

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PENGGABUNGAN TEKNIK  
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PRODUK “SATUGO” SATUJU COFFEE  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Program Studi  
*Sistem Informasi*



Disusun oleh :

**HARRI PIQI HASTAMA  
17.12.0005**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PENGGABUNGAN TEKNIK  
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PRODUK “SATUGO” SATUJU COFFEE  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Program Studi  
*Sistem Informasi*



Disusun oleh :

**HARRI PIQI HASTAMA  
17.12.0005**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

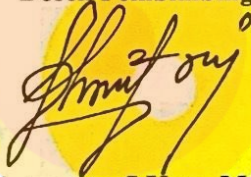
**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PENGGABUNGAN TEKNIK LIVE  
SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PRODUK “SATUGO” SATUJU COFFEE  
YOGYAKARTA**

yang disusun dan diajukan oleh

**HARRI PIQI HASTAMA**  
**17.12.0005**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 29 Januari 2024

Dosen Pembimbing,



**Dhani Ariatmanto, S.Kom, M.Kom, Ph.D.**  
**NIK. 190302197**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PENGGABUNGAN TEKNIK LIVE  
SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PRODUK "SATUGO" SATUJU COFFEE  
YOGYAKARTA**

yang disusun dan diajukan oleh

**HARRI PIQI HASTAMA**

**17.12.0005**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 20 Februari 2024

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom  
NIK. 190302391



Alfie Nur Rahmi., M.Kom  
NIK. 190302240



Dhani Ariatmanto, S.Kom., M.Kom., Ph.D  
NIK. 190302197



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 20 Februari 2024

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : HARRI PIQI HASTAMA  
NIM : 17.12.0005

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

### **PEMBUATAN VIDEO IKLAN PENGGABUNGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK "SATUGO" SATUJU COFFEE YOGYAKARTA**

Dosen Pembimbing : Dhani Ariatmanto, S.Kom., M.Kom., Ph.D.

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, 20 Februari 2024

Yang Menyatakan,



HARRI PIQI HASTAMA

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatulahi Wabarokatu

Alhamdulillahirabbil'alamiinn, dengan rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Penyayang, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan dan menganugerahkan kasih sayang, rezeki, dan Kesehatan serta atas berkah, ridho dan hidayah-Nya, sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PEMBUATAN VIDEO IKLAN PENGGABUNGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK “SATUGO” SATUJU COFFEE YOGYAKARTA”. Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi besar, Nabi Muhammad SAW yang mengantarkan kita dari zaman kebodohan kejaman yang terang benderang seperti sekarang ini, yang telah menjadi tauladan untuk umat islam menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Skripsi ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sekaligus pertanggungjawaban akhir penulis sebagai mahasiswa jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan kesalahan, maka dari itu, penulis dengan penuh kerendahan hati mengharapkan dan menerima saran dan kritikan dari berbagai pihak untuk dijadikan bahan masukan dan evaluasi untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya kerja keras, tanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini dan tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, serta kritik dan saran yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam dan tak terkira kepada :

1. Bapak Prof.Dr.M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si.,MT selaku ketua Jurusan Sistem Informasi.
3. Bapak Mei Purwanto Kurniawan, M.Kom., sebagai Sekretaris Prodi Sistem Informasi.

4. Bapak Dhani Ariatmanto, S.Kom., M.Kom., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam mengerjakan skripsi ini dan telah sabar dalam memberikan arahan, petunjuk dan dorongan pada saya.
5. Bapak dan Ibu Dosen UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama kuliah.
6. Ibu Putri Novika Anggraeni selaku Owner dari SATUJU Coffee yang telah memberikan izin serta membantu untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Penulis berharap mendapat kritik dan saran dari semua pihak agar tulisan skripsi ini dapat menjadi lebih baik.

Yogyakarta, 29 Januari 2024

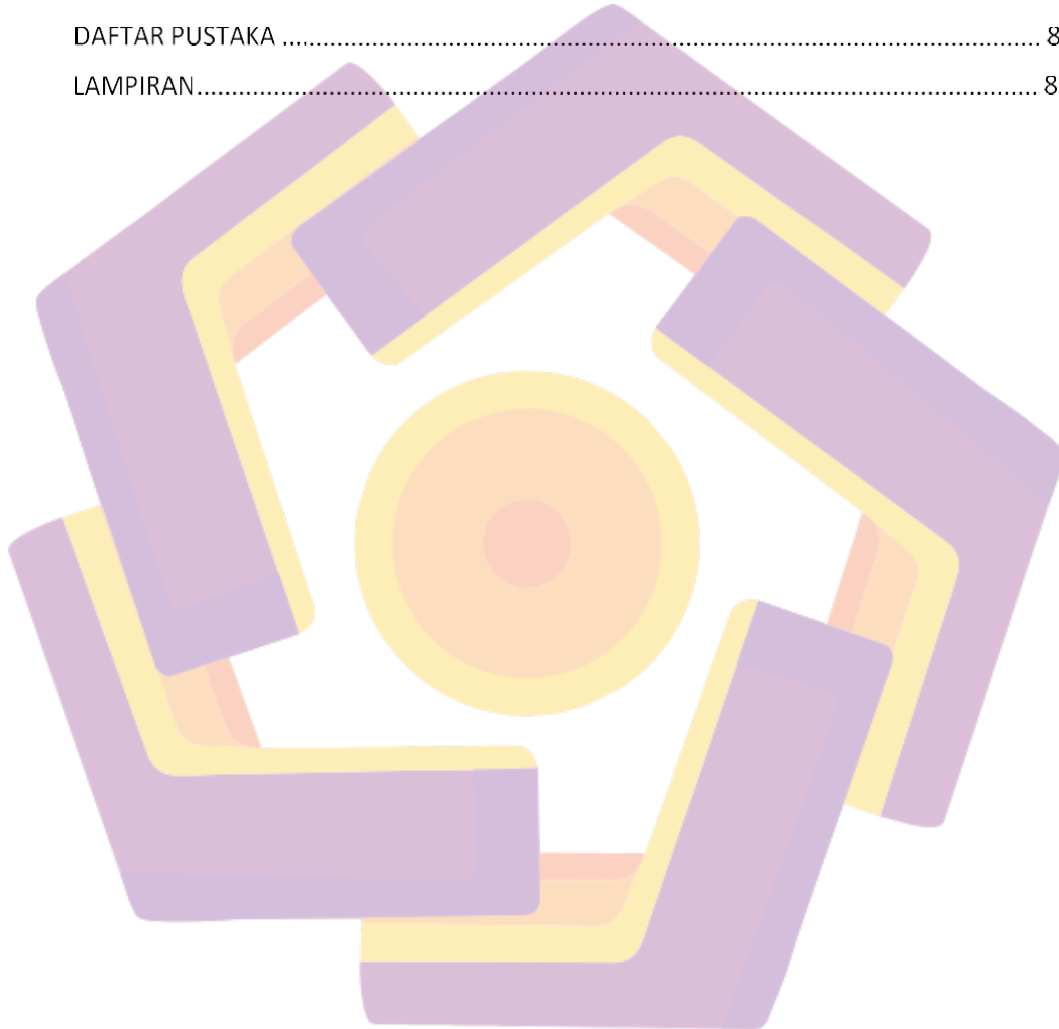
Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Studi Literatur .....	6
2.2 Dasar Teori.....	14
BAB III METODE PENELITIAN .....	34
3.1 Objek Penelitian .....	34
3.2 Alur Penelitian.....	37
3.3 Analisis Kebutuhan .....	42
3.4 Tahapan Pra Produksi.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	49
4.1 Alur Produksi .....	49



4.2	Pasca Produksi.....	55
4.3	Pembahasan Video Iklan.....	63
4.4	Evaluasi .....	66
4.5	Implementasi .....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		80
5.1	KESIMPULAN.....	80
5.2	SARAN .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....		82
LAMPIRAN.....		82



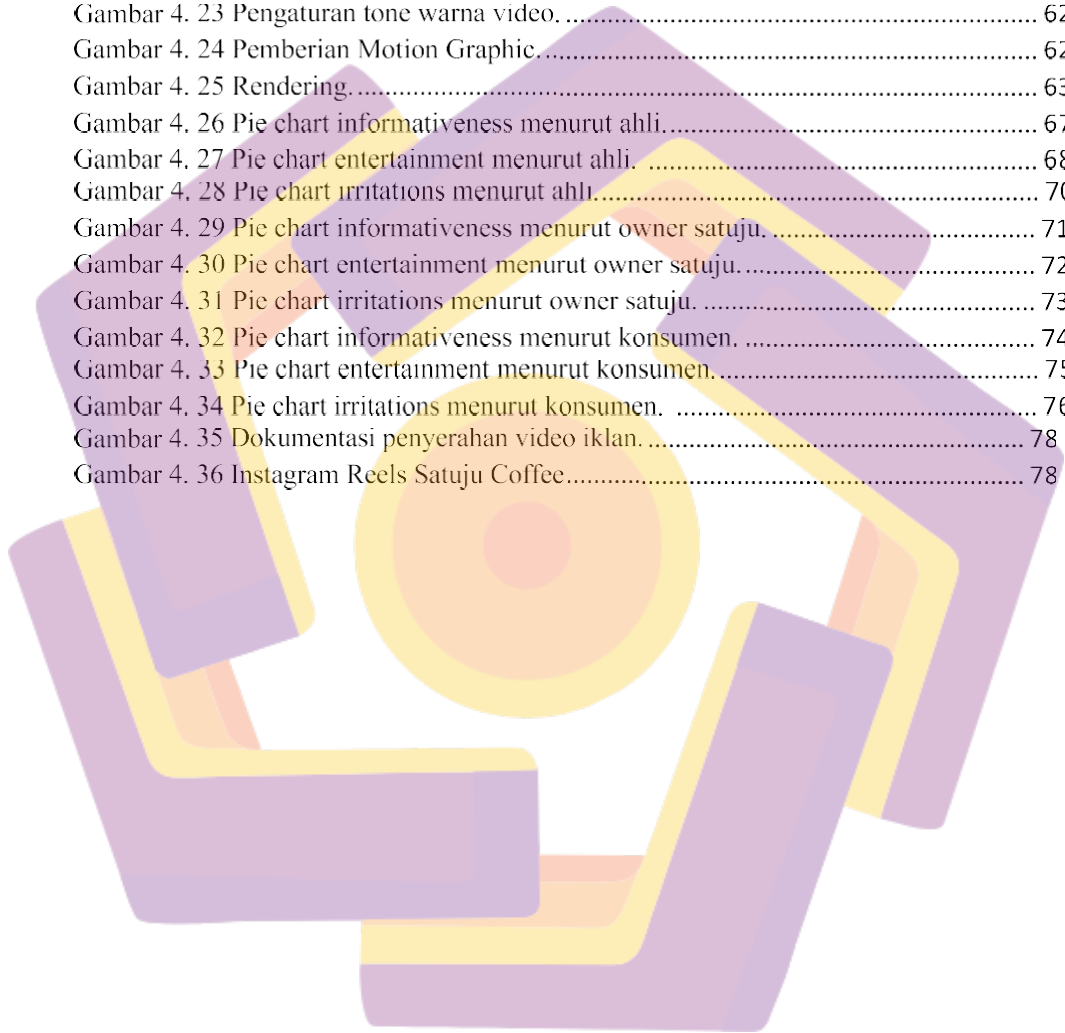
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Keaslian Penelitian .....	8
Tabel 3. 1 Tabel Produk Satugo.....	36
Tabel 3. 2 Wawancara Identifikasi .....	39
Tabel 3. 3 Tabel Indikator Video Iklan.....	41
Tabel 3. 4 Presentase Nilai .....	41
Tabel 3. 5 Naskah Video Iklan Satugo .....	44
Tabel 3. 6 Tabel Storyboard .....	46
Tabel 3. 7 Tim produksi.....	48
Tabel 4. 1 Jadwal Shooting.....	50
Tabel 4. 2 Daftar Alat .....	51
Tabel 4. 3 Penyesuaian Hasil Akhir.....	63
Tabel 4. 4 Pertanyaan indicator informativeness pada ahli.....	67
Tabel 4. 5 Pertanyaan indikator entertainment pada ahli.....	68
Tabel 4. 6 Pertanyaan indikator irritation pada ahli.....	70
Tabel 4. 7 Pertanyaan indikator informativeness pada Owner Satuju.....	71
Tabel 4. 8 Pertanyaan indikator entertainment pada owner satuju.....	72
Tabel 4. 9 Pertanyaan indicator irritation pada owner satuju.....	73
Tabel 4. 10 Pertanyaan indikator informativeness pada konsumen.....	74
Tabel 4. 11 Pertanyaan indikator entertainment pada konsumen.....	75
Tabel 4. 12 Pertanyaan indicator irritations pada konsumen.....	76
Tabel 4. 13 Penilaian keseluruhan.....	77
Tabel 4. 14 Perbandingan Insight.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Promosi produk Satugo di Instagram.....	2
Gambar 2. 1 Contoh video iklan minuman.....	14
Gambar 2. 2 Contoh frame rate.....	15
Gambar 2. 3 Contoh aspect ratio.....	16
Gambar 2. 4 Contoh dari date rate.....	16
Gambar 2. 5 Contoh resolusi Spasial.....	16
Gambar 2. 6 Contoh Digital video.....	17
Gambar 2. 7 Contoh Analog video.....	17
Gambar 2. 8 Format Digital Video.....	18
Gambar 2. 9 Contoh iklan.....	19
Gambar 2. 10 Contoh Iklan Komersil.....	20
Gambar 2. 11 Contoh Iklan Layanan Masyarakat.....	20
Gambar 2. 12 Contoh iklan politik.....	20
Gambar 2. 13 Contoh dari live shoot.....	23
Gambar 2. 14 Contoh long shoot.....	23
Gambar 2. 15 Contoh medium shot.....	24
Gambar 2. 16 Contoh medium close up.....	24
Gambar 2. 17 Contoh Close up.....	25
Gambar 2. 18 Contoh Big Close up.....	25
Gambar 2. 19 Contoh two shot.....	26
Gambar 2. 20 Contoh over shoulder shot.....	26
Gambar 2. 21 Contoh pengaplikasian motion graphic.....	27
Gambar 2. 22 Contoh frame motion graphic.....	28
Gambar 2. 23 Contoh penggunaan transisi.....	29
Gambar 2. 24 Contoh tekstur dalam video.....	29
Gambar 2. 25 Contoh motion graphic yang memuat emotions.....	30
Gambar 2. 26 Contoh inspirasi motion graphic.....	30
Gambar 2. 27 Contoh promosi melalui media.....	32
Gambar 3. 1 Logo Satuju Coffe.....	37
Gambar 3. 2 Alur Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Bagan Alur Produksi.....	49
Gambar 4. 2 Lokasi Satuju Coffee.....	50
Gambar 4. 3 Ring light.....	51
Gambar 4. 4 Flash Handphone.....	51
Gambar 4. 5 Wide Shot.....	52
Gambar 4. 6 Long Shot.....	53
Gambar 4. 7 Close Up.....	53
Gambar 4. 8 Extreme Close.....	53
Gambar 4. 9 BTS Scene 1.....	54
Gambar 4. 10 BTS Scene 2.....	54
Gambar 4. 11 BTS Scene 3.....	55
Gambar 4. 12 BTS Scene 4.....	55
Gambar 4. 13 Pengaturan ukuran video.....	56

Gambar 4. 14 Pengaturan klip video.....	56
Gambar 4. 15 Pemberian logo Satuju .....	57
Gambar 4. 16 Penggabungan scene. ....	57
Gambar 4. 17 Pengaturan Speed dan durations. ....	58
Gambar 4. 18 Pemberian effect slowmotion.....	58
Gambar 4. 19 Pembuatan transisi. ....	59
Gambar 4. 20 Masking.....	60
Gambar 4. 21 Pemberian music.....	60
Gambar 4. 22 Pemberian voice over.....	61
Gambar 4. 23 Pengaturan tone warna video. ....	62
Gambar 4. 24 Pemberian Motion Graphic.....	62
Gambar 4. 25 Rendering.....	63
Gambar 4. 26 Pie chart informativeness menurut ahli.....	67
Gambar 4. 27 Pie chart entertainment menurut ahli. ....	68
Gambar 4. 28 Pie chart irritations menurut ahli.....	70
Gambar 4. 29 Pie chart informativeness menurut owner satuju.....	71
Gambar 4. 30 Pie chart entertainment menurut owner satuju.....	72
Gambar 4. 31 Pie chart irritations menurut owner satuju. ....	73
Gambar 4. 32 Pie chart informativeness menurut konsumen. ....	74
Gambar 4. 33 Pie chart entertainment menurut konsumen.....	75
Gambar 4. 34 Pie chart irritations menurut konsumen. ....	76
Gambar 4. 35 Dokumentasi penyerahan video iklan.....	78
Gambar 4. 36 Instagram Reels Satuju Coffee.....	78



## INTISARI

Media promosi pada saat ini semakin berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Berbagai perusahaan berlomba-lomba membuat media promosi yang lebih inovatif. Video iklan menjadi salah satu media promosi yang sering digunakan para pelaku usaha untuk memperkenalkan produk mereka pada khalayak umum. video iklan dapat dijadikan media promosi alternatif yang disebarkan melalui media sosial seperti Instagram. Sama halnya dengan produk-produk lain, Satuju Coffee mulai mengembangkan promosi dari produk Satugo menggunakan video iklan.

Video iklan dapat dikembangkan dengan berbagai Teknik yang membuat video tersebut lebih menarik. Teknik live shot dan Teknik motions graphic merupakan dua teknik yang dapat digabungkan dalam pembuatan sebuah video iklan. Dengan menggabungkan kedua Teknik tersebut, video iklan yang dihasilkan akan menjadi lebih menarik dan dapat memberikan informasi mengenai produk baik melalui teks, audio maupun visual.

Perancangan dan pengembangan video iklan menggunakan penggabungan Teknik live shot dan motions graphic bertujuan sebagai media promosi produk Satugo. Dengan adanya video iklan, konsumen dapat lebih mengetahui bagaimana nilai Informativeness, Entertain serta irritations dari video iklan tersebut.

**Kata kunci:** Media promosi, video iklan, live shoot, motion graphic.

## ***ABSTRACT***

*Promotional media is currently increasingly developing following technological developments. Various companies are competing to create more innovative promotional media. Advertising videos are one of the promotional media that is often used by business people to introduce their products to the general public. Advertising videos can be used as alternative promotional media distributed via social media such as Instagram. As with other products, Satuju Coffee is starting to develop promotions for Satugo products using advertising videos.*

*Advertising videos can be developed using various techniques that make the video more interesting. Live shot techniques and motion graphic techniques are two techniques that can be combined in making an advertising video. By combining these two techniques, the resulting advertising video will be more interesting and can provide information about the product either through text, audio or visuals.*

*Design and development of advertising videos using a combination of live shot and motion graphic techniques aimed at promoting Satugo products. With video advertisements, consumers can find out more about the informativeness, entertainment and irritation values of the video advertisements.*

***Keywords:*** *Promotional media, advertising videos, live shoots, motion graphics.*

