

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN PADA KEDAI 49 WEDANG  
KAMPOENG MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN  
MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

“Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Komputer  
pada Program Teknologi Informasi”



**Disusun Oleh:**

**CAHYO GUMILANG**

**18.82.0503**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN PADA KEDAI 49 WEDANG  
KAMPOENG MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN  
MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

“Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Komputer  
pada Program Teknologi Informasi”



**Disusun Oleh:**

**CAHYO GUMILANG**

**18.82.0503**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

# HALAMAN PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN VIDEO IKLAN PADA KEDAI 49 WEDANG KAMPOENG MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC

yang disusun dan diajukan oleh

**CAHYO GUMILANG**

**18.82.0503**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 21 Februari 2023

**Dosen Pembimbing,**

  
**Bernadhed, M.Kom**

**NIK. 190302243**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PERANCANGAN VIDEO IKLAN PADA KEDAI 49 WEDANG**  
**KAMPOENG MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN MOTION**  
**GRAPHIC**

yang disusun dan diajukan oleh

**CAHYO GUMILANG**

**18.82.0503**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 21 Februari 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom**  
**NIK. 190302390**

**Theopilus Bayu Sasongko, S.Kom, M.Eng**  
**NIK. 190302375**

**Bernadhed, M.Kom**  
**NIK. 190302243**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 21 Februari 2023

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini,

Nama mahasiswa : Cahyo Gumilang

NIM : 18.82.0503

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

### **PERANCANGAN VIDEO IKLAN PADA KEDAI 49 WEDANG KAMPOENG MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC**

Dosen Pembimbing : Bernadhed, 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,

Yang Menyatakan,



Cahyo Gumilang

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Perancangan Video Iklan Pada Kedai 49 Wedang Kampoeng Menggunakan Teknik Live Shot Dan Motion Graphic."

Skripsi ini dapat diselesaikan semata karena penulis menerima banyak bantuan dan dukungan. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Hanif Al Fatta,S,Kom.,M.kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Negeri Surabaya yang telah memudahkan perizinan penelitian.
2. Bapak Bernadhed, M.Kom selaku Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, waktu, dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Bapak elang jaya selaku pemilik kedai 49 Wedang Kampoeng yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan kedai Wedang Kampoeng sebagai objek penelitian.
4. Kedua orang tua penulis yang tiada lelah memberikan bantuan berupa dukungan, doa, serta dana untuk meyelesaikan penelitian ini.
5. teman- teman penulis yang selalu memberikan masukan dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karenanya, saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, 21 februari 2023

Penulis

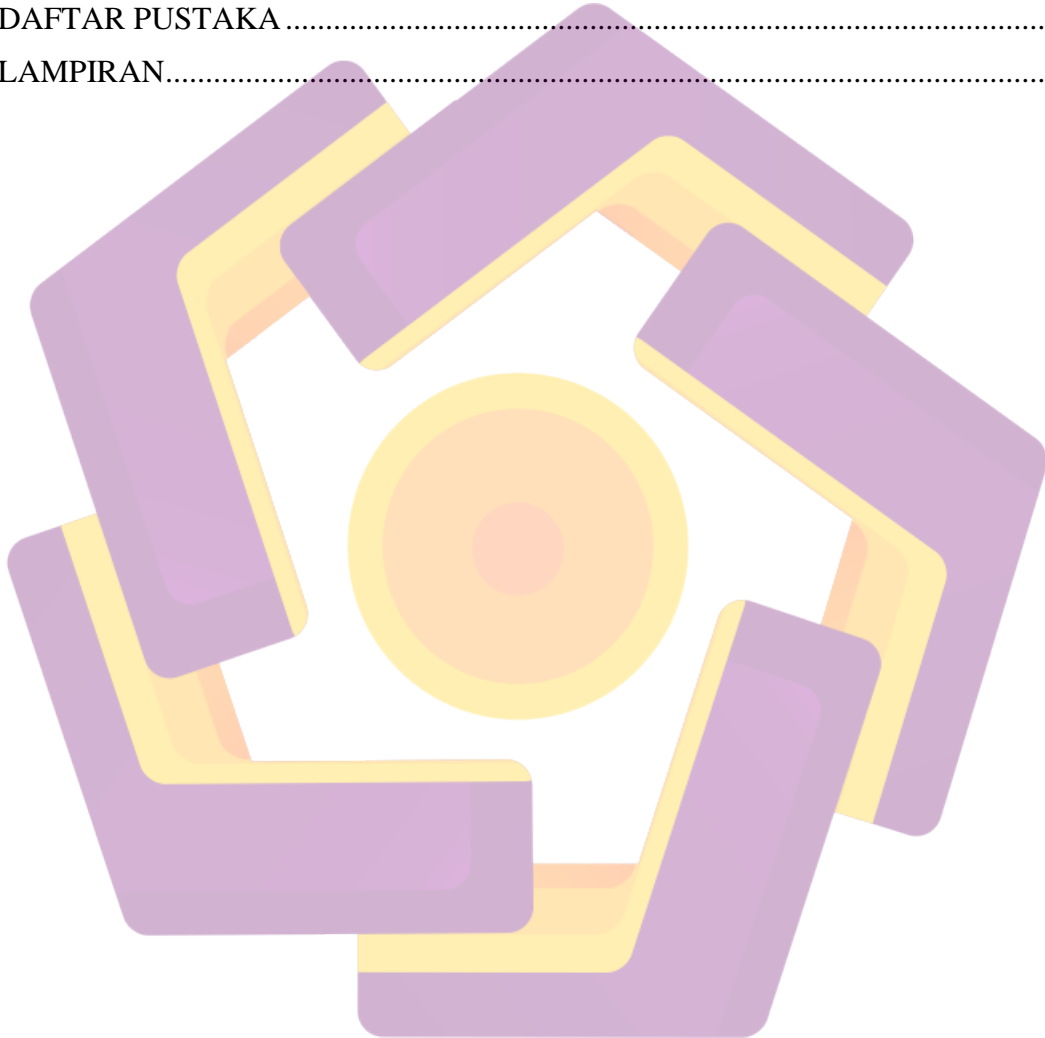
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTISARI .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I.....	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.....	5
BAB II.....	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.2 Dasar Teori.....	9
2.2.1 Definisi multimedia .....	9
2.2.2 Elemen Multimedia.....	10
2.2.3 Video.....	11
2.2.4 Standar Video .....	11
2.2.5 Format File Video .....	12
2.2.6 Pengertian Live shoot .....	13
2.2.7 Teknik Pengambilan Gambar .....	13
2.2.8 Iklan .....	23
2.2.9 Jenis iklan berdasarkan tujuan .....	23
2.2.10 Iklan Instagram .....	24
2.2.11 Gambar Vector.....	24

2.2.12	Motion Graphic.....	25
2.2.13	Metode Analisis SWOT.....	25
2.2.14	Analisis system.....	25
2.2.15	Tahap Perancangan video.....	26
2.2.16	Evaluasi.....	28
<b>BAB III</b>	.....	<b>30</b>
3.1.	Gambaran Umum Penelitian.....	30
3.2.	Tinjauan Umum.....	30
3.3.	Pengumpulan Data.....	31
3.3.1.	Wawancara.....	31
3.3.2.	Observasi.....	32
3.4.	Analisis Masalah.....	32
3.4.1.	Analisis SWOT.....	32
3.4.2.	Kelemahan.....	34
3.4.3.	Solusi yang dipilih.....	34
3.5.	Analisis Kebutuhan.....	35
3.5.1.	Kebutuhan fungsional.....	35
3.5.2.	Kebutuhan non-fungsional.....	35
3.5.3.	Kebutuhan <i>hardware</i> (perangkat keras).....	35
3.5.4.	Kebutuhan <i>software</i> (perangkat lunak).....	36
3.5.5.	Kebutuhan <i>brainware</i> .....	36
3.6.	Pra Produksi.....	36
3.6.1.	Ide cerita.....	36
3.6.2.	Naskah.....	37
3.6.3.	Storyboard.....	40
<b>BAB IV</b>	.....	<b>44</b>
4.1	Produksi.....	44
4.1.1	Pengambilan Video.....	44
4.1.2	Pembuatan aset animasi.....	45
4.2	Pasca Produksi.....	48
4.2.1	Pembuatan motion graphic logo kedai.....	48
4.2.2	Compositing.....	56
4.2.3	Editting.....	57
4.3	Evaluasi.....	78

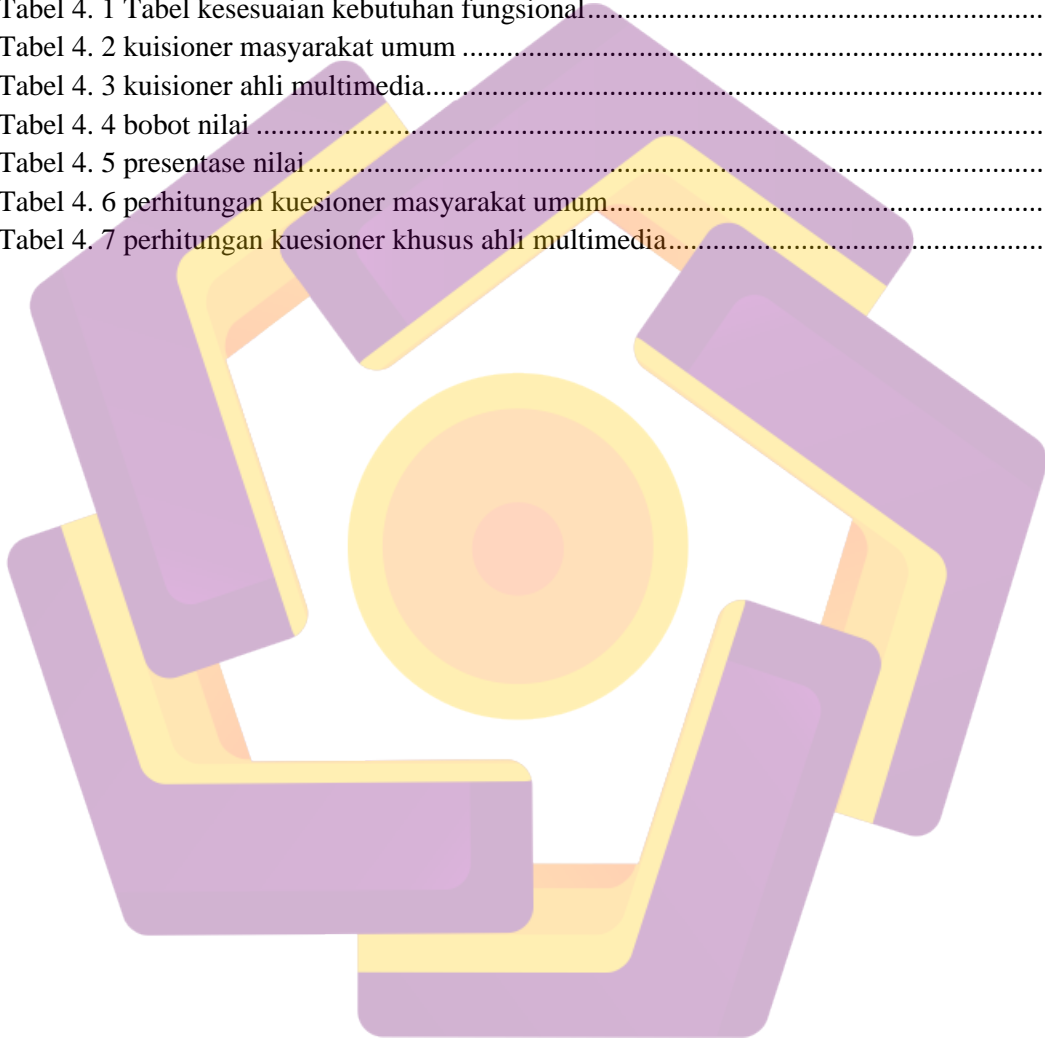


4.3.1	Perbandingan kebutuhan fungsional .....	78
4.3.2	Kuesioner .....	79
4.4	Implementasi .....	86
4.4.1	Publish media instagram .....	86
BAB V	.....	90
5.1	Kesimpulan .....	90
5.2	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	.....	92
LAMPIRAN.....	.....	95



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Perbandingan Penelitian.....	8
Tabel 2. 2 Evaluasi skala likret. ....	29
Tabel 2. 3 Tabel presentase interval.....	29
Tabel 3. 1 Analisis SWOT .....	33
Tabel 3. 2 Kebutuhan perangkat keras .....	35
Tabel 3. 3 Kebutuhan perangkat lunak .....	36
Tabel 3. 4 Kebutuhan brainware .....	36
Tabel 4. 1 Tabel kesesuaian kebutuhan fungsional.....	78
Tabel 4. 2 kuisiomer masyarakat umum .....	80
Tabel 4. 3 kuisiomer ahli multimedia.....	81
Tabel 4. 4 bobot nilai .....	82
Tabel 4. 5 presentase nilai.....	83
Tabel 4. 6 perhitungan kuesioner masyarakat umum.....	83
Tabel 4. 7 perhitungan kuesioner khusus ahli multimedia.....	84

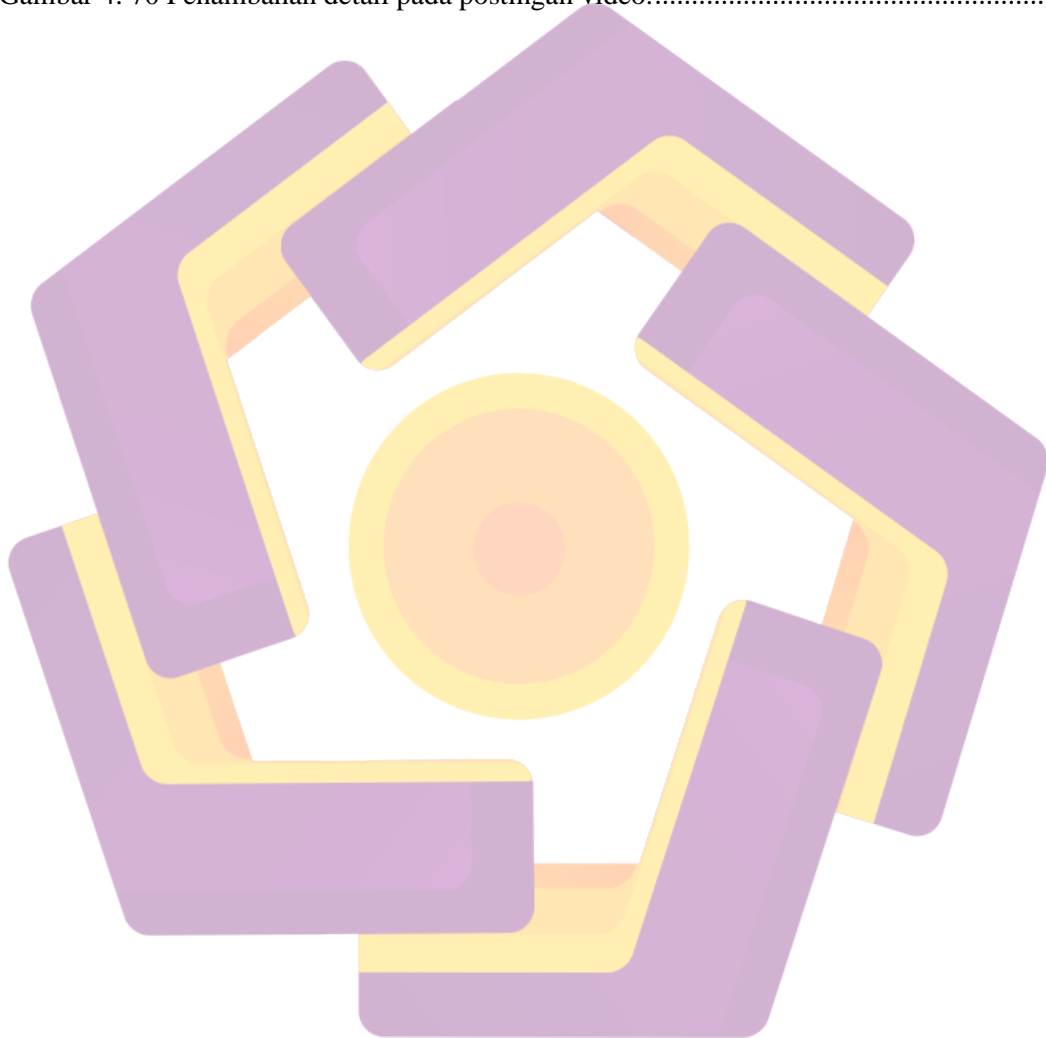


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 tampilan akun instagram kedai.....	2
Gambar 2. 1 Contoh multimedia interaktif .....	9
Gambar 2. 2 Lima element multimedia.....	10
Gambar 2. 3 Bird eye view. ....	14
Gambar 2. 4 High angle. ....	14
Gambar 2. 5 Low angle.....	15
Gambar 2. 6 Eye Level. ....	15
Gambar 2. 7 Frog level. ....	15
Gambar 2. 8 Over shoulder shot. ....	16
Gambar 2. 9 Extreme close-up.....	16
Gambar 2. 10 Big close-up.....	17
Gambar 2. 11 Close-up. ....	17
Gambar 2. 12 Medium close-up.....	17
Gambar 2. 13 Medium shoot.....	18
Gambar 2. 14 Knee shoot.....	18
Gambar 2. 15 Long shoot.....	19
Gambar 2. 16 Extreme long shoot.....	19
Gambar 2. 17 Very long shoot. ....	19
Gambar 2. 18 Two shoot.....	20
Gambar 2. 19 Three shoot.....	20
Gambar 2. 20 Group shoot.....	20
Gambar 2. 21 Zooming .....	21
Gambar 2. 22 Panning.....	21
Gambar 2. 23 Tilting.....	22
Gambar 2. 24 Tracking.....	22
Gambar 2. 25 Crabbing.....	23
Gambar 2. 26 Gambar vektor.....	25
Gambar 2. 27 Gambar StoryBoard.....	27
Gambar 3. 1 Gambaran umum penelitian. ....	30
Gambar 3. 2 Storyboard satu.....	41
Gambar 3. 3 Storyboard dua. ....	42
Gambar 3. 4 Storyboard tiga.....	43
Gambar 4. 1 Foto kedai.....	44
Gambar 4. 2 Foto proses perekaman.....	45
Gambar 4. 3 Tampilan New File.....	46
Gambar 4. 4 tampilan sampel logo setelah pengaturan opacity.....	46
Gambar 4. 5 expand font.....	47
Gambar 4. 6 sebelum dan sesudah di sesuaikan.....	47
Gambar 4. 7 hasil jadi logo vector. ....	48
Gambar 4. 8 design logo ke dua.....	48
Gambar 4. 9 pengaturan import file. ....	49
Gambar 4. 10 menambahkan logo ke timeline panel.....	49
Gambar 4. 11 tampilan setelah di scale.....	50
Gambar 4. 12 pengaturan Auto trace. ....	50
Gambar 4. 13 Garis yang telah dirapihkan.....	51

Gambar 4. 14 Pengaturan stroke effect. ....	51
Gambar 4. 15 tampilan logo setelah di setting. ....	51
Gambar 4. 16 tampilan keyframe yang aktif. ....	52
Gambar 4. 17 tampilan kurva grafik pada keyframe brush size. ....	52
Gambar 4. 18 pengaturan setiap bar layer logo. ....	53
Gambar 4. 19 posisi wipe center. ....	53
Gambar 4. 20 tampilan layer-layer yang sudah di link. ....	54
Gambar 4. 21 pembagian layer teks. ....	54
Gambar 4. 22 posisi teks. ....	55
Gambar 4. 23 tampilan kurva pada keyframe position teks. ....	55
Gambar 4. 24 perbedaan keyframe position dan opacity. ....	55
Gambar 4. 25 pengaturan render animasi logo. ....	56
Gambar 4. 26 folder yang berisi file untuk compositing. ....	56
Gambar 4. 27 Penggunaan speed remaping. ....	57
Gambar 4. 28 Proses Stabilizing video. ....	58
Gambar 4. 29 Penggunaan adjustment layer. ....	58
Gambar 4. 30 Pengaturan color griding. ....	59
Gambar 4. 31 Pengaturan klip untuk masking. ....	59
Gambar 4. 32 Penggunaan pen tool untuk masking. ....	60
Gambar 4. 33 Posisi adjustment layer. ....	60
Gambar 4. 34 Pengaturan Mirror Effect. ....	61
Gambar 4. 35 Pengaturan scale transform. ....	61
Gambar 4. 36 Penggunaan Linier wipe untuk transisi. ....	62
Gambar 4. 37 Penggunaan Linier wipe untuk Split Screen. ....	62
Gambar 4. 38 Import audio. ....	63
Gambar 4. 39 Export Setting pada adobe premiere pro. ....	64
Gambar 4. 40 Composition settings untuk guide layer. ....	65
Gambar 4. 41 Pembuatan persegi. ....	65
Gambar 4. 42 Pengaturan ruler. ....	66
Gambar 4. 43 Tampilan komposisi shape setelah diperkecil. ....	66
Gambar 4. 44 Pengaturan posisi layer shape. ....	67
Gambar 4. 45 Pengaturan keyframe position. ....	67
Gambar 4. 46 Posisi shape layer pada frame pertama. ....	68
Gambar 4. 47 Posisi shape setelah di rotasi. ....	68
Gambar 4. 48 Pengaturan kecepatan animasi pada graphic editor. ....	69
Gambar 4. 49 Pemberian warna pada setiap shape. ....	69
Gambar 4. 50 Tampilan layer setelah di duplicate dua kali. ....	70
Gambar 4. 51 Penambahan teks. ....	70
Gambar 4. 52 Penerapan Trasnsisi ke Video. ....	71
Gambar 4. 53 Tampilan Logo dan Teks. ....	71
Gambar 4. 54 Struktur tulang pada teks. ....	72
Gambar 4. 55 Pengaturan efek stroke. ....	72
Gambar 4. 56 Mengaplikasikan animasi ke video. ....	72
Gambar 4. 57 Pembuatan Teks baru. ....	73
Gambar 4. 58 Tampilan setelah di duplicate. ....	73
Gambar 4. 59 Atur offset untuk memulai animasi. ....	74
Gambar 4. 60 Penambahan background hitam. ....	74

Gambar 4. 61 Pembuatan Garis dan Lingkaran. ....	75
Gambar 4. 62 Penambahan teks pada animasi. ....	75
Gambar 4. 63 Posisi shape harus menutupi teks. ....	76
Gambar 4. 64 Tampilan Tracker point setelah di analyze. ....	76
Gambar 4. 65 Menerapkan animasi pop up ke dalam scene. ....	77
Gambar 4. 66 format render pada media encorder. ....	77
Gambar 4. 67 Tampilan video iklan pada akun Instagram kedai. ....	86
Gambar 4. 68 upload video pada Instagram reel. ....	87
Gambar 4. 69 pemilihan video yang akan di upload. ....	88
Gambar 4. 70 Penambahan detail pada postingan video. ....	89



## INTISARI

Kedai 49 Wedang Kampoeng adalah kedai makanan dan minuman yang berlokasi di Jl. Kenanga, Sambelegi Kidul, Nanggulangan, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Menggunakan konsep tradisional khas Jawa pada bangunan dan menu nya, membuat kedai 49 Wedang Kampoeng memiliki daya Tarik tersendiri kepada pengunjung dan masyarakat sekitar. Sayangnya dengan hanya mengandalkan keunikan saja masih belum berhasil menarik calon konsumen untuk datang. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor, salah satunya adalah karena pihak kedai kurang mempromosikan kedai Wedang Kampoeng pada media yang lebih modern seperti media social sehingga dibutuhkan konten yang bisa dijadikan sebagai media iklan yang nantinya akan diiklankan pada media social.

Dalam pembuatan video ini, penulis akan menggabungkan teknik *live shot* dan *motion graphic*. Dengan menggunakan teknik *live shot* maka setiap ruang dan suasana dapat divisualisasikan secara nyata. Dan dengan menambahkan animasi *motion graphic* maka beberapa informasi-informasi yang bersifat imajinatif dapat divisualisasikan dengan jelas.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah berupa video iklan yang menampilkan informasi-informasi dari kedai yang akan disampaikan melalui *live shot* dan *motion graphic*. Video iklan akan dijadikan sebagai konten pada akun Instagram milik kedai dan diharapkan dapat membantu kedai PapatSongo untuk dapat memperoleh lebih banyak pengunjung atau pembeli.

**Kata Kunci:** Iklan, LiveShoot, Motion Graphic, Kedai Papat Songo

## **ABSTRACT**

*Kedai 49 Wedang Kampoeng is a food and beverage shop located on Jl. Kenanga, Sambelegi Kidul, Nanggulangan, Maguwoharjo, Kec. Depok, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta. Using traditional Javanese concepts in its buildings and menus, the 49 Wedang Kampoeng shop has its own charm for visitors and the surrounding community. Unfortunately, relying solely on uniqueness has not succeeded in attracting potential customers to come. This is due to several factors, one of which is because the shop does not promote the Wedang Kampoeng shop on more modern media such as social media so that content is needed that can be used as an advertising medium which will later be advertised on social media.*

*In making this video, the author will combine live shot and motion graphic techniques. By using the live shot technique, every space and atmosphere can be visualized in real terms. And by adding motion graphic animation, some imaginative information can be visualized clearly.*

*The end result of this research is in the form of video advertisements that display information from the shop which will be conveyed through live shots and motion graphics. The advertising video will be used as content on the shop's Instagram account and is expected to help the PapatSongo shop to get more visitors or buyers.*

**Keywords:** Advertising, LiveShoot, Motion Graphic, Papat Songo Shop