

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI CAFÉ MORO KANGEN
MAGELANG**

SKRIPSI



disusun oleh

**Naufal Lutfi Aulia Hakim
16.12.9633**

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

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI CAFÉ MORO
KANGEN MAGELANG**

SKRIPSI

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



diajukan oleh

Naufal Lutfi Aulia Hakim

16.12.9633

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI CAFÉ MORO KANGEN
MAGELANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Naufal Lutfi Aulia Hakim

16.12.9633

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 3 September 2020

Dosen Pembimbing

Ferian Fauzi Abdulloh, M.Kom

NIK. 190302276

**PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI CAFÉ MORO KANGEN
MAGELANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Naufal Lutfi Aulia Hakim

16.12.9633

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 18 Desember 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Yuli Astuti, M.Kom
NIK. 190302146

Acihmah Sidauruk, M.Kom
NIK. 190302238

Ferian Fauzi Abdullah, M.Kom
NIK. 190302276

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 11 Januari 2021

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.

Pekanbaru, 8 Januari 2021



Naufal Lutfi Aulia Hakim

NIM. 16.12.9633

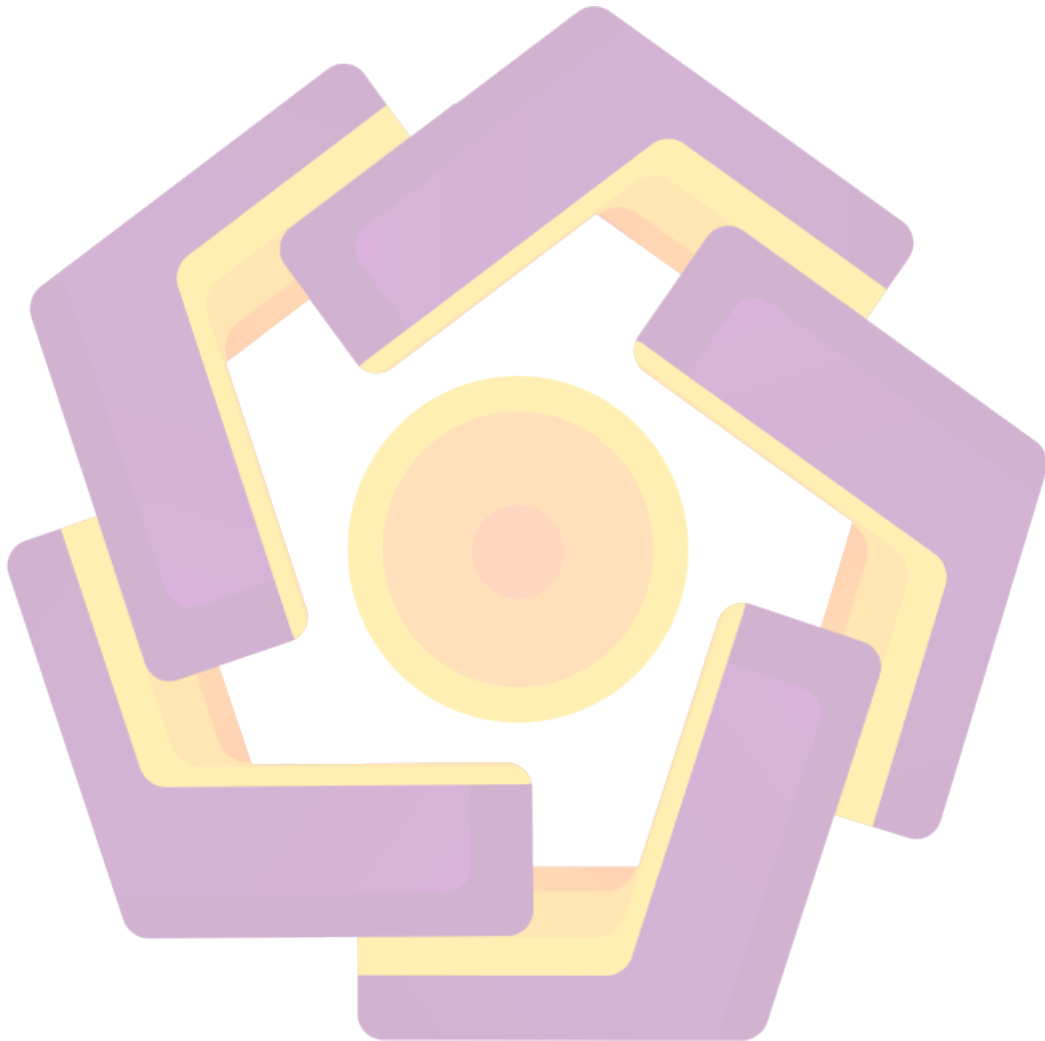
MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.”

- Surat Al-Baqarah ayat 216

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.”

- Andrew Jackson



PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis juga sangat berterima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan skripsi ini hingga selesai. Oleh karena itu, penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ibu Eni Wihandayani dan Bapak Kadar Sumantri, selaku orang tua tercinta yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan memberikan semua fasilitas yang dibutuhkan untuk penunjang kuliah.
2. Priska Kumala Sari selaku istri yang selalu mendoakan, memberi semangat dan juga memberikan senyuman penghilang lelah.
3. Bapak Ferian Fauzi Abdulloh, M.Kom. yang telah membimbing dengan sabar dari awal hingga akhir proses pembuatan skripsi dan juga ketika ujian pendadaran.
4. Dosen-dosen di Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan dan mengajarkan banyak ilmu selama masa perkuliahan
5. Teman-teman sekelas, seangkatan, sekontrakan atau teman-teman seperjuangan selama kuliah di Jogja tercinta yang telah memberikan berbagai bentuk semangat, canda, dan tawa.
6. Teman-teman kelas 16 SI 10 yang telah menemani masa perkuliahan dari awal kuliah hingga selesai. Semoga kita semua sukses dunia akhirat dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
7. Muhammad Arsyad Al Aziz, Satria CS yang telah memberikan bantuan dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Teman-teman SAHABAT AMIKOM yang telah menemani dari awal kuliah sampai selesai. Semoga kita semua sukses dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
9. Affan Megan Huda, Bagus Rohmadi, Kukuh Bayu dan Aufa Kurnia Ibnu Sandy yang telah memberikan bantuan dalam proses pengerjaan skripsi dan tentunya semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pembuatan Video Iklan Promosi Pada Café Moro Kangen Magelang.

Skripsi ini penulis buat guna menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program studi Sistem Informasi fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program strata 1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi ini, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Ferian Fauzi Abdullah, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang selalu bijaksana memberikan bimbingan, nasehat serta waktunya selama penulisan skripsi ini.
4. Ibu Supriatin, M.Kom. selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.
5. Dosen Penguji dan segenap Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah berbagi ilmu dan pengalamannya.
6. Kedua orang tua beserta adik yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan moril.
7. Teman-teman sekelas, sekontrakan atau teman-teman seperjuangan selama kuliah di Jogja tercinta yang telah memberikan berbagai bentuk semangat, canda, dan tawa.

Semoga Allah *Subhanahu wa Ta'ala* memberikan balasan yang lebih kepada semua yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati dan rasa terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Pekanbaru, 09 Januari 2021

Naufal Lutfi Aulia Hakim

DAFTAR ISI

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Metode Penelitian	3
1.6.1. Metode Pengumpulan Data	3
1.6.2. Metode Analisis	4
1.6.3. Metode Perancangan	4
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II	8
Landasan Teori	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Sejarah MultiMedia	13
2.2.2. Definisi MultiMedia	14
2.2.3. Kategori Multimedia	14
2.2.4. Jenis Multimedia	16
2.3. Video	20
2.3.1 Standart Video Format	20
2.4 Promosi	22
2.4.1 Manfaat Promosi mempengaruhi penjualan	22
2.5 Pengertian Iklan	22

2.2.5.	Kategori Iklan	23
2.6.	Produksi Iklan	24
2.6.1.	Pra-Produksi	24
2.6.2	Produksi	26
2.6.3	Pasca Produksi	28
2.7.	Motion Graphic	29
2.7.1	Pengertian <i>Motion Graphic</i>	29
2.7.2	Metode Motion Graphic	30
2.8.	Analisa SWOT	31
2.9.	Data Kuesioner	31
2.10	. Evaluasi	32
2.10.1.	Skala Likert	33
2.10.2.	Skala Semantic Differentials	34
2.10.3.	Skala Guttman	35
2.11.	Teori Responden	37
2.11.1	Menentukan Jumlah Sample	37
BAB III	39
ANALISIS DAN PERANCANGAN	39
3.1.	Gambaran umum	39
3.1.1.	Sejarah Café Moro Kangen	39
3.1.2.	Logo Café Moro Kangen	39
3.1.3.	Tempat Café Moro Kangen	40
3.2.	Analisis	40
3.2.1.	Identifikasi masalah	40
3.3.	Solusi Yang Diterapkan	42
3.4.	Solusi Yang Dipilih	42
3.5.	Studi Kelayakan	42

3.5.1.	Kelayakan Teknologi	42
3.5.2.	Kelayakan Operasional.....	43
3.5.3.	Kelayakan Ekonomi.....	43
3.5.4.	Kelayakan Hukum	43
3.6.	Analisis Kebutuhan Sistem	44
3.6.1.	Kebutuhan Fungsional.....	44
3.6.2.	Kebutuhan Non-Fungsional.....	45
3.7.	Tahap Pra-Produksi.....	47
3.7.1.	Perancangan Konsep Video Iklan.....	47
3.7.2.	Pembuatan Naskah	47
3.7.3.	Storyboard.....	49
3.4.4	Biaya Produksi.....	53
BAB IV	54
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	54
4.1.	Produksi	54
4.1.1.	Persiapan Perangkat produksi	54
4.1.2.	Proses Pengambilan Gambar	55
4.1.3.	Hasil Pengambilan Video.....	57
4.1.4.	Proses Pembuatan Aset <i>Motion Graphics</i>	57
4.2.	Pasca Produksi	58
4.2.1.	Compositing	59
4.2.2.	Sound Editing.....	61
4.2.3.	Editing Video Menggunakan <i>Adobe Premiere</i>	62
4.2.4.	Rendering	65
4.3.	Testing	68
4.3.1.	Kuisisioner	68
4.3.2.	Hasil Kuisisioner.....	70

4.3.3. Hasil Sebelum Promosi Instagram.....	81
4.3.4. Tahap Promosi Instagram.....	81
BAB V.....	90
PENUTUP.....	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan	9
Tabel 2.2 Perbandingan	10
Tabel 2.3 Perbandingan	10
Tabel 2.4 Tabel Skala Likert.....	33
Tabel 2.5 Tabel Sinetron Televisi	35
Tabel 3.1 Hasil Wawancara.....	41
Tabel 3.2 Perlengkapan Produksi.....	45
Tabel 3.3 Perangkat Lunak.....	50
Tabel 3.4 Storyboard.....	49
Tabel 3.5 Biaya Produksi.....	53
Tabel 4.1 Perlengkapan Produksi.....	55
Tabel 4.2 Form Kuisisioner	68
Tabel 4.3 Interval Skor	71
Tabel 4.4 Hasil Kuisisioner.....	71
Tabel 4.5 Hasil Implementasi di media sosial Instagram.....	87
Tabel 4.6 Hasil Implementasi berdasarkan Wawasan Jenis Kelamin	88
Tabel 4.7 Hasil Implementasi berdasarkan Wawasan Lokasi.....	89
Tabel 4.8 Hasil Implementasi berdasarkan Wawasan Rentang Usia.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Storyboard.....	26
Gambar 2.2 Daftar Nomogram	37
Gambar 3.1 logo Café Moro Kangen	39
Gambar 3.2 Tempat/Lokasi Café Moro Kangen	40
Gambar 4.1 Angel Long Shoot	56
Gambar 4.2 Angel Medium Shoot	56
Gambar 4.3 Angel Close Shoot	57
Gambar 4.4 Hasil Pengambilan Video	57
Gambar 4.5 Gambar Hasil Logo	57
Gambar 4.6 Membuat komposisi baru.....	60
Gambar 4.7 Mengimport gambar	60
Gambar 4.8 Tampilan proses composition.....	61
Gambar 4.9 Transformasi dasar	61
Gambar 4.10 Backsound free dari youtube	62
Gambar 4.11 Proses import video	63
Gambar 4.12 Tahap cutting video.....	64
Gambar 4.13 Tahap coloring.....	65
Gambar 4.14 Proses Export File.....	66
Gambar 4.15 Proses Codec Video	67
Gambar 4.16 Proses Rendering	67
Gambar 4.17 Total Responden Masuk.....	73
Gambar 4.18 Rentang Usia Responden.....	73
Gambar 4.19 Status Responden.....	74
Gambar 4.20 Wawasan Sebelum di Promosikan.....	81
Gambar 4.21 Pemilihan akun	81
Gambar 4.22 Pemilihan pemirsa manual.....	82
Gambar 4.23 Pengisian Informasi.....	83
Gambar 4.24 Pemilihan Lokasi	83

Gambar 4.25 Anggaran & Durasi84
Gambar 4.26 Video Telah Berhasil di Promosikan85
Gambar 4.27 Wawasan Promosi Video Iklan Café Moro Kangen85
Gambar 4.28 Wawasan Promosi Berdasarkan Jenis Kelamin.....86
Gambar 4.29 Wawasan Promosi Berdasarkan Rentang Usia.....86



INTISARI

Multimedia digunakan dalam bidang pemasaran, biasanya untuk mempromosikan suatu produk dan jasa suatu perusahaan kepada publik atau pasar sasaran. Melalui multimedia inilah perusahaan dapat menyampaikan informasi produk yang dijualnya kepada konsumen dengan audio dan visual yang menarik. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana cara membuat dan merancang video iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media untuk mengenalkan Café Moro Kangen ke masyarakat luas melalui media sosial Instagram agar konsumen dapat mengetahui menu apa saja yang tersedia diCafé Moro Kangen.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi yaitu pengamatan langsung, wawancara terhadap pemilik Café Moro Kangen serta mencari referensi teori dari buku, jurnal atau internet. Metode analisis dilakukan dengan cara menganalisis data penelitian yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Metode perancangan menggunakan beberapa metode, meliputi ; Merancang konsep video iklan, Merancang isi video iklan, dan Merancang naskah video iklan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji skala faktor tampilan video dan informasi video, total presentase yang didapat untuk video iklan Instagram pada Café Moro Kangen adalah 89,86%. Setelah dilihat pada table interval skor maka hasil presentase video iklan Instagram pada Café Moro Kangen adalah *Sangat Baik*.

Kata Kunci : Café Moro Kangen, Video Media Promosi, Multimedia, *MotionGraphic*

ABSTRACT

Multimedia are used in marketing, usually to promote a company's product and services to the public or target market. It is thought that this multimedia that companies can convey the information of the products they sell to consumers with interesting audio and visual content. The purpose of this research is how to make and design video ads with live shoot and motion graphic techniques as a medium to introduce Café Moro Kangen to the public via social media so that consumers can know what items are available in the Café Moro Kangen.

Methods of data collection are conducted by observation of direct observation, interviews of the Café Moro Kangen and referencing theories from books, journals and internet. Analysis methods are done by analyzing data that have been collected to compare the report and to design the AD. The design methods use several methods, including ; Design the concept of advertising videos, designed the content of ads, designed the text of advertising videos.

The results showed that the test results of video display factor scale and video information, the total percentage obtained for Instagram ad videos on Café Moro Kangen was 89,86%. After being seen at the score interval table, the percentage result of Instagram ad video on Café Moro Kangen is Very Good.

Keywords : *Café Moro Kangen, Promotional Media Videos, Multimedia, MotionGraphic*

