

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA  
KOPION BY OMAH NAYAN YOGYAKARTA DENGAN  
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

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



diajukan oleh

**Mikhael Aji Prasaka**

**18.12.0960**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA  
KOPION BY OMAH NAYAN YOGYAKARTA DENGAN  
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

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



diajukan oleh

**Mikhael Aji Prasaka**

**18.12.0960**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPION BY  
OMAH NAYAN YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN  
MOTION GRAPHIC

yang disusun dan diajukan oleh

**Mikhael Aji Prasaka**

**18.12.0960**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 19 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



**Mei P Kurniawan, M.Kom**  
NIK. 190302187

## HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPION BY  
OMAH NAYAN YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN  
MOTION GRAPHIC

yang disusun dan diajukan oleh

**Mikhael Aji Prasaka**

**18.12.0960**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bayu Setiaji, M.Kom  
NIK. 190302216

Ika Nur Fajri, M.Kom  
NIK. 190302268

Mei P Kurniawan, M.Kom  
NIK. 190302187

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 19 Juni 2023

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Mikhael Aji Prasaka  
NIM : 18.12.0960

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:  
**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPION BY  
OMAH NAYAN YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN  
MOTION GRAPHIC**

Dosen Pembimbing : Mei P Kurniawan, 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, <19, Juni 2023>

Yang Menyatakan,



10000  
METERAI  
TEMPEL  
DAKX548910562

Mikhael Aji Prasaka

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah diselesaikannya Skripsi ini

Penulis mempersembahkannya kepada:

1. Allah Bapa di Surga, karena atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat dibuat dan diselesaikan di waktu yang tepat.
2. Keluarga penulis yang telah senantiasa membantu dan memberi dukungan penuh untuk proses penyelesaian Skripsi ini.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom yang telah menjadi dosen pembimbing dan pengarah dalam proses pembuatan skripsi dari awal hingga selesai.
4. Bapak Adi Satya Hartono yang telah memberikan izin untuks KopiOn by Omah Nayan digunakan sebagai objek penelitian untuk skripsi ini.
5. Teman-teman penulis baik itu teman kuliah sekelas, seangkatan, yang telah memberikan *support*, masukan, semangat dan arahan hingga akhirnya dapat terselesaikannya skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Bapa di Surga karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis masih diberi kesempatan dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPION BY OMAH NAYAN YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**”

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan kelulusan jenjang Program Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta. Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih 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.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
4. Kedua Orang Tua dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan moril serta materi dengan tulus, ikhlas, dan penuh kasih sayang.
5. Bapak Adi Satya Hartono yang telah mengizinkan KopiOn by Omah Nayan digunakan sebagai objek penelitian untuk skripsi ini.

6. Sahabat – sahabat yang telah memberikan semangat, motivasi, dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis selalu membuka diri untuk saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penyusun sendiri pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Terima kasih.

Yogyakarta, 19 Juni 2023

Mikhael Aji Prasaka



## DAFTAR ISI

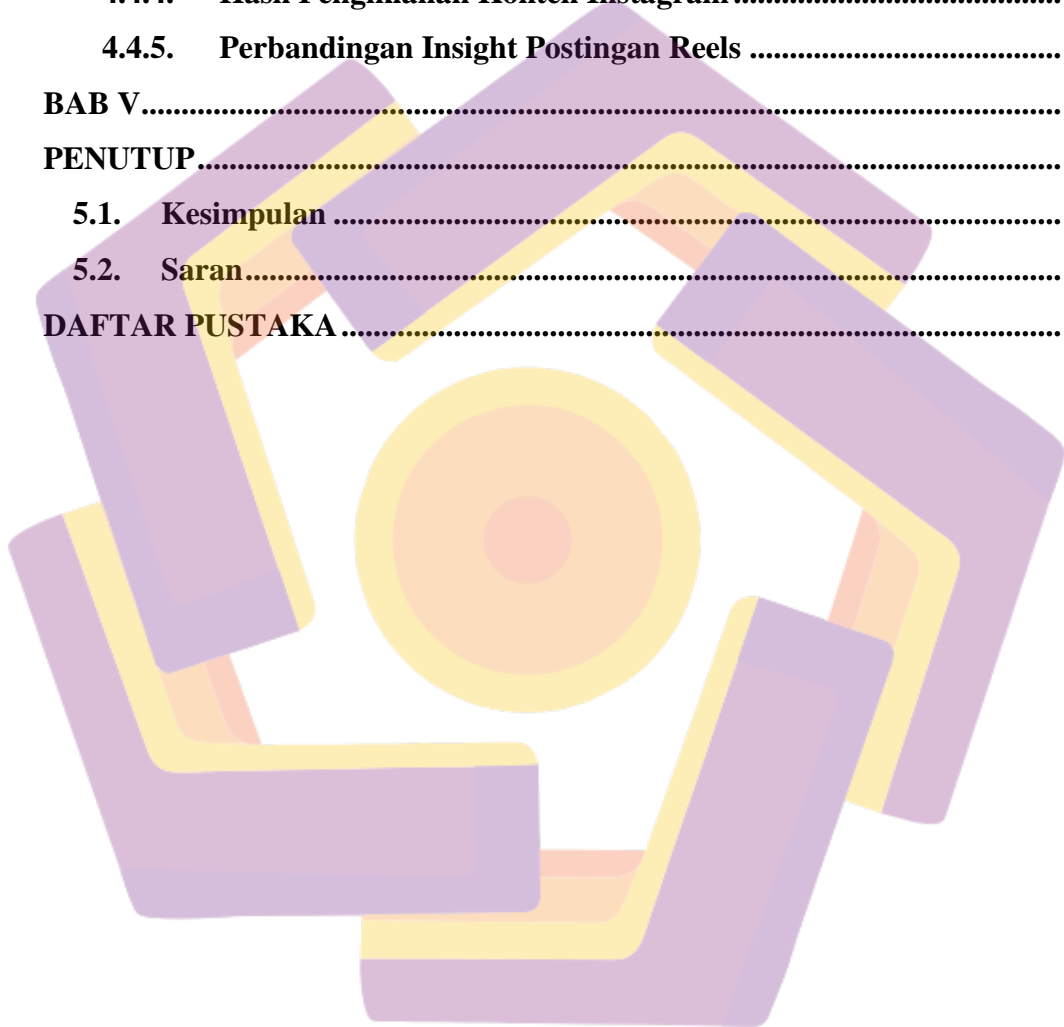
|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL .....                      | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                  | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                | v    |
| KATA PENGANTAR.....                      | vi   |
| DAFTAR ISI.....                          | viii |
| DAFTAR GAMBAR.....                       | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                       | xv   |
| INTISARI .....                           | xvi  |
| ABSTRACT .....                           | xvii |
| BAB I.....                               | 1    |
| PENDAHULUAN.....                         | 1    |
| 1.1. Latar Belakang .....                | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....               | 2    |
| 1.3. Batasan Masalah.....                | 2    |
| 1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....   | 2    |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....            | 3    |
| 1.6. Metode Penelitian .....             | 3    |
| 1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....      | 3    |
| 1.6.2. Metode Analisis .....             | 3    |
| 1.6.3. Metode Perancangan .....          | 4    |
| 1.6.4. Metode Pengembangan.....          | 4    |
| 1.6.5. Metode Testing .....              | 4    |
| 1.7. Sistematika Penulisan .....         | 4    |
| BAB II .....                             | 6    |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                   | 6    |
| 2.1. Studi Literatur .....               | 6    |
| 2.2. Dasar Teori .....                   | 9    |
| 2.2.1. Pengertian Multimedia .....       | 9    |

|          |                                       |    |
|----------|---------------------------------------|----|
| 2.2.2.   | <b>Elemen Multimedia</b> .....        | 9  |
| 2.2.2.1. | Text.....                             | 9  |
| 2.2.2.2. | Image.....                            | 10 |
| 2.2.2.3. | Audio.....                            | 10 |
| 2.2.2.4. | Video .....                           | 10 |
| 2.2.2.5. | Animasi .....                         | 10 |
| 2.3.     | <b>Pengertian Iklan</b> .....         | 10 |
| 2.4.     | <b>Konsep Dasar Video</b> .....       | 11 |
| 2.4.1.   | <b>Frame Rate</b> .....               | 11 |
| 2.4.2.   | <b>Standar Video</b> .....            | 11 |
| 2.4.3.   | <b>Codec</b> .....                    | 12 |
| 2.4.4.   | <b>Format Video</b> .....             | 13 |
| 2.5.     | <b>Konsep Dasar Video Iklan</b> ..... | 15 |
| 2.5.1.   | <b>Definisi Video Iklan</b> .....     | 15 |
| 2.5.2.   | <b>Tujuan Video Iklan</b> .....       | 16 |
| 2.6.     | <b>Teknik <i>Live Shoot</i></b> ..... | 16 |
| 2.6.1.   | <b>Kamera Angle</b> .....             | 16 |
| 2.6.1.1. | Eye View .....                        | 16 |
| 2.6.1.2. | Low Angle.....                        | 17 |
| 2.6.1.3. | Frog Eye.....                         | 17 |
| 2.6.1.4. | High Angle.....                       | 18 |
| 2.6.1.5. | Bird Eye .....                        | 18 |
| 2.6.2.   | <b>Type of shoot</b> .....            | 19 |
| 2.6.2.1. | Extreme Long Shoot .....              | 19 |
| 2.6.2.2. | Long Shoot.....                       | 19 |
| 2.6.2.3. | Medium Long Shoot .....               | 20 |
| 2.6.2.4. | Medium Shoot .....                    | 20 |
| 2.6.2.5. | Medium Close Up.....                  | 20 |
| 2.6.2.6. | Close Up .....                        | 21 |
| 2.6.2.7. | Big Close Up .....                    | 21 |
| 2.6.2.8. | Extreme Close Up .....                | 21 |

|                          |   |           |
|--------------------------|---|-----------|
| 2.6.3.                   | <b>Movement Kamera</b> .....                                      | 22        |
| 2.6.3.1.                 | <b>Panning</b> .....  | 22        |
| 2.6.3.2.                 | <b>Tilting</b> .....  | 22        |
| 2.6.3.3.                 | <b>Dolly</b> .....  | 23        |
| 2.6.3.4.                 | <b>Pedestal</b> .....   | 23        |
| 2.6.3.5.                 | <b>Crab</b> .....   | 24        |
| 2.6.3.6.                 | <b>Arc</b> .....  | 24        |
| 2.6.3.7.                 | <b>Zoom</b> .....   | 24        |
| 2.6.4.                   | <b>Tujuan Pemilihan Teknik <i>Live Shoot</i></b> .....            | 25        |
| 2.7.                     | <b>Teknik Motion Graphic</b> .....                                | 25        |
| 2.7.1.                   | <b>Elemen – Elemen Motion Graphic</b> .....                       | 25        |
| 2.7.2.                   | <b>Konsep Dasar Perancangan Video dengan Motion Graphic</b> ....  | 27        |
| 2.8.                     | <b>Tahap-Tahap Pembuatan Video Iklan</b> .....                    | 28        |
| 2.8.1.                   | <b>Tahap Pra Produksi</b> .....                                   | 28        |
| 2.8.2.                   | <b>Tahap Produksi</b> .....                                       | 29        |
| 2.8.3.                   | <b>Tahap Pasca Produksi</b> .....                                 | 29        |
| 2.9.                     | <b>Evaluasi</b> .....   | 29        |
| <b>BAB III</b>           | .....   | <b>30</b> |
| <b>METODE PENELITIAN</b> | .....   | <b>30</b> |
| 3.1.                     | <b>Objek Penelitian</b> .....                                     | 30        |
| 3.1.1.                   | <b>Deskripsi Singkat Kopion</b> .....                             | 30        |
| 3.1.2.                   | <b>Logo Kopion</b> .....  | 30        |
| 3.1.3.                   | <b>Produk</b> .....   | 30        |
| 3.2.                     | <b>Alur Penelitian</b> .....                                      | 31        |
| 3.2.1.                   | <b>Observasi</b> .....  | 31        |
| 3.2.2.                   | <b>Wawancara</b> .....  | 32        |
| 3.3.                     | <b>Analisis SWOT</b> .....  | 33        |
| 3.4.                     | <b>Analisis Kebutuhan Sistem</b> .....                            | 36        |
| 3.4.1.                   | <b>Analisis Kebutuhan Fungsional</b> .....                        | 36        |
| 3.4.2.                   | <b>Analisis Kebutuhan Non Fungsional</b> .....                    | 36        |
| 3.4.2.1.                 | <b>Analisis Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)</b> ..... | 36        |

|                      |  |    |
|----------------------|--|----|
| 3.4.2.2.             | <b>Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>)</b> .....                        | 37 |
| 3.4.2.3.             | <b>Analisis Kebutuhan Pengguna (<i>Brainware</i>)</b> .....                              | 38 |
| 3.5.                 | <b>Analisis Kelayakan Video Iklan</b> .....  | 39 |
| 3.5.1.               | <b>Analisis Kelayakan Teknologi</b> .....  | 39 |
| 3.5.2.               | <b>Analisis Kelayakan Hukum</b> .....  | 39 |
| 3.5.3.               | <b>Analisis Kelayakan Strategi</b> .....   | 40 |
| 3.5.4.               | <b>Analisis Skala Likert</b> .....   | 40 |
| 3.6.                 | <b>Perancangan Video Iklan</b> .....   | 40 |
| 3.6.1.               | <b>Pra Produksi</b> .....  | 41 |
| 3.6.1.1.             | <b>Perancangan Ide dan Konsep</b> .....  | 41 |
| 3.6.1.2.             | <b>Naskah Video (<i>Script</i>)</b> .....  | 42 |
| 3.6.1.3.             | <b>Storyboard</b> .....  | 42 |
| BAB IV               | .....  | 47 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | .....  | 47 |
| 4.1.                 | <b>Produksi</b> .....  | 47 |
| 4.1.1.               | <b>Pengambilan Video Iklan Kopion by Omah Nayan</b> .....                                | 47 |
| 4.2.                 | <b>Pasca Produksi</b> .....  | 48 |
| 4.2.1.               | <b>Compositing</b> .....   | 48 |
| 4.2.2.               | <b>Editing</b> .....   | 48 |
| 4.2.2.1.             | <b>Penggabungan Scene</b> .....  | 48 |
| 4.2.2.2.             | <b>Pemberian Transisi</b> .....  | 49 |
| 4.2.2.3.             | <b>Pemberian <i>Sound Effect</i></b> .....   | 50 |
| 4.2.2.4.             | <b>Color Grading</b> .....   | 51 |
| 4.2.3.               | <b>Rendering</b> .....   | 51 |
| 4.3.                 | <b>Evaluasi</b> .....  | 52 |
| 4.3.1.               | <b>Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir (<i>Alpha Testing</i>)</b> ..... | 52 |
| 4.3.2.               | <b>Kuesioner</b> .....   | 53 |
| 4.3.3.               | <b>Perhitungan Skala Likert</b> .....  | 55 |
| 4.3.3.1.             | <b>Perhitungan Kuesioner pada Objek Penelitian</b> .....                                 | 56 |
| 4.3.3.2.             | <b>Perhitungan Kuesioner pada Ahli Multimedia</b> .....                                  | 59 |

|  |    |
|--|----|
| 4.3.3.3. Perhitungan Kuesioner pada Masyarakat Umum..... | 63 |
| 4.4. Hasil .....   | 67 |
| 4.4.1. Postingan Reels Instagram .....                   | 67 |
| 4.4.2. Insight Instagram KopiON .....                    | 67 |
| 4.4.3. Insight Postingan Reels.....                      | 68 |
| 4.4.4. Hasil Pengiklanan Konten Instagram .....          | 69 |
| 4.4.5. Perbandingan Insight Postingan Reels .....        | 70 |
| BAB V.....   | 72 |
| PENUTUP.....   | 72 |
| 5.1. Kesimpulan .....                                    | 72 |
| 5.2. Saran.....  | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                     | 74 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Elemen Multimedia .....                               | 9  |
| Gambar 2.2 <i>eye view</i> .....                                 | 17 |
| Gambar 2.3 <i>low angle</i> .....                                | 17 |
| Gambar 2.4 <i>Frog Eye</i> .....                                 | 18 |
| Gambar 2.5 <i>high angle</i> .....                               | 18 |
| Gambar 2.6 <i>bird eye</i> .....                                 | 19 |
| Gambar 2.7 <i>extreme long shoot</i> .....                       | 19 |
| Gambar 2.8 <i>long shoot</i> .....                               | 20 |
| Gambar 2.9 <i>medium long shoot</i> .....                        | 20 |
| Gambar 2.10 <i>medium shoot</i> .....                            | 20 |
| Gambar 2.11 <i>medium close up</i> .....                         | 21 |
| Gambar 2.12 <i>close up</i> .....                                | 21 |
| Gambar 2.13 <i>big close up</i> .....                            | 21 |
| Gambar 2.14 <i>extreme close up</i> .....                        | 22 |
| Gambar 2.15 <i>panning movement camera</i> .....                 | 22 |
| Gambar 2.16 <i>tilting movement camera</i> .....                 | 23 |
| Gambar 2.17 <i>dolly movement camera</i> .....                   | 23 |
| Gambar 2.18 <i>pedestal movement camera</i> .....                | 24 |
| Gambar 2.19 <i>crab movement camera</i> .....                    | 24 |
| Gambar 2.20 <i>arc movement camera</i> .....                     | 24 |
| Gambar 2.21 <i>zoom movement camera</i> .....                    | 25 |
| Gambar 2.22 Contoh Naskah .....                                  | 28 |
| Gambar 2.23 Contoh <i>Storyboard</i> .....                       | 29 |
| Gambar 3.1 Logo Kopion .....                                     | 30 |
| Gambar 3.2 Produk Kopion .....                                   | 31 |
| Gambar 3.3 Tampak Depan Kopion .....                             | 32 |
| Gambar 3.4 Instagram Kopion .....                                | 32 |
| Gambar 3.5 Bagan Perancangan Video Iklan .....                   | 41 |
| Gambar 4.1 Pengambilan gambar suasana Kopion by Omah Nayan ..... | 48 |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Gambar 4.2 Membuat <i>New Sequences</i></b> .....  | <b>49</b> |
| <b>Gambar 4.3 Penggabungan <i>Scene</i></b> .....   | <b>49</b> |
| <b>Gambar 4.4 Pemberian Transisi</b> .....  | <b>50</b> |
| <b>Gambar 4.5 Pemberian <i>Sound Effect</i></b> .....                                       | <b>51</b> |
| <b>Gambar 4.6 <i>Color Grading</i></b> .....  | <b>51</b> |
| <b>Gambar 4.7 <i>Rendering</i></b> .....  | <b>52</b> |
| <b>Gambar 4.8 Pertanyaan Kuesioner Pertama</b> .....  | <b>54</b> |
| <b>Gambar 4.9 Pertanyaan Kuesioner Kedua</b> .....  | <b>54</b> |
| <b>Gambar 4.10 Pertanyaan Kuesioner Ketiga</b> .....  | <b>54</b> |
| <b>Gambar 4.11 Pertanyaan Kuesioner Keempat</b> .....                                       | <b>55</b> |
| <b>Gambar 4.12 Perhitungan Skala Likert</b> .....   | <b>55</b> |
| <b>Gambar 4.13 Postingan Reels Instagram</b> .....  | <b>67</b> |
| <b>Gambar 4.14 Gambaran Umum <i>Insight</i> Instagram</b> .....                             | <b>68</b> |
| <b>Gambar 4.15 Postingan Reels Instagram</b> .....  | <b>68</b> |
| <b>Gambar 4.16 Postingan Reels Instagram</b> .....  | <b>69</b> |
| <b>Gambar 4.17 Hasil <i>ads</i> reels</b> .....   | <b>70</b> |
| <b>Gambar 4.18 Hasil <i>insight</i> reels sebelum dengan <i>insight</i> terbanyak</b> ..... | <b>71</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 2.1 Keaslian Penelitian .....</b>                               | <b>7</b>  |
| <b>Tabel 3.1 Analisis SWOT .....</b>                                     | <b>33</b> |
| <b>Tabel 3.2 Peralatan Produksi.....</b>                                 | <b>37</b> |
| <b>Tabel 3.3 Peralatan Pasca Produksi.....</b>                           | <b>37</b> |
| <b>Tabel 3.4 Perangkat Lunak yang digunakan .....</b>                    | <b>38</b> |
| <b>Tabel 3.5 Daftar Sumber Daya Manusia .....</b>                        | <b>38</b> |
| <b>Tabel 3.6 Skala Likert .....</b>                                      | <b>40</b> |
| <b>Tabel 3.7 Naskah Video .....</b>                                      | <b>42</b> |
| <b>Tabel 3.8 Storyboard .....</b>  | <b>42</b> |
| <b>Tabel 4.1 Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir .....</b>           | <b>52</b> |
| <b>Tabel 4.2 Persentase Arikunto .....</b>                               | <b>55</b> |
| <b>Tabel 4.3 Tabel perhitungan kuesioner pada objek penelitian .....</b> | <b>56</b> |
| <b>Tabel 4.4 Tabel perhitungan kuesioner pada ahli multimedia .....</b>  | <b>59</b> |
| <b>Tabel 4.5 Tabel perhitungan kuesioner pada masyarakat umum.....</b>   | <b>63</b> |



## INTISARI

Pada masa saat ini perkembangan teknologi semakin berkembang sehingga memudahkan masyarakat mendapatkan informasi. Dalam dunia promosi maupun bisnis, iklan sangat dibutuhkan sebagai alat untuk mengembangkan perusahaan mempromosikan suatu usaha yang menghasilkan barang atau jasa. Layanan informasi dan promosi di setiap perusahaan menjadi peranan yang penting untuk menarik minat konsumen terhadap usaha tersebut. Menjadikan iklan sebagai media promosi, merupakan sebuah usaha untuk meningkatkan perhatian masyarakat dan tujuan utamanya tentu saja berkaitan dengan pendapatan dari usaha yang diiklankan. KopiON merupakan *coffee shop* yang hadir dengan konsep *classic* dan tempat nongkrong yang nyaman, dengan bangunan pendopo yang menjadi daya tarik utamanya. Media promosi yang ada saat ini digunakan KopiON dirasa belum cukup, karena beberapa keunggulan dari cafe ini yang belum ditampilkan secara maksimal. Dari permasalahan diatas, penulis mengusulkan membuat dan merancang sebuah video iklan yang dapat dijadikan sebagai penunjang promosi saat ini dengan melibatkan unsur audio visual. Unsur - unsur tersebut mampu memvisualisasi dan mengilustrasikan keunggulan - keunggulan di KopiON. Dari uraian diatas, penulis mencoba merancang dan membuat video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi di KopiON. Perancangan ini diharapkan menjadi solusi promosi dan informasi tentang keunggulan *coffee shop* tersebut.

**Kata Kunci:** *Periklanan, Live Shoot, Motion Graphic, Coffee Shop.*

## ABSTRACT

*At this time the development of technology is growing making it easier for people to get information. In the world of promotion and business, advertising is needed as a tool to develop companies that promote a business that produces goods or services. Information and promotion services in each company play an important role in attracting consumer interest in the business. Making advertising as a promotional medium is an effort to increase public attention and the main goal is of course related to income from the advertised business. KopiON is a coffee shop that comes with a classic concept and a comfortable place to hang out, with the pavilion building being its main attraction. The promotional media currently used by KopiON are felt to be insufficient, because some of the advantages of this cafe have not been fully displayed. From the problems above, the author proposes to create and design a video advertisement that can be used as a current support by involving audio-visual elements. These elements are able to visualize and illustrate the advantages in KopiON. From the description above, the author tries to design and create video advertisements using live shoot and motion graphics techniques as promotional media at KopiON. This design is expected to be a promotional solution and information about the advantages of the coffee shop.*

**Keywords:** *Advertising, Live Shoot, Motion Graphic, Coffee Shop*