

**PEMBUATAN VIDEO PRADA COFFEE MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Echsan Ady Tama

14.11.7785

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**PEMBUATAN VIDEO PRADA COFFEE MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Teknik Informatika



disusun oleh

Echsan Ady Tama

14.11.7785

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO PRADA COFFEE MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Echsan Ady Tama

14.11.7785

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 5 September 2020

Dosen Pembimbing,

Agus Purwanto, M. Kom

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO PRADA COFFEE MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Echsan Ady Tama

14.11.7785

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 5 September 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom
NIK. 190302390

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom
NIK. 190302164

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 19032229

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 5 September 2020

KETUA UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya sayasendiri (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.

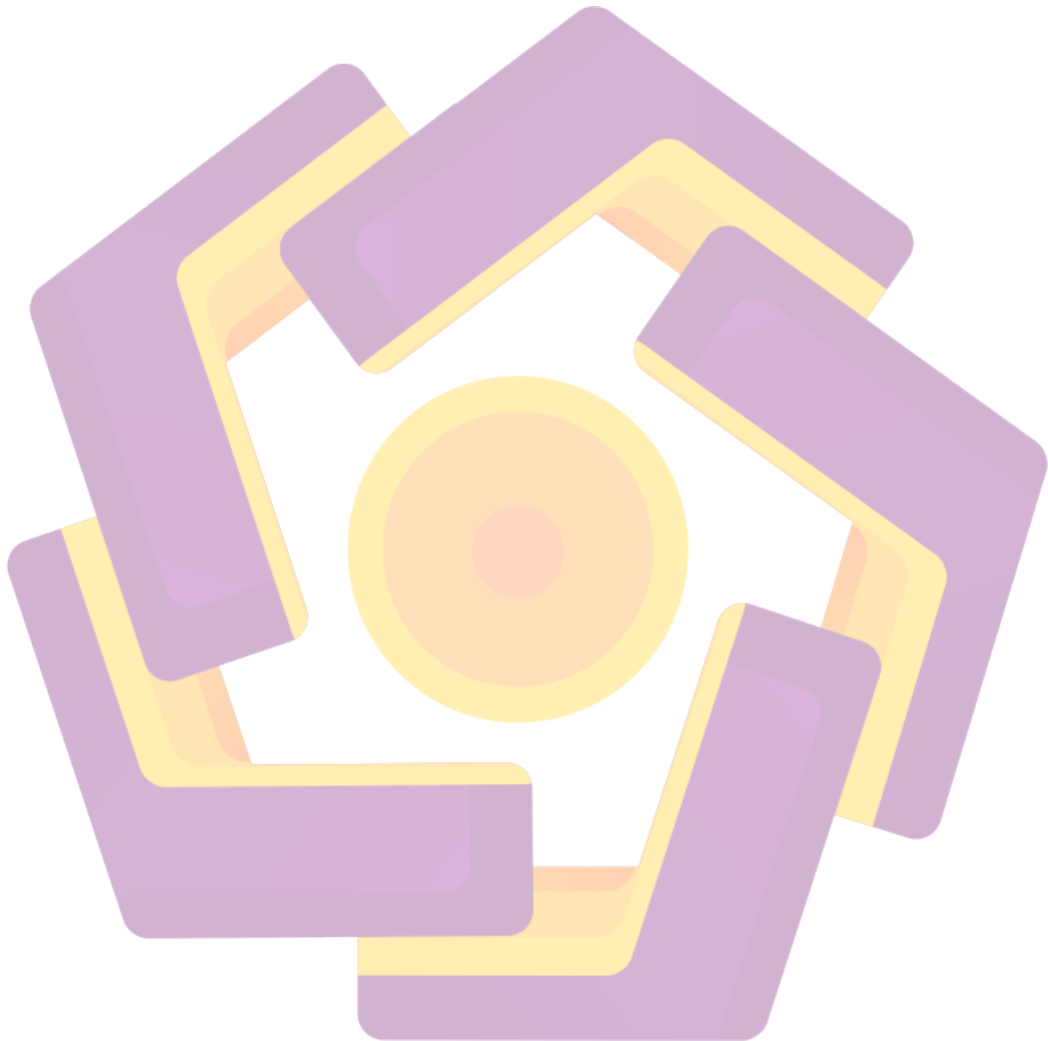
Yogyakarta, 5 September 2020



Echan Ady Tama

NIM. 14.11.7785

MOTTO



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua yang tidak lelah mendukung dan mendoakan saya.
3. Bapak Agus Purwanto, M.Kom yang telah membimbing dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Saudara-saudara saya yang selalu mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman dari kelas S1 Informatika Angkatan 2014. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu dan selalu mendukung saya ucapkan terimakasih.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul "Pembuatan Video Prada Coffee Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program Pendidikan S1 Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer. Selama mengikuti pendidikan Strata 1 Teknik Informatika sampai dengan proses penyelesaian Skripsi di Universitas Amikom Yogyakarta, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing penulis. Maka untuk itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih khususnya 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 Agus Purwanto, M. Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan bagi penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.

5. Saudara Pintaka Yuwanaselaku pemilik Prada Coffee Yogyakarta yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan Prada sebagai objek penelitian.

Keluarga besar penulis dan seluruh teman-teman seperjuangan S1 Informatika yang telah memberikan semangat sehingga skripsi ini berhasil saya selesaikan. Penulis menyadari, Skripsi ini masih banyak kelemahan dan kekurangan. Karena itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati, semoga keberadaan Skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan kita, khususnya tentang Video Iklan sebagai Media Promosi dan Informasi.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 5 September 2020

Penulis,

Echan Ady Tama

14.11.7785

DAFTAR ISI

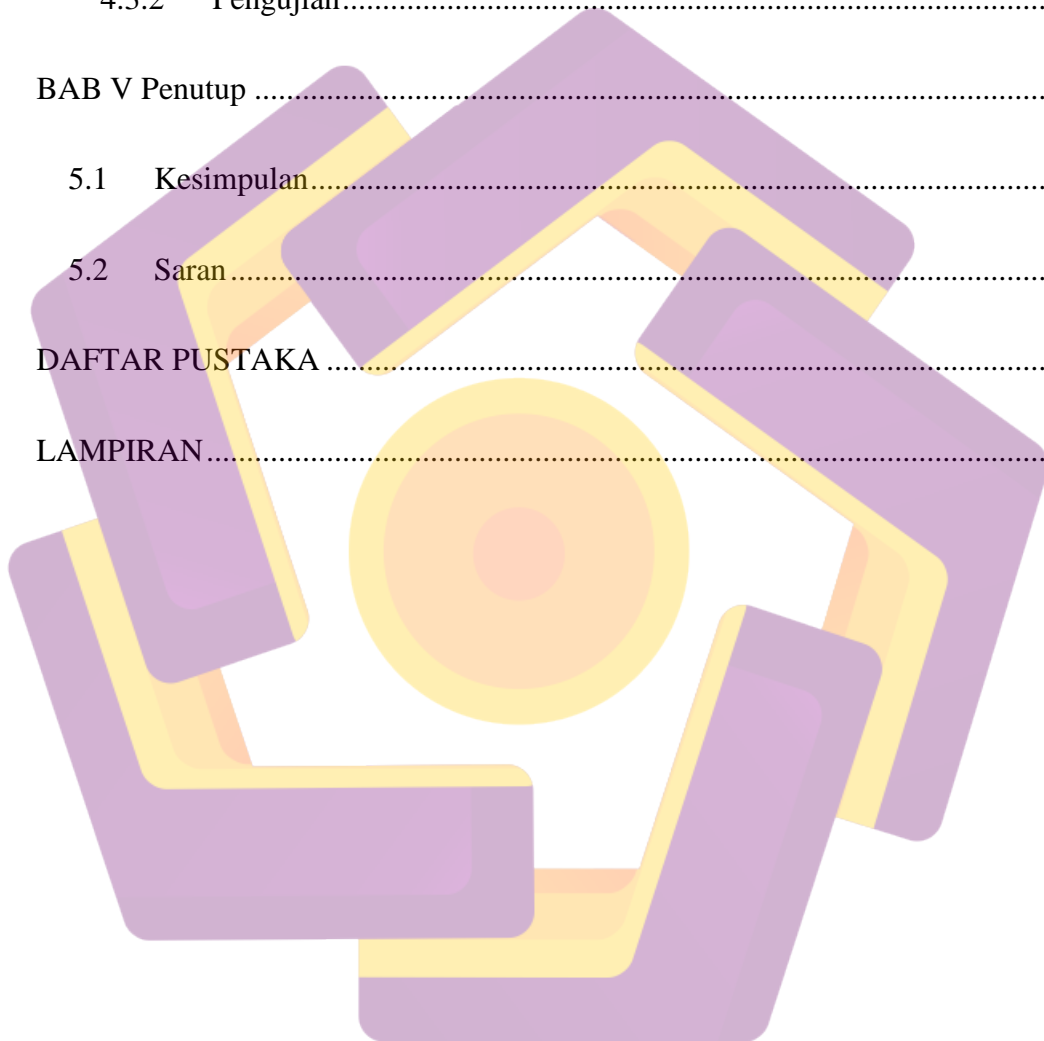
JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3

1.6	Metode Penelitian.....	3
1.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6.2	Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.3	Metode Analisis	4
1.6.4	Evaluasi.....	4
1.7	Sistematika Penulisan.....	5
BABII Landasan Teori.....		7
2.1	Tinjauan Pustaka	7
2.2	Dasar Teori.....	8
2.2.1	Definisi Multimedia	8
2.2.2	Pentingnya Multimedia	8
2.2.3	Elemen – elemen Multimedia	8
2.3	Video	10
2.4	Periklanan.....	11
2.4.1	Definisi Iklan.....	11
2.4.2	Tujuan Periklanan	11
2.4.3	Manfaat Iklan	13
2.5	Definisi <i>Live Shoot</i>	14
2.5.1	Tehnik Pergerakan Kamera.....	18

2.6	<i>Motion Graphic</i>	19
2.6.1	Definisi Motion Graphic	19
2.6.2	Konsep Dasar Teknik Motion Graphic	21
2.7	Perancangan Iklan	23
2.7.1	Tahapan Produksi.....	24
2.7.2	Tahapan Pasca Produksi.....	25
2.8	Analisis.....	26
2.8.1	Analisis SWOT	26
2.8.2	Analisis Kebutuhan Sistem	29
2.9	Evaluasi	29
2.9.1	Skala Linkert.....	29
2.9.2	Menentukan Interval	30
2.9.3	Rumus Presentase	31
BAB III Metode Penelitian		32
3.1	Deskripsi Objek.....	32
3.1.1	Struktur Organisasi	32
3.1.2	Logo	33
3.2	Pengumpulan Data	33
3.2.1	Wawancara.....	33

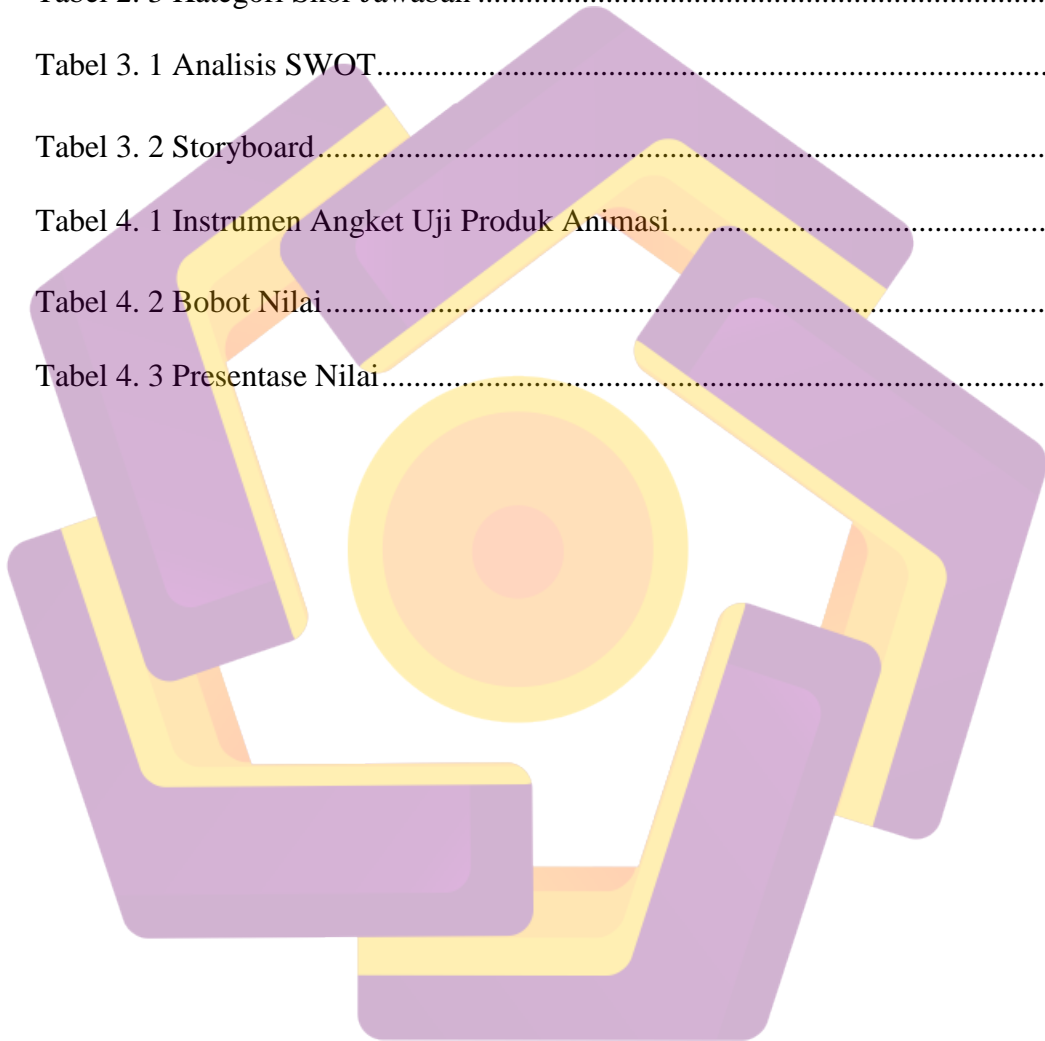
3.2.2	Observasi.....	34
3.3	Analisis Masalah	37
3.3.1	Analisis SWOT	37
3.3.2	Hasil Analisis	37
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	42
3.4.1	Kebutuhan Fungsional	42
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	43
3.5	Tahap Pra-Produksi	44
3.5.1	Rancangan Konsep Iklan.....	44
3.5.2	Naskah.....	45
3.5.3	<i>Storyboard</i>	47
BAB IV Implementasi dan Pembahasan.....		55
4.1	Produksi.....	55
4.1.1	Produksi Aset Animasi.....	55
4.1.2	Produksi Gambar.....	58
4.1.3	Produksi Narasi	59
4.2	Pasca Produksi.....	60
4.2.1	Compositing	60
4.2.2	Editing.....	67

4.2.3	Rendering	72
4.3	Pembahasan dan Pengujian	74
4.3.1	Pembahasan.....	74
4.3.2	Pengujian.....	74
BAB V Penutup		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN.....		84



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis SWOT	28
Tabel 2. 2 Skala linkert	30
Tabel 2. 3 Kategori Skor Jawaban	30
Tabel 3. 1 Analisis SWOT.....	40
Tabel 3. 2 Storyboard.....	47
Tabel 4. 1 Instrumen Angket Uji Produk Animasi.....	74
Tabel 4. 2 Bobot Nilai.....	78
Tabel 4. 3 Presentase Nilai.....	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Element Multimedia.....	9
Gambar 2. 2 contoh ekstream close up	14
Gambar 2. 3 contoh close up.....	15
Gambar 2. 4 Contoh medium close up.....	15
Gambar 2. 5 Contoh full shoot.....	16
Gambar 2. 6 Contoh long shoot	17
Gambar 2. 7 Contoh medium long shoot	18
Gambar 2. 8 Storyboard	24
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi.....	32
Gambar 3. 2 Logo	33
Gambar 3. 3 Prada Coffee.....	35
Gambar 3. 4 Screenshot Dari Media Iklan Instagram Prada Coffee Yogyakarta .	36
Gambar 4. 1 New Document.....	56
Gambar 4. 2 Biji kopi.....	56
Gambar 4. 3 Pemberian warna biji kopi.....	57
Gambar 4. 4 Gambar Aset.....	57
Gambar 4. 5 Suasana Kafe	58
Gambar 4. 6 Suasana Indoor	59
Gambar 4. 7 Tamping Bubuk Kopi.....	59
Gambar 4. 8 After Effect New Project.....	61
Gambar 4. 9 After Effect Composition Setting.....	61

Gambar 4. 10 Import PNG	62
Gambar 4. 11 Solid Layer	63
Gambar 4. 12 Background	63
Gambar 4. 13 Scale Pada Logo	64
Gambar 4. 14 Masking.....	65
Gambar 4. 15 Masking Kontak	65
Gambar 4. 16 PopUp.....	66
Gambar 4. 17 Easy Ease.....	66
Gambar 4. 18 Format Squence.....	67
Gambar 4. 19 Mengimport File.....	68
Gambar 4. 20 Menyusun Video	68
Gambar 4. 21 Proses Pemotongan Video.....	69
Gambar 4. 22 Adjustment Layer.....	70
Gambar 4. 23 Lumetri Color.....	71
Gambar 4. 24 Basic Correction.....	71
Gambar 4. 25 Color Grading.....	72
Gambar 4. 26 Rendering	72
Gambar 4. 27 Pengaturan Sebelum Rendering	73
Gambar 4. 28 Proses Rendering.....	73

INTISARI

Prada Coffee Argulo adalah sebuah coffee shop yang beralamat di Jl. Argulo No.21, Yogyakarta. Coffee Argulo merupakan kafe yang menyediakan berbagai macam minuman kopi. Coffee Argulo sampai saat ini hanya mengandalkan instagram untuk menjangkau konsumen dalam mempromosikan kafanya. Dalam mempromosikan kafanya, Coffee Argulo memiliki beberapa masalah yaitu promosi yang digunakan hanya sebatas memposting foto di Instagram sehingga informasi tersebut belum mampu menampilkan secara optimal seluruh informasi yang ada. Salah satunya belum memvisualkan manfaat kopi bagi tubuh. Maka dari itu, penulis mengusulkan membuat video iklan dengan penggabungan teknik live shoot dan motion graphic yang nantinya akan memvisualkan informasi yang tidak bisa divisualkan media lama. Dari uraian diatas, penulis tertarik membuat sebuah penelitian dengan judul Pembuatan Video Iklan Coffee Argulo Yogyakarta Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic. Penelitian ini diharapkan menjadi solusi untuk menyampaikan informasi tentang Coffee Argulo yang belum dapat disampaikan pada media lama.

Kata Kunci: promosi, iklan, Live Shoot, Motion Graphic



ABSTRACT

Prada Coffee Argulo is a coffee shop at Jl. Argulo no.21, Yogyakarta. Coffee Argulo is a cafe that provides various kinds of coffee drinks. Until now, Coffee Argulo has only relied on the Instagram platform to reach consumers in promoting its cafes. In promoting its cafe, Coffee Argulo has several problems, such as the promotion used is limited to posting photos on the Instagram platform so that the information has not been able to display all the information optimally. One of them has not yet visualized the benefits of coffee for the body. Therefore, the researcher proposes to make a video advertisement with a combination of live shoot and motion graphic techniques that will later visualize information that old media cannot visualize. From the description above, the author is interested in making a study entitled Making Yogyakarta Argulo Coffee Ad Video Using Live Shoot Techniques and Motion Graphic. This research is expected to be a solution to convey information about Coffee Argulo that cannot be conveyed to the old media.

Keyword: Promotin, Advertisement, Live Shoot, Motion Graphic

