

**PEMBUATAN IKLAN TITIKOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK  
MOTION GRAPHICS DAN LIVE SHOOT**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Tio Agustian**

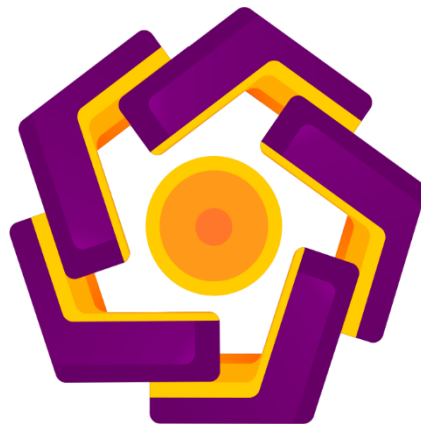
**13.12.7374**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2019**

**PEMBUATAN IKLAN TITIKOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK  
MOTION GRAPHICS DAN LIVE SHOOT**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Tio Agustian**

**13.12.7374**

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

**2019**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN TITIKOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK  
MOTION GRAPHICS DAN LIVE SHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Tio Agustian**

**13.12.7374**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 24 September 2019

**Dosen Pembimbing**

  
**Akhmad Dahlan, M.Kom**

**190302174**

## PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### PEMBUATAN IKLAN TITIKOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHICS DAN LIVE SHOOT

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Tio Agustian**

13.12.7374

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 24 September 2019

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Akhmad Dahlan, M.Kom**  
NIK.190302174

**Dr. Andi Sunyoto, M.Kom**  
NIK.190302052

**Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, M.T**  
NIK.190302289

**Tanda tangan**



Skripsi diterima ini sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 28/09/2019

**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 tanggungjawab saya pribadi.



yakarta, 15 / 01 / 2020

Tio Agustian

NIM. 13.12.7374

## MOTTO

“Berdoalah (mintalah) kepadaKu (Allah SWT), Pastilah aku kabulkan  
untukmu”.

(QS. Al-Mukmin : 60)

“Tidak ada yang tidak mungkin selama kita mau berusaha”





## PERSEMBAHAN

Pertama-tama puji dan syukur kepada ALLAH S.W.T yang telah memberikan nikmat iman, nikmat sehat, dan juga rahmatnya. Dan tak lupa pula atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. ALLAH S.W.T, karena atas rahmat dan karunia-NYA lah skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada ALLAH penguasa alam yang telah meridhoi dan mengabulkan segala do'a dan upaya.
2. Nabi Muhammad S.A.W yang menjadi sosok panutan dalam hidup saya, yang tanpa disadari nilai-nilai yang terkandung dalam setiap tulisan pada SKRIPSI ini terinspirasi dari beliau.
3. Bapak dan Ibu saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak dan ibuku.
4. Sahabat-sahabat saya Firly Rudiansyah, Rahmana Rizky, Bayu, Egrio, Wisnu N, dan Santo yang telah membantu dalam menyelesaikan

skripsi saya. Dan tak lupa pula pada teman-teman yang lain seperti Janu, Aji, Andi, Papank, Wahyu, Amik, Rohman Nur Hadi, dan masih banyak teman-teman lainnya.

5. Dan untuk orang yang spesial Nita Yuniar Ningsih yang telah membantu dan melancarkan selama proses pembuatan skripsi.
6. yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang sudah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Titikopi selaku objek dari studi kasus untuk menyelesaikan dari pada skripsi ini.
8. Saudara dan teman-teman dekat saya yang selalu memberi semangat, dukungan dan motivasi sehingga saya bisa percaya diri untuk maju dalam sidang skripsi.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, AMIN.



## KATA PENGANTAR

Pertama-tama dan yang paling utama puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat pada Allah Subhanallahu wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pembuatan Iklan Titikopi Sebagai Media Promosi Dengan Menggunakan Motion Graphics Dan Live Shoot.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program strata 1 (S1) dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Penulis tentunya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak sekali kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambahkan kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 09 Juli 2019

Tio Agustian

NIM. 13.12.7374

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>SKRIPSI.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>3</b>
<b>1.6 Metode Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>4</b>
<b>1.6.2 Pra produksi.....</b>	<b>4</b>
<b>1.6.3 Produksi .....</b>	<b>4</b>
<b>1.6.4 Pasca produksi.....</b>	<b>5</b>
<b>1.6.5 Metode testing.....</b>	<b>5</b>
<b>1.7 Metode penulisan.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Promosi.....</b>	<b>9</b>
<b>2.3 Pengetian Live shot .....</b>	<b>10</b>

2.4	Konsep Dasar Iklan.....	10
2.4.1	Pengertian Iklan.....	10
2.4.2	Tujuan Periklanan.....	10
2.5	Konsep Motion Graphics.....	11
2.5.1	Pengertian Motion Graphics.....	11
2.6	Konsep Dasar Video.....	11
2.6.1	Definisi Video.....	11
2.6.2	Kategori Video.....	12
2.6.2.1	Video Analog.....	12
2.6.2.2	Video Digital.....	13
2.6.3	Codec.....	13
2.7	Tipe Shot, Kamera Angle dan Gerakan Kamera.....	13
2.7.1	Tipe Shot.....	13
2.7.2	Istilah Lain Dalam Ukuran Gambar Dasar dan Gerakan Kamera 17	
2.8	Analisa Kebutuhan Sistem.....	17
2.9	Tahap Memproduksi Iklan.....	18
2.9.1	Pra Produksi.....	19
2.9.2	Produksi.....	20
2.9.3	Pasca Produksi.....	21
2.10	Teori Evaluasi Skala Likert.....	21
2.10.1	Sejarah Skala Likert.....	21
2.10.2	Skala Likert.....	22
2.10.3	Rumus Persentase.....	23
<b>BAB III.....</b>		<b>25</b>
<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN.....</b>		<b>25</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	25
3.1.1	Latar Belakang Perusahaan.....	25
3.1.2	Logo Titikopi.....	25
3.2	Analisa Kebutuhan.....	26
3.2.1	Kebutuhan Informasi.....	26
3.2.3	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	26
3.2.3	Analisa Kebutuhan Perangkat Keras Editing.....	27
3.2.4	Analisis Braineware.....	28
3.3	Perancangan Video Iklan.....	29
3.3.1	Pra Produksi.....	30

3.3.1.1 Rancangan Konsep Iklan .....	30
3.3.1.2 Pengumpulan Data .....	30
3.3.1.3 Rancang Naskah Video Iklan .....	31
<b>BAB IV .....</b>	<b>34</b>
<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
<b>4.1 Implementasi.....</b>	<b>34</b>
4.1.1 Pengumpulan Data.....	35
4.1.2 Produksi .....	35
4.1.2.1 Persiapan Perangkat Produksi .....	35
4.1.2.2 Pengambilan Video .....	37
4.1.2.3 Pembuatan Desain Grafis .....	37
4.1.2.4 Rekaman dan Editing Narasi.....	40
4.1.3 Pasca Produksi .....	42
4.1.3.1 Editing di adobe Audition .....	42
4.1.3.2 Editing di Adobe After Effect .....	44
4.1.3.3 Editing di Adobe Preimere .....	46
4.1.3.4 Rendering.....	49
4.1.3.5 Hasil Video.....	50
4.4 Media Penyampaian .....	54
4.5 Kelebihan dan Kekurangan Teknik Yang Digunakan .....	55
4.5.1 Kelebihan dan Kekurangan Motion Graphic .....	55
4.5.2 Kelebihan dan Kekurangan Liveshot .....	55
4.4 Pembahasan .....	56
4.4.1 Testing Iklan Menggunakan Skala Likert.....	57
4.4.2.1 Aspek Informasi .....	62
4.4.2.2 Aspek Multimedia .....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
5.1Kesimpulan .....	65
5.2Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

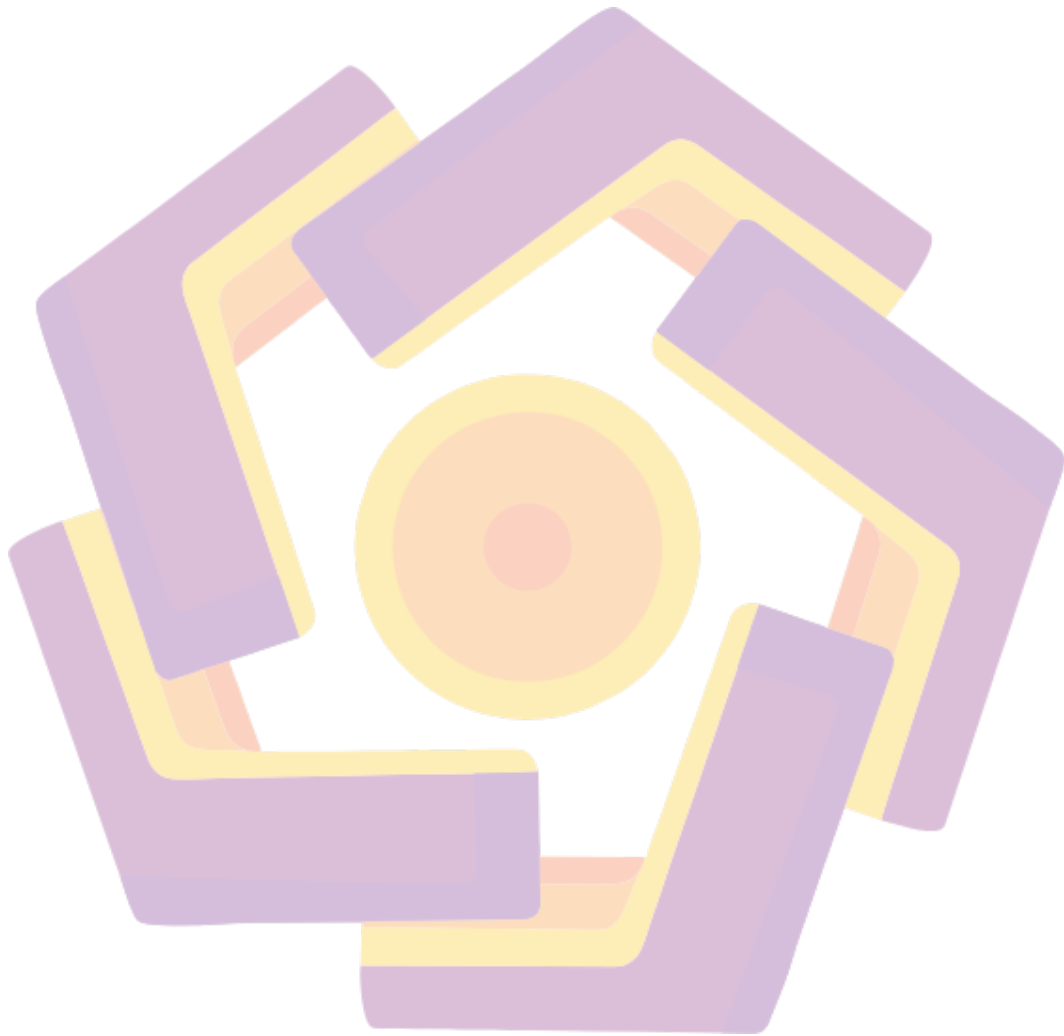
<b>Tabel2.1</b> Pengkategorian skor jawaban .....	22
<b>Tabel3.1</b> Kebutuhanperangkat lunak .....	24
<b>Tabel3.2</b> Kebutuhanperangkat keras editing .....	25
<b>Tabel3.3</b> Peralatan shoting .....	26
<b>Tabel3.4</b> NaskahVideo .....	28
<b>Tabel3.5</b> Storyboard.....	30
<b>Tabel4.1</b> PerlengkapanProduksi .....	34
<b>Tabel4.2</b> hasil video .....	48
<b>Tabel4.3</b> Hasil Presentase Kuesioner Aspek Informasi .....	53
<b>Tabel4.4</b> Hasil Presentase Kuesioner Aspek Multimedia .....	55
<b>Tabel4.5</b> Presentase Nilai .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1Storyboard.....	8
Gambar3.1LogoTitikopi .....	23
Gambar3.2DiagramPerancangan Video Profil.....	27
Gambar4.1Baganpembuatan iklan.....	32
Gambar4.2Hasil shoting.....	35
Gambar4.3Dokumen baru di CorelDraw.....	36
Gambar4.4Pembuatan object.....	36
Gambar4.5Pembuatan warna .....	37
Gambar4. 6 Penyimpanan object .....	37
Gambar4.7Hasil desain .....	38
Gambar4.8Proses perekaman suara.....	39
Gambar4.9Hasilfile rekaman .....	40
Gambar4.10Mecapture noise .....	41
Gambar4.11Proses noise reduction .....	41
Gambar4.12Membuatcompositioning .....	42
Gambar4.13Mengimportproject .....	43
Gambar4.14Memberi gerakan object .....	43
Gambar4.15Menyimpan project .....	44
Gambar4.16Mengimport project ke aftereffect .....	44
Gambar4.17Mengimport file .....	45
Gambar4.18Susunan scene video .....	45
Gambar4.19Memotong video sesuai kebutuhan .....	46
Gambar4.20Memberi transisi .....	46
Gambar4.21Mengatur format video .....	47



**Gambar 4. 22 Proses render video.....47**  
**Gambar 4. 23 Screenshoot Youtube.....54**  
**Gambar 4.24 Screenshoot Instagram.....55**



## INTISARI

Titikopi adalah usaha di sektor minuman berbasis kopi yang mengusung tema kesederhanaan dalam segelas kopi dengan cita rasa tradisional. Yang menjual minuman kopi dari berbagai daerah di Indonesia, termasuk kopi vienna, capucino, africano, ristretto, latte, glase, mocaccino, dan espresso. Dan masih ada varian lainnya. Titikopi pertama kali di dirikan pada 26 Januari 2017 di Imogiri Bantul, Yogyakarta.

Tujuan iklan harus didasarkan pada keputusan sebelumnya mengenai target pasar, penentuan posisi pasar, dan kemudian pemasaran. Setelah pasar sasaran, strategi penentuan posisi dan kemudian pemasaran jelas, dan sasaran iklan dapat ditetapkan. Tujuan periklanan dapat diklasifikasikan sesuai dengan tujuannya, yaitu memberikan informasi, menarik, mengingatkan pembeli, menambah nilai, dan membantu kegiatan lain dari toko atau badan usaha.

Animasi adalah gambar bergerak, yang berasal dari kumpulan objek yang telah diatur sedemikian rupa dan bergerak mengikuti jalur yang telah ditentukan setiap kali dihitung.

Pemotretan langsung dapat diartikan sebagai teknik untuk memotret gambar bergerak secara langsung. Pemotretan langsung juga dapat dikatakan sebagai perekaman video di mana dalam prosesnya diperlukan pengeditan untuk meningkatkan hasil pemotretan. Motion graphics adalah karya media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Ini dapat dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik.

Kata kunci : Titikopi, *Motion Graphics*, *Live Shoot*, iklan dan Animasi.

## ***ABSTRACT***

Titikopi is an effort in the coffee-based beverage sector that carries the theme of simplicity in a glass of coffee with traditional flavors. That sells coffee drinks from various regions in Indonesia, including coffee vienna, capucino, africano, ristretto, latte, glase, mocaccino and espresso. And there are still other variants. Titikopi was first established on January 26, 2017 at Imogiri Bantul, Yogyakarta.

The purpose of advertising must be based on previous decisions regarding target markets, market positioning, and then marketing. After the target market, the positioning strategy and then marketing is clear, and advertising goals can be set. The purpose of advertising can be classified according to its objectives, namely providing information, persuasion, reminding buyers, adding value, and helping other activities of a shop or business entity.

Animation is a moving image, derived from a collection of objects that have been arranged in such a way and move following a predetermined path

