

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

SKRIPSI



disusun oleh

Bagas Aji Wasesa

15.12.8762

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

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

SKRIPSI

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



disusun oleh

Bagas Aji Wasesa

15.12.8762

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI RUANG RASA COFFEE DENGAN MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bagas Aji Wasesa

15.12.8762

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 28 Februari 2019

Dosen Pembimbing,

Bernadhed, M.Kom

NIK. 190302243

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI RUANG RASA COFFEE DENGAN MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bagas Aji Wasesa

15.12.8762

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 16 April 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Haryoko, S.Kom, M.Cs

NIK. 190302286

Tonny Hidavat, M.Kom

NIK. 190302181

Bernadhed, M.Kom

NIK. 190302243

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 16 April 2020

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T.

NIK. 190302038

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, 6 Desember 2020



Bagas Aji Wasesa

NIM. 15.12.8762

MOTTO

Perasaan orang lain bukan tanggung jawab kita..

-Hilda Tarachim-

Hidup kita mulai berakhir saat kita berdiam diri tentang apapun masalah yang ada di sekitar.

-unknown-



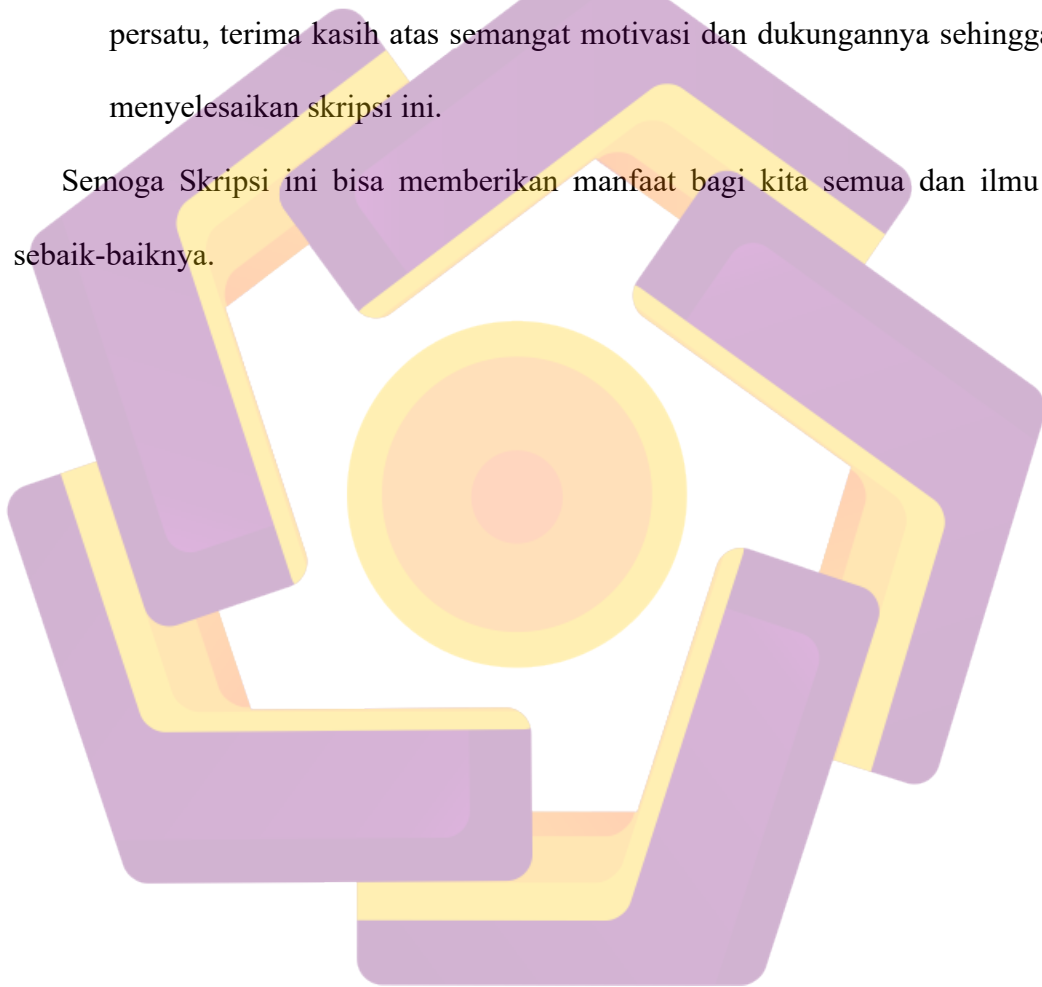
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan Judul **“Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Ruang Rasa Coffee Dengan menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic”** ini dengan baik. Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua Orang Tua tercinta
2. Bapak Bernadhed, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam skripsi ini.
3. Kepada objek penelitian saya, Ruang Rasa Coffee yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Kepada teman-teman Erha Coffee & Literacy dan Larasati.co yang telah memberikan semangat dan motivasi serta memberikan dorongan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Keluarga besar Gobex People yang selalu mendukung dan memberi motivasi.
6. Kepada Kartika Permatasari yang telah memberikan semangat dan motivasi.
7. Kepada teman-teman saya Dani Ardiansyah, M.Faizal H, Prakas Nugraha, Bayu Pribadi, Septian, Susilo, Wiwiet, Fian, Hanif, Berlian, dan icca yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada teman-teman dalam menuntut ilmu, terutama teman-teman kelas 15-S1 SI-06. Semoga selalu diberikan kelancaran dalam setiap langkah yang kalian jalani.
9. Kepada teman-teman semua yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas semangat motivasi dan dukungannya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi kita semua dan ilmu yang sebaik-baiknya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Ruang Rasa Coffee dengan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic” ini disusun sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan studi pada jenjang S-1 Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah mendukung, membantu dan membimbing, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan seperti yang diharapkan, khususnya kepada:

1. Allah SWT atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Krisnawati, M.Si, M. T. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Ketua Program Studi Strata 1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Bernadhed, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, waktu dan arahan dalam pembuatan Skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Kepada objek penelitian saya, Ruang Rasa Coffee yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
7. Kepada orangtua penulis yang sudah memberikan support, doa, semangat dan motivasi kepada penulis agar dapat terselesaikannya skripsi dengan baik.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini baik langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat 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,

Penulis

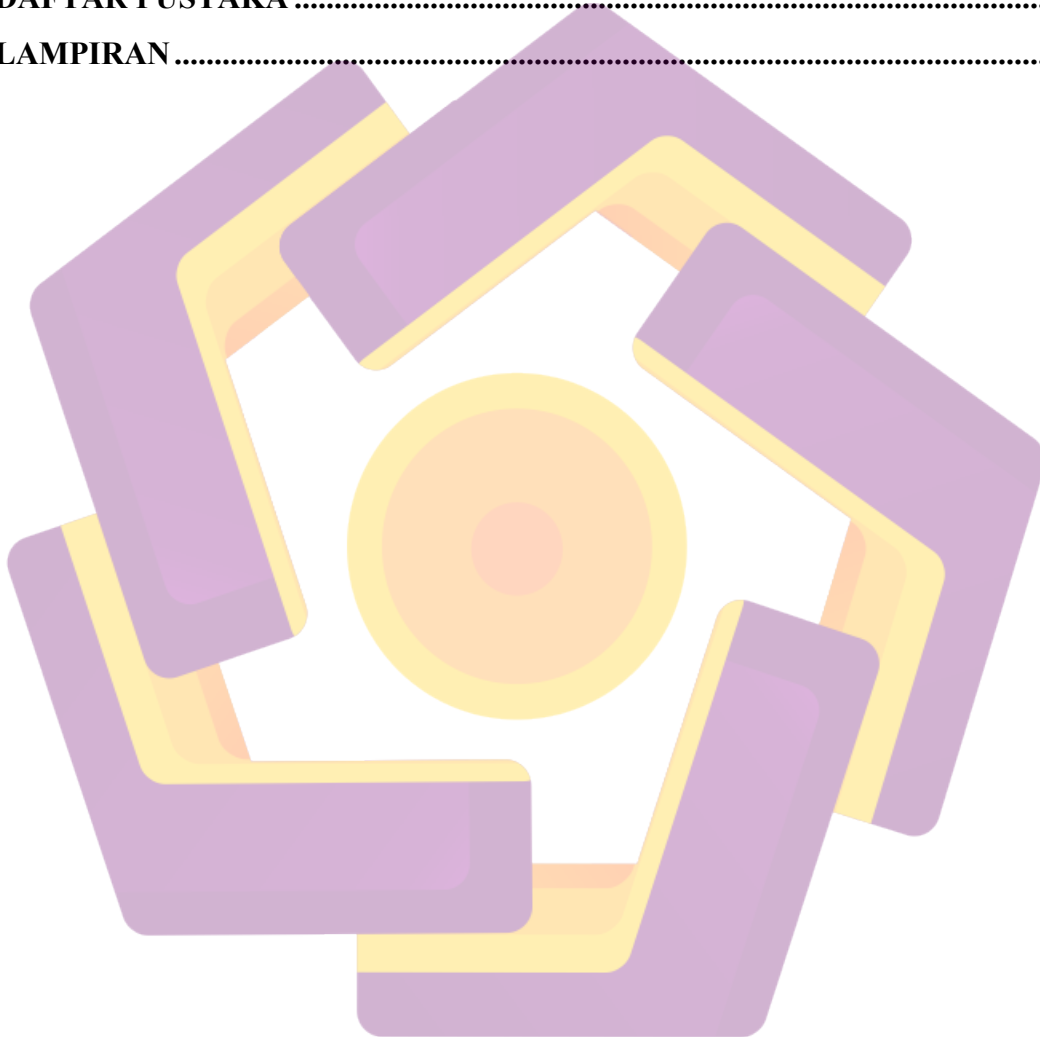
DAFTAR ISI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA	I
PROMOSI RUANG RASA COFFEE DENGAN MENGGUNAKAN.....	I
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC	I
PERSETUJUAN.....	III
PENGESAHAN	IV
PERNYATAAN.....	V
MOTTO	VI
PERSEMBAHAN.....	VII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
INTISARI.....	XIX
ABSTRACT	XX
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	4
1.3 BATASAN MASALAH.....	4
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	5
1.6 METODE PENELITIAN.....	5
1.6.1 Metode Pencarian Data.....	5
1.6.1.1 Metode Observasi	5
1.6.1.2 Metode Studi Pustaka	6
1.6.1.3 Metode Wawancara	6
1.6.2 Metode Analisis	6
1.6.3 Metode Perancangan.....	6
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN	7

BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1	Tinjauan Pustaka..... 9
2.2	Teori Dasar 11
2.2.1	Pengertian Multimedia..... 11
2.2.2	Pentingnya multimedia 11
2.2.3	Multimedia Sebagai Media Pemasaran Promosi 12
2.3	Elemen Multimedia..... 12
2.4	Konsep Dasar Video 15
2.4.1	Pengertian video 15
2.4.2	Standar Video 15
2.4.2.1	NTSC (Natum Television Standart Comittee)..... 15
2.4.2.2	PAL (Phase Alternate Line)..... 16
2.4.2.3	SECAM (Sistem Sequantial Color and Memory)..... 17
2.4.2.4	HDTV (High Definition Television) 17
2.4.3	Jenis – jenis video 18
2.4.3.1	Video Analog..... 18
2.4.3.2	Video Digital..... 19
2.5	Teknik Dasar Pembuatan Video 19
2.5.1	Camera angle 19
2.5.2	Frame Size 21
2.5.3	Camera Movement..... 24
2.6	Live Shot..... 25
2.7	Motion Graphic..... 25
2.8	Metode Perancangan..... 26
2.8.1	Pra-Produksi..... 26
2.9	Metode Implementasi 28
2.9.1	Produksi28
2.9.2	Pasca Produksi 29
2.10	Metode Analisis 30
2.10.1	Analisis SWOT 30
2.10.2	Analisis Kebutuhan Sistem..... 31
BAB III	33
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
3.1	Tinjauan Umum 33
3.1.1	Profil Ruang Rasa Coffee 33
3.1.2	Logo Ruang Rasa Coffee 33

3.1.3	Struktur Organisasi	34
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.2.1	Wawancara.....	34
3.2.2	Metode Observasi	36
3.2.3	Analisis SWOT	38
3.2.3.1	ANALISIS KEKUATAN (STRENGTH)	38
3.2.3.2	ANALISIS KELEMAHAN (WEAKNESS)	39
3.2.3.3	ANALISIS PELUANG (OPORTUNITY)	39
3.2.3.4	ANALISIS ANCAMAN (THREAT)	40
3.3	Analisis Kebutuhan.....	44
3.3.1	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	44
3.3.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional.....	44
3.3.2.1	KEBUTUHAN VIDEO.....	44
3.3.2.2	KEBUTUHAN PERANGKAT KERAS	44
3.3.2.3	KEBUTUHAN PERANGKAT LUNAK.....	46
3.3.2.4	KEBUTUHAN BRAINWARE	47
3.4	Analisis Kebutuhan Biaya	47
3.4.1	Kebutuhan Analisis.....	47
3.4.2	Biaya Sewa Peralatan.....	48
3.5	Tahapan Pra Produksi	48
3.5.1	Perancangan Konsep Video Iklan.....	48
3.5.2	Scripting.....	49
3.5.3	Storyboard.....	50
BAB IV	IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	55
4.1	PEMBAHASAN	55
4.1.1	Tahap Produksi	55
4.1.2	Pengambilan Gambar.....	55
4.1.3	Pembuatan Elemen Motion Graphic.....	59
4.2	PASCA PRODUKSI.....	61
4.2.1	Pembuatan Motion Graphic	61
4.2.2	Composite (Penggabungan	65
4.2.3	Color Correction	67
4.2.4	Rendering.....	68
4.3	IMPLEMENTASI.....	69
4.3.1	Pengujian Kuesioner	71

4.3.2	Media Placement.....	80
BAB V PENUTUP		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		88



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Penelitian.....	10
Tabel 3.1 Hasil Wawancara	34
Tabel 3.2 Strategi SWOT.....	40
Tabel 3.3 Peralatan Produksi	44
Tabel 3.4 Kebutuhan Perangkat Keras.....	45
Tabel 3.5 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	46
Tabel 3.6 Crew Produksi.....	47
Tabel 3.7 Biaya Sewa Peralatan.....	48
Tabel 3.8 Naskah	49
Tabel 3.9 Storyboard.....	51
Tabel 4.1 Script Breakdown	56
Tabel 4.2 Hasil Review.....	70
Tabel 4.3 Penilaian Kuisisioner.....	71
Tabel 4.4 Persentase Nilai.....	73
Tabel 4.5 Perhitungan Skala Likert	73
Tabel 4.6 Tingkat Keberhasilan.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sarana Promosi Ruang Rasa Coffee	2
Gambar 2.1 Typography	13
Gambar 2.2 Image	13
Gambar 2.3 Audio.....	14
Gambar 2.4 Video.....	14
Gambar 2.5 Animation.....	15
Gambar 2.6 Test Card NTSC.....	16
Gambar 2.7 Test Card PAL	16
Gambar 2.8 Test Card SECAM	17
Gambar 2.9 Test Card HDTV.....	18
Gambar 2.10 Bird View.....	19
Gambar 2.11 High Angle.....	20
Gambar 2.12 Low Angle.....	20
Gambar 2.13 Eye Level	21
Gambar 2.14 Frog Eye.....	21
Gambar 2.15 Extreme Long Shot	22
Gambar 2.16 Very Long Shot.....	22
Gambar 2.17 Long shot.....	23
Gambar 2.18 Close Up.....	23

Gambar 2.19 Extreme Close Up	24
Gambar 2.20 Ide Cerita.....	27
Gambar 2.21 Tema.....	27
Gambar 2.22 Naskah dan Skenario.....	28
Gambar 2.23 Storyboard.....	28
Gambar 3.1 Logo Ruang Rasa Coffee	33
Gambar 3.2 Struktur Organisasi	34
Gambar 3.3 Brosur Promo Ruang Rasa Coffee	37
Gambar 3.4 Instagram Ruang Rasa Coffee.....	37
Gambar 4.1 Pembuatan File Baru	59
Gambar 4.2 Elemen Motion Graphic Informasi Produk.....	59
Gambar 4.3 Elemen Motion Graphic Informasi Ruangan	60
Gambar 4.4 Elemen Motion Graphic Maps	60
Gambar 4.5 Elemen Motion Graphic Informasi Diskon.....	60
Gambar 4.6 Elemen Motion Graphic Logo dan Media Sosial.....	61
Gambar 4.7 Import file elemen <i>motion graphic</i>	62
Gambar 4.8 File <i>motion graphic</i>	62
Gambar 4.9 Hasil Import file elemen <i>motion graphic</i>	62
Gambar 4.10 Transform & Effects	63
Gambar 4.11 Pembuatan <i>motion graphic</i> untuk informasi produk.....	63
Gambar 4.12 Pembuatan <i>motion graphic</i> untuk informasi ruangan	64

Gambar 4.13 Pembuatan <i>motion graphic</i> untuk informasi Maps	64
Gambar 4.14 Pembuatan <i>motion graphic</i> untuk informasi Diskon	64
Gambar 4.15 Pembuatan <i>motion graphic</i> untuk logo	65
Gambar 4.16 New Squence.....	66
Gambar 4.17 Import file ke Adobe Premiere CC 201	66
Gambar 4.18 Susunan semua elemen pada <i>sequence</i>	66
Gambar 4.19 Pemberian warna pada Video	67
Gambar 4.20 Sebelum dan Sesudah Colouring	67
Gambar 4.21 Export Media.....	68
Gambar 4.22 Export Setting	68
Gambar 4.23 Proses Render.....	69
Gambar 4.24 Post Video iklan Ruang Rasa	81
Gambar 4.25 Post Insight Video Iklan.....	81
Gambar 4.26 Impression Post Insight Video Iklan	82

INTISARI

Teknologi pada zaman sekarang sudah semakin berkembang pesat. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang pesat menjadikan multimedia sebagai peranan yang penting dalam kehidupan sekarang ini. Banyak sekali peran penting pada multimedia, salah satunya adalah sebagai media promosi untuk suatu perusahaan dalam memperkenalkan produk ataupun perusahaan tersebut sendiri kepada konsumen.

Adapun teknik-teknik yang digunakan dalam multimedia, salah satunya adalah teknik live shoot & motion graphic yang digunakan dalam memperkenalkan produk di Ruang Rasa Coffee.

Ruang Rasa Coffee merupakan salah satu Coffee Shop yang ada di Yogyakarta. Ruang Rasa Coffee sendiri menjual berbagai pilihan kopi dan pastry, mengusung konsep Industrial semi outdoor yang sangat kuat terasa sekali di beberapa titik bagian fisik bangunan. Video promosi ini dibuat untuk memperkenalkan atau mempromosikan Ruang Rasa Coffee melalui media sosial agar lebih dikenal oleh masyarakat Yogyakarta maupun Indonesia.

Kata kunci : Media informasi, media promosi, video promosi, Ruang Rasa Coffee

ABSTRACT

Technology in today's era has been growing rapidly. Along with the rapid development of technology, making multimedia as an important role in today's life. Many important roles in multimedia, one of them is as a media campaign for a company in introducing the product or company itself to the consumer.

As for the techniques used in multimedia, one of them is motion graphic technique used in introducing product in Pizzalicious. Motion graphic is widely used in making public service advertisement, video tutorial, and others.

Ruang Rasa Coffee is one of the Coffee Shops in Yogyakarta. The Rasa Coffee Room itself sells a wide selection of coffee and pastries, carrying a semi-outdoor Industrial concept that is very strong at several points in the physical part of the building. This promotional video was created to introduce or promote Ruang Rasa Coffee through social media to make it better known by the people of Yogyakarta and Indonesia.

Keywords: *Information media, promotional media, promotional videos, Ruang Rasa Coffee*

