

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA KATA KOPI
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



**disusun oleh
Chalindra Anwar
19.22.2243**

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA KATA KOPI
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



**disusun oleh
Chalindra Anwar
19.22.2243**

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA KATA KOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Chalindra Anwar

19.22.2243

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 13 April 2020

Dosen Pembimbing,

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

NIK. 190302164

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA KATA KOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Chalindra Anwar

19.22.2243

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 17 Desember 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

NIK. 190302164

Alfie Nur Rahmi, M.Kom

NIK. 190302240

Dhani Ariatmanto, M.Kom

NIK. 190302197

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 17 Desember 2020

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T.

NIK. 190302038

PERNYATAAN

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, 11 Januari 2021



Chalindra Anwar

19.22.2243

MOTTO

“Apa yang kita pikirkan menentukan apa yang akan terjadi pada kita, jadi jika kita ingin mengubah hidup kita, kita perlu mengembangkan pikiran kita.” Wayne Dyer

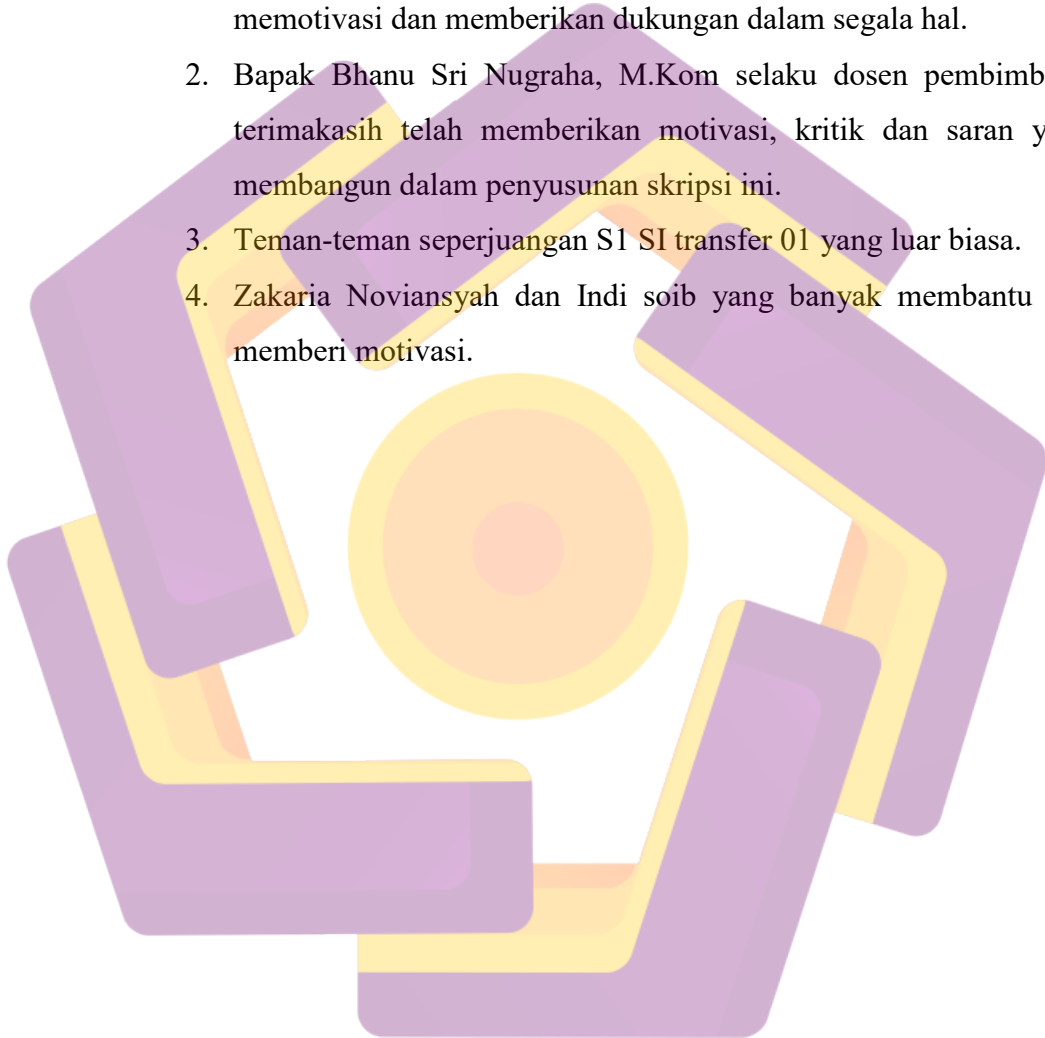
Anda mungkin bisa menunda, tapi waktu tidak akan menunggu. *Benjamin Franklin*



PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik baiknya. Tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua yang selalu mendoakan, menyemangati, memotivasi dan memberikan dukungan dalam segala hal.
2. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom selaku dosen pembimbing, terimakasih telah memberikan motivasi, kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
3. Teman-teman seperjuangan S1 SI transfer 01 yang luar biasa.
4. Zakaria Noviansyah dan Indi soib yang banyak membantu dan memberi motivasi.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang dengan kebesaran dan keagungan-Nya telah memberikan begitu banyak anugerah ilmu, rizki berlimpah, rahmat serta hidayahNya kepada kita semua. Dengan mengucapkan rasa syukur Allhamdulillah Skripsi dengan judul: **PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA KATA KOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC** telah disusun dengan baik. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesainya laporan ini, antara lain:

1. Bapak Prof Drs.M.Suyanto , MM selaku Ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu krisnawati, S.Si, MT selaku Kepala Jurusan S1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bhanu Sri Nugraha, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang sangat membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.
4. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	16
PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Batasan Masalah.....	18
1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian	18
1.4.1 Maksud dari penelitian ini adalah:	18
1.4.2 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.5.1 Bagi Penulis	19
1.5.2 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta	19
1.5.3 Bagi Kedai Kata Kopi.....	19
1.6 Analisis.....	20
1.7 Metode Penelitian.....	20
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	20
1.7.2 Metode Perancangan	21
1.7.3 Metode pengembangan	21
1.7.4 Implementasi.....	22
1.7.5 Evaluasi.....	22
1.8 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II.....	24
LANDASAN TEORI.....	24
2.1 Tinjauan pustaka.....	24

2.2	Dasar Teori	26
2.2.1	Definisi Perancangan	26
2.2.2	Definisi iklan	26
2.2.3	Definisi Media Promosi	33
2.2.4	Definisi Live shoot	34
2.2.5	Definisi Motion Graphic	35
2.2.6	Metode Analisis	37
2.2.7	Metode Testing	39
BAB III		42
METODE PENELITIAN		42
3.1	Gambaran Umum	42
3.3.1	Profile Kedai Kata Kopi	42
3.3.2	Struktur Kedai Kata Kopi	43
3.3.3	Visi Kata Kopi	43
3.3.4	Misi Kata Kopi	43
3.3.5	Logo Kata Kopi	43
3.2	Analisis	44
3.2.1	Hasil Observasi	44
3.2.2	Hasil Wawancara	47
3.3	Analisis Kebutuhan	48
3.3.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	48
3.3.2	Analisis Kebutuhan Non-fungsional	48
3.4	Tahap Perancangan	51
3.4.1	Pra Produksi	51
BAB IV		57
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Implementasi	57
4.1.1	Produksi	57
4.1.2	Paska Produksi	68
4.2	Pembahasan	70
4.2.1	Metode Testing	70
BAB V		75
PENUTUP		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	75

DAFTAR PUSTAKA 77
LAMPIRAN..... 81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Iklan Samsung Indonesia - Smart Learning Class	28
Gambar 2. 2 Jenis Iklan di Youtube.....	29
Gambar 2. 3 contoh facebook Ads.....	30
Gambar 2. 4 Contoh Instagram Ads jenis foto.....	32
Gambar 2. 5 Contoh Google AdsWords pada situs kumparan.com	33
Gambar 2. 6 Iklan Doritos.....	34
Gambar 3. 1 Logo Kata Kopi.....	43
Gambar 3. 2 Video Motion Graphic di Youtube.....	44
Gambar 4. 1 Tampilan Menu Rectangle Tool.....	58
Gambar 4. 2 Tampilan Menu Paintbrush tool.....	58
Gambar 4. 3 Tampilan Artboard Baru	58
Gambar 4. 4 Pembuatan Karakter melambai	59
Gambar 4. 5 Pembuatan Karakter tersenyum dan background.....	59
Gambar 4. 6 Pembuatan new sequence video live shoot	60
Gambar 4. 7 Coloring Karakter melambai	61
Gambar 4. 8 Coloring Karakter senyum dan background.....	61
Gambar 4. 9 Management file.....	62
Gambar 4. 10 Composition Settings	62
Gambar 4. 11 Background	63
Gambar 4. 12 Import File.....	63
Gambar 4. 13 Hasil Import File	64
Gambar 4. 14 Pemberian Keyframe.....	64
Gambar 4. 15 Easy Ease.....	65
Gambar 4. 16 penggabungan video live shoot.....	65
Gambar 4. 17 Proses Mengedit Hasil Dubbing.....	66
Gambar 4. 18 Proses Mengambil Sample Noise.....	67
Gambar 4. 19 Proses Menghilangkan Noise	67
Gambar 4. 20 Composing Kata kopi.....	68
Gambar 4. 21 Composing	69
Gambar 4. 22 Editing	69
Gambar 4. 23 Proses Rendering.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis Kebutuhan Hardware	49
Tabel 3. 2 Analisis Kebutuhan Software.....	49
Tabel 3. 3 Naskah Kata Kopi	52
Tabel 3. 4 Storyboard Kata Kopi	53
Tabel 4. 1 Interval Tingkat Intensitas	71
Tabel 4. 2 Hasil Rekapitulasi Kuesioner.....	72



INTISARI

Pada saat ini perkembangan teknologi menjadi semakin pesat, menyebabkan peran multimedia menjadi sangat penting dalam banyak aspek kehidupan. Salah satunya, multimedia adalah peran penting untuk mempromosikan perusahaan untuk memberikan informasi kepada konsumen. Motion Graphic Technique dan Live Shoot dipilih dari sekian banyak teknik dalam multimedia untuk mempromosikan kata kopi. Kata kopi adalah salah satu dari banyak kedai kopi di Yogyakarta. Kata kopi Yogyakarta yang berada di Jl. Ring Road Utara No.3f, Mancasan, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Berdiri sejak juli 2019, menjadikan kedai tersebut masih terbilang baru. Sehingga perlu dibuat sebuah perancangan promosi yang tepat untuk membantu produsen mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat yogyakarta.

Oleh karena itu dibuatnya sebuah media promosi dengan memanfaatkan video animasi Motion Graphic dan live shoot dalam mempromosikan produk Kedai kata kopi. Dengan menggunakan teknik ini sebagai sarana memaksimalkan publikasi pada kata kopi maka penyampaian informasi akan lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat serta diharapkan mampu memberi kesan dan daya tarik yang lebih kuat kepada masyarakat untuk berkunjung ke Kedai kata kopi.

Dengan adanya video *live shoot & motion graphic* yang telah dibuat lalu di upload di akun sosial media, sebagai media promosi untuk memudahkan dalam penyampaian informasi yaitu daftar-daftar menu, lokasi Kata Kopi, dan suasana kedai Kata kopi. Serta mengenalkan kedai kata kopi yogyakarta kepada masyarakat Yogyakarta.

Kata kunci: promosi, video, *motion graphic*, *live shoot*, katakopi, informasi

ABSTRACT

Nowadays the development of technology is increasing rapidly, causing the role of multimedia to become very important in many aspects of life. for example, multimedia plays an important role in promoting companies in providing information to consumers. Motion Graphic Technique and Live Shoot are selected from a variety of techniques in multimedia to promote Kata Kopi. Kata Kopi is one kind of coffee shops in Yogyakarta. Kata Kopi Yogyakarta is located on 3F, Ringroad Utara Street, Mancasan, Condongcatur, Depok District, Sleman Regency. Established since July 2019, this coffee shop is still relatively new. So it is necessary to make an appropriate promotional design to help producers introduce these products to residents of Yogyakarta.

Therefore, a promotional media was made by utilizing the Motion Graphic and live shoot animation video to promote the Kata Kopi products. By using this technique as a means to maximizing the publication in the Kata Kopi, then the information will be easier to accept and is expected to be able to give a stronger impression and appeal to people to visit the Kata Kopi

With the live shoot videos and motion graphics that have been made and then uploaded to social media accounts, as a promotional medium to facilitate the information of namely menu lists, Kata Kopi locations, and Kata Kopi atmosphere. As well as introducing the Kata Kopi Yogyakarta to the residents of Yogyakarta.

Keywords: promotion, video, motion graphic, live shoot, katakopi, information