	24

4.1.1	Pengambilan Gambar	<u>24</u>
4.1.2	Proses Pembuatan Motion Graphic	<u>24</u>
4.2	Pasca Produksi	<u>27</u>
4.2.1	Composition	<u>27</u>
4.2.2	Rendering	<u>28</u>
4.3	Testing.....	<u>28</u>
4.3.1	Alpha Test.....	<u>28</u>
4.3	Distribusi.....	<u>29</u>
BAB V PENUTUP		<u>31</u>
5.1	Kesimpulan	<u>31</u>
5.2	Saran.....	<u>31</u>
DAFTAR PUSTAKA		<u>32</u>
LAMPIRAN.....		<u>33</u>

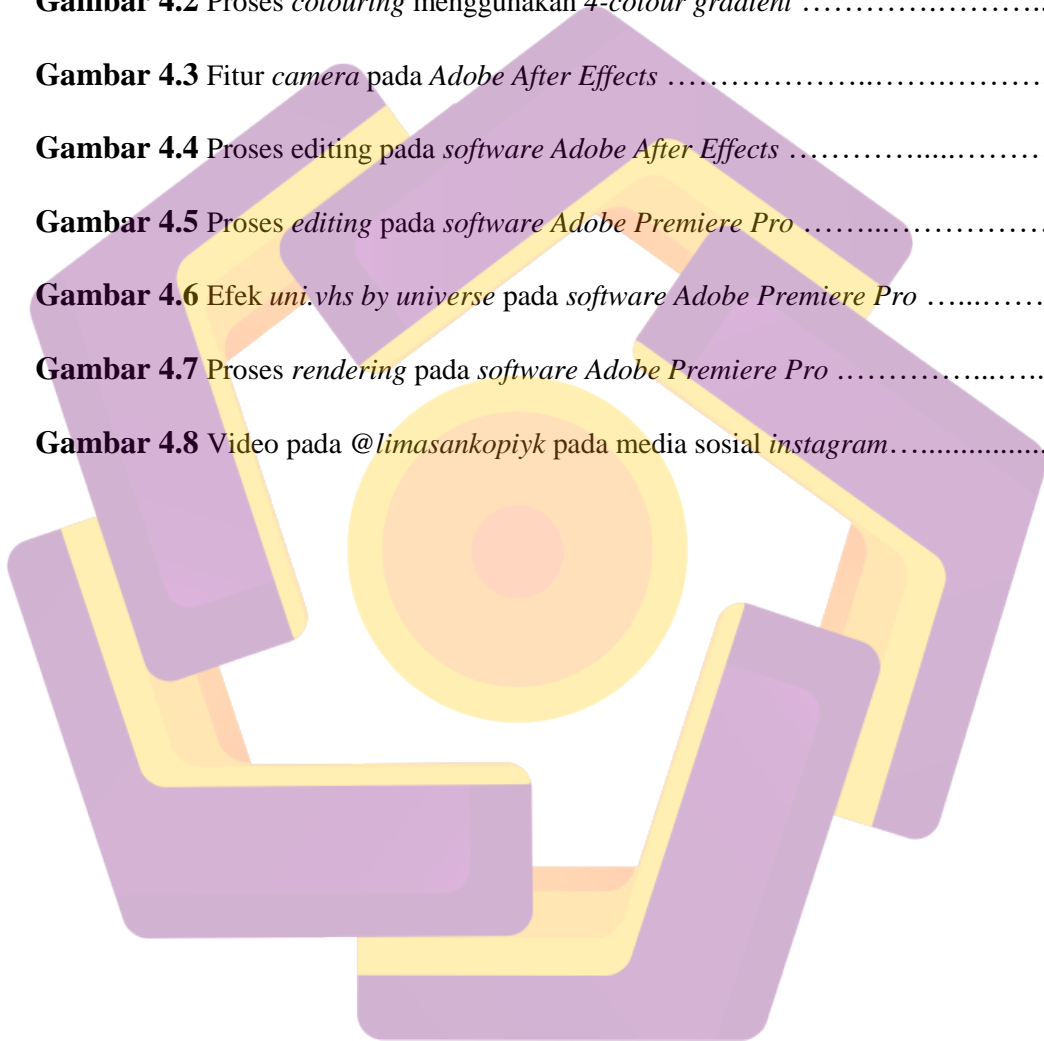
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisa SWOT	32
Tabel 3.2 Skenario Limasan Kopi	35
Tabel 3.3 Storyboard Limasan Kopi	35
Tabel 4.1 Alpha Testing Storyboard.....	43
Tabel 4.2 Alpha Testing Video.....	44
Tabel 4.3 Alpha Testing Motion Graphic	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Totok Dwi Harjianto (Pemilik Limasan Kopi).....	31
Gambar 4.1 Proses editing pada <i>software Adobe Photoshop</i>	40
Gambar 4.2 Proses <i>colouring</i> menggunakan <i>4-colour gradient</i>	40
Gambar 4.3 Fitur <i>camera</i> pada <i>Adobe After Effects</i>	40
Gambar 4.4 Proses editing pada <i>software Adobe After Effects</i>	41
Gambar 4.5 Proses <i>editing</i> pada <i>software Adobe Premiere Pro</i>	42
Gambar 4.6 Efek <i>uni.vhs by universe</i> pada <i>software Adobe Premiere Pro</i>	42
Gambar 4.7 Proses <i>rendering</i> pada <i>software Adobe Premiere Pro</i>	43
Gambar 4.8 Video pada <i>@limasankopi</i> pada media sosial <i>instagram</i>	45



INTISARI

Limasan Kopi adalah kedai kopi yang menjual berbagai menu berbahan dasar kopi yang inovatif. Kedai Kopi ini mengusung tema rumah adat tradisional dalam desain bangunannya, dimana tujuannya untuk menciptakan kembali suasana menikmati kopi bernuansa tradisional. Walaupun mengusung nuansa tradisional, namun dalam menyajikan produk-produknya Limasan Kopi tetap berinovasi agar bisa tetap bersaing dengan kedai-kedai kopi modern yang belakangan ini sangat digemari oleh penikmat kopi, terutama anak-anak muda.

Namun, informasi tentang produk-produk Limasan Kopi belum banyak diketahui oleh masyarakat luas, dikarenakan metode promosi Limasan Kopi yang minim dalam mempromosikan produk-produknya. Maka dari itu dibutuhkan suatu media promosi alternatif yang bisa mempromosikan produk-produk Limasan Kopi agar bisa di kenal oleh masyarakat luas.

Cara agar produk-produk Limasan Kopi bisa dikenal oleh masyarakat luas adalah dengan membuat dan merancang video iklan sebagai media promosi menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

Hasil dari penelitian ini adalah dengan meningkatnya jumlah *engagement rate* atau ketertarikan calon pelanggan pada media sosial *instagram* milik Limasan Kopi ketika melihat video iklan sebagai media promosi pada Limasan Kopi.

Kata Kunci: Kedai Kopi, Rumah Adat, Video Iklan, *Live Shoot*, *Motion Graphic*, *engagement rate*.

ABSTRACT

Limasan Kopi is a coffee shop that sells a variety of innovative coffee-based menus. This coffee shop carries the theme of traditional houses in its building design, where the aim is to recreate the atmosphere of enjoying traditional coffee. Even though it carries a traditional feel, in presenting its products, Limasan Kopi continues to innovate in order to remain competitive with modern coffee shops which are currently very popular with coffee connoisseurs, especially young people.

However, information about Limasan Kopi products is not widely known by the public, due to the lack of promotion methods for Limasan Kopi in promoting their products. Therefore we need an alternative promotional media that can promote Limasan Kopi products so that they can be recognized by the wider community.

The way for Limasan Kopi's products to be known by the public is to create and design video advertisements as promotional media using live shoot and motion graphics techniques.

The results of this study are the increasing number of engagement rates or potential customers' interest in Limasan Kopi's Instagram social media when viewing advertising videos as promotional media on Limasan Kopi.

Keyword: *Coffee Shop, Traditional House, Advertising Video, Live Shoot, Motion Graphic, Engagement rate.*