

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM ANGKRINGAN
CAFETARUNA JOGJA DENGAN MENGGUNAKAN LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



Disusun oleh

Ikhsan Habibi

15.11.9761

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FALKUTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM ANGKRINGAN
CAFETARUNA JOGJA DENGAN MENGGUNAKAN LIVE SHOOT DAN
MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada Program Studi Informatika



Disusun oleh

Ikhsan Habibi

15.11.9761

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FALKUTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA ANGKRINGAN CAFETARUNA JOGJA MENGGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ikhsan Habibi

15.11.8761

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada tanggal 25 Februari 2022

Dosen Pembimbing



Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA ANGKRINGAN CAFETARUNA JOGJA MENGGUNAKAN LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ikhsan Habibi

15.11.8761

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 Februari 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Moch Farid Fauzi, M.Kom
NIK. 190302284

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 25 Februari 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

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.



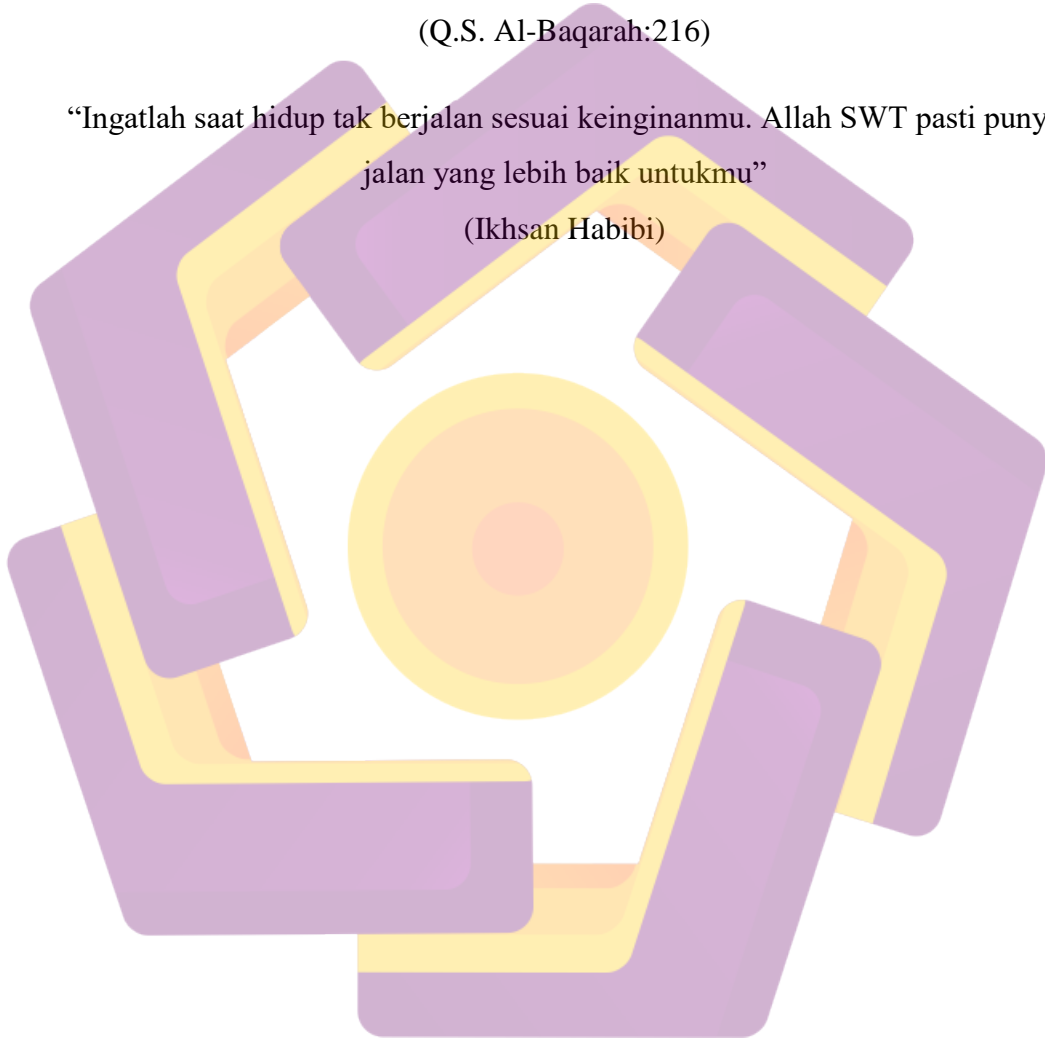
MOTTO

“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. ATetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal ia baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal ia tidak baik bagimu. Allah SWT mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui.”

(Q.S. Al-Baqarah:216)

“Ingatlah saat hidup tak berjalan sesuai keinginanmu. Allah SWT pasti punya jalan yang lebih baik untukmu”

(Ikhsan Habibi)



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. Bapak Chabbib Nuzul dan Ibu Alm. Mungaenah Nani Murdiani, selaku orang tua tercinta yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan memberikan semua fasilitas yang dibutuhkan untuk menunjang kuliah.
2. Kakak perempuan yang pertama Restiana Pratiwi dan Kakaku kedua dan ketiga Rakhman Habibi dan Rajib Habibi yang selalu mendoakan, memberi semangat dan juga memberikan senyuman penghilang lelah.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, 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 terdekan dan teman-teman kelas 15-IF-04 yang telah menemani masa perkuliahan dari awal kuliah hingga selesai. Semoga kita semua sukses dunia akhirat dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
6. Renaldo Ikhwan Jafar sebagai sahabat yang telah memberikan masukan, bantuan, dan semangat dalam proses pengerjaan skripsi.

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 Instagram Pada KoncoDolanID.

Skripsi ini penulis buat guna menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program studi Informatika 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.

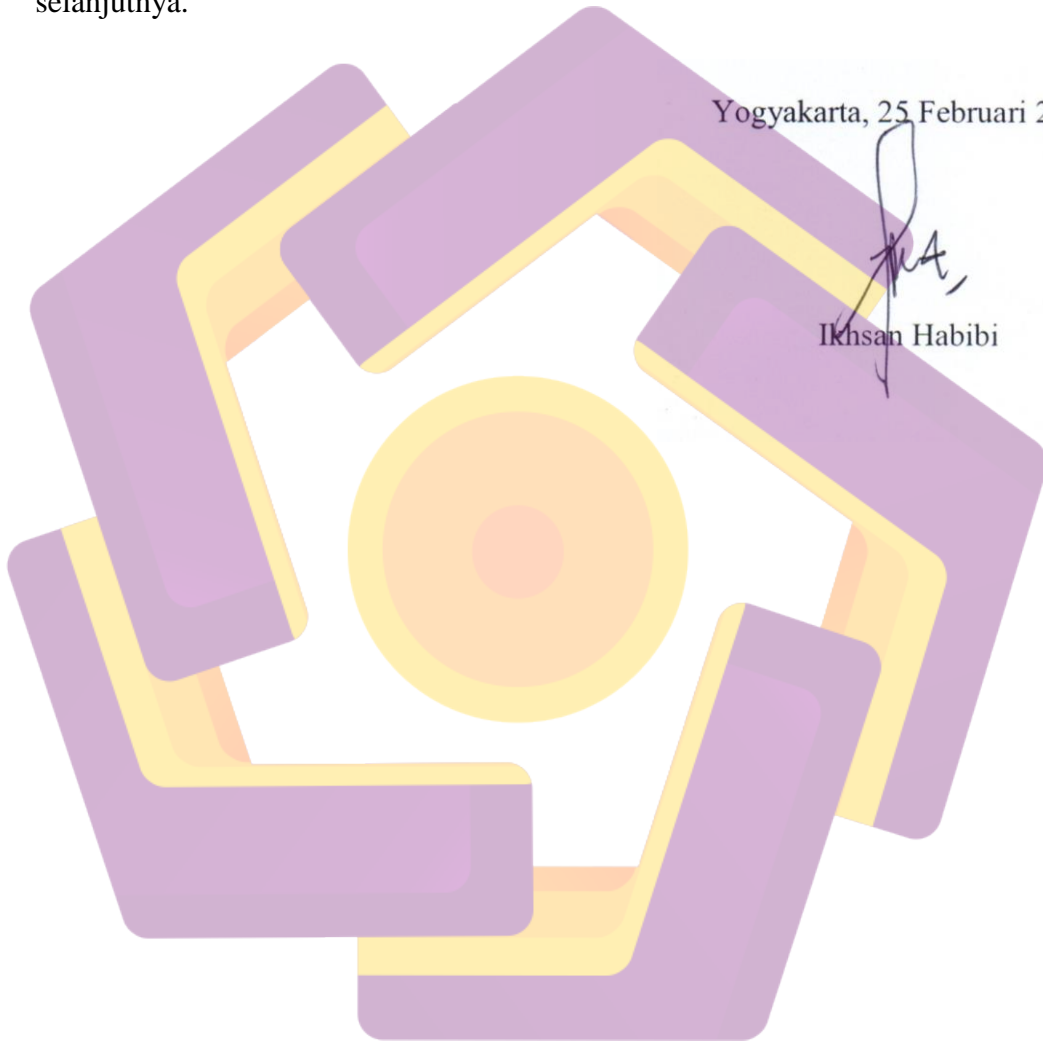
Dengan selesainya skripsi ini, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang selalu bijaksana memberikan bimbingan, nasehat serta waktunya selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak Bernadhed, 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 kakakku dan saudara-sodaraku yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan moril.
7. Teman-teman amikom yang telah menemani dari awal kuliah sampai selesai. Semoga kita semua sukses dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
8. Renaldo Ikhwan Jafar sebagai sahabat yang telah memberikan masukan, bantuan, dan semangat dalam proses pengerjaan skripsi.

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.

Yogyakarta, 25 Februari 2022


Ikhsan Habibi



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
INTISARI	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Manfaat Penelitian	2
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6.2 Metode Analisis	3
1.6.3 Metode Perancangan.....	4
1.6.4 Metode Pengembangan.....	4
1.6.5 Metode Testing	4

1.6.6	Implementasi.....	4
1.7	Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI		1
2.1	Tinjauan Pustaka	1
2.2	Konsep Dasar Video	7
2.2.1	Pengertian Video.....	7
2.2.2	Standar Video	7
2.2.2.1	NTSC (<i>Natum Television Standart Committee</i>)	7
2.2.2.2	PAL (<i>Phase Alternate Line</i>)	8
2.2.2.3	SECAM (<i>Sistem Sequantial Color and Memory</i>).....	8
2.2.2.4	HDTV (<i>High Definition Television</i>).....	8
2.2.3	Jenis - Jenis Video	9
2.2.3.1	Video Analog.....	9
2.2.3.2	Video Digital.....	9
2.3	Tahapan Pembuatan Video	9
2.3.1	Tahap Pra-produksi.....	9
2.3.1.1	Script.....	9
2.3.1.2	Storyline.....	10
2.3.1.3	Storyboard.....	10
2.3.2	Tahap Produksi	12
2.3.2.1	Teknik Pengambilan Gambar	12
2.3.2.2	Teknik Gerakan Gambar.....	14
2.3.3	Tahap Pasca Produksi	15
2.3.3.1	Editing.....	15
2.3.3.2	Visual Effect	15

2.3.3.3	Rendering.....	16
2.4	Motion.....	16
2.4.1	Motion Graphic.....	16
2.4.1.1	Animation.....	17
2.4.1.2	Keyframes.....	17
2.5	Metode Analisis.....	18
2.5.1	Analisis SWOT.....	18
2.5.2	Fungsi SWOT.....	19
2.6	Analisis kebutuhan.....	20
2.7	Instagram.....	20
2.7.1	Spesifikasi Instagram.....	21
2.7.1.1	Beranda Instagram Gambar.....	21
2.7.1.2	Beranda Instagram Video.....	21
2.7.1.3	Instagram Stories Gambar.....	22
2.7.1.4	Instagram Stories Video.....	23
2.7.1.5	Beranda Instagram Karosel.....	24
2.7.1.6	Instagram Stories Karosel.....	25
2.7.2	Instagram Versi Bisnis.....	26
2.7.3	Video Instagram.....	27
2.7.4	Buat Iklan Instagram.....	27
2.7.1.7	Memulai pembuatan akun bisnis itu cepat dan mudah.....	27
2.7.1.8	Biarkan orang melihat, mengetuk, dan menjelajahi.....	28
2.7.1.9	Siap membuat konten Instagram? Berikut caranya.....	28
2.8	Pengolahan Data Kuesioner.....	29
2.8.1	Skala Likert.....	29

2.8.2	Menentukan Interval	29
2.9	Metode Implementasi	30
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		7
3.1	Tinjauan Umum	7
3.1.1	Latar Belakang Perusahaan	7
3.1.2	Logo Cafetaruna	7
3.1.3	Tempat Cafetaruna	7
3.2	Analisis Masalah	33
3.2.1	Identifikasi Masalah	33
3.2.2	Analisi SWOT	35
3.3	Solusi Yang Dapat Diterapkan	36
3.4	Solusi Yang Dipilih	37
3.5	Studi Kelayakan	37
3.5.1	Kelayakan Teknologi	37
3.5.2	Kelayakan Operasional	37
3.5.3	Kelayakan Ekonomi	37
3.5.4	Kelayakan Hukum	38
3.6	Analisis Kebutuhan Sistem	38
3.6.1	Kebutuhan Fungsional	38
3.6.2	Kebutuhan Non-Fungsional	38
3.6.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	39
3.6.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	39
3.6.2.3	Kebutuhan SDM	40
3.7	Tahap Pra-Produksi	41
3.7.1	Perancangan Konsep Video Iklan	41

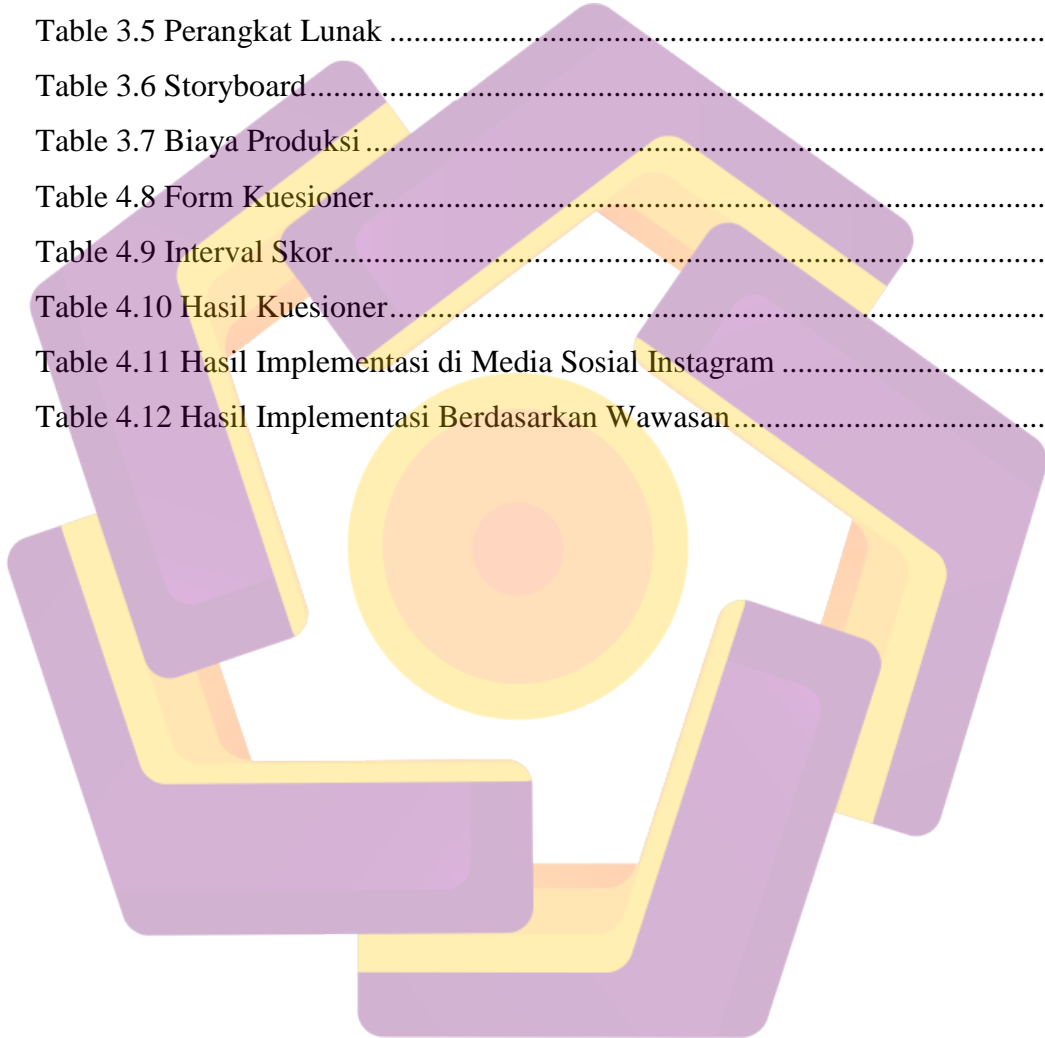
3.7.2	Pembuatan Naskah.....	41
3.7.3	Storyboard.....	42
3.7.4	Biaya Produksi.....	44
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Produksi	33
4.1.1	Penentuan Lokasi.....	33
4.1.2	Pengambilan Gambar (<i>Live Shoot</i>).....	46
4.1.2.1	Kamera.....	46
4.1.2.2	Lensa.....	47
4.1.2.3	Pengaturan Kamera.....	47
4.1.3	Proses Pengambilan Gambar	48
4.1.4	Hasil Pengambilan Video	48
4.2	Pasca Produksi	50
4.2.1	Motion Graphic Menggunakan Adobe After Effect.....	50
4.2.1.1	Membuat Lembar Kerja Baru	51
4.2.1.2	Membuat Komposisi Baru	51
4.2.1.3	Memasukkan Video Ke Lembar Kerja	52
4.2.1.4	Transformasi	53
4.2.1.5	Animation Composer.....	54
4.2.1.6	Time-Lapse	54
4.2.2	Editing Video Menggunakan Adobe Premiere.....	55
4.2.2.1	Membuat Lembar Kerja Baru	56
4.2.2.2	Memasukkan Video Ke Project	56
4.2.2.3	Proses Effects Video.....	57
4.2.2.4	Rendering.....	62

4.3	Testing.....	63
4.3.1	Kuesioner.....	63
4.3.2	Hasil Kuesioner.....	65
4.3.3	Perhitungan Skala Likert	69
4.3.4	Implementasi Melalui Sosial Media Instagram	74
BAB V PENUTUP.....		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		80



DAFTAR TABEL

Table 3.1 Hasil Wawancara	34
Table 3.2 Analisis SWOT	35
Table 3.3 Perlengkapan Produksi.....	39
Table 3.4 Perlengkapan Pasca Produksi.....	39
Table 3.5 Perangkat Lunak	40
Table 3.6 Storyboard.....	42
Table 3.7 Biaya Produksi	44
Table 4.8 Form Kuesioner.....	63
Table 4.9 Interval Skor.....	66
Table 4.10 Hasil Kuesioner.....	67
Table 4.11 Hasil Implementasi di Media Sosial Instagram	76
Table 4.12 Hasil Implementasi Berdasarkan Wawasan.....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Storyboard	12
Gambar 2.2 Close Up	12
Gambar 2.3 Extreme Close Up	13
Gambar 2.4 Medium Close Up	13
Gambar 2.5 Medium Shot	13
Gambar 2.6 Full Shot	14
Gambar 2.7 Establishing Shot	14
Gambar 2.8 Animation	17
Gambar 2.9 Keyframes	18
Gambar 2.10 Instagram Cafetaruna	31
Gambar 3.11 Logo Angkringan Cafetaruna	7
Gambar 3.12 Tempat Angkringan Cafetaruna	33
Gambar 3.13 Naskah	41
Gambar 4.14 Bahan Penggunaan Software	33
Gambar 4.15 Pengambilan Gambar	46
Gambar 4.16 Alat Kamera	47
Gambar 4.17 Lensa Kamera	47
Gambar 4.18 Setting White Balance Kamera	48
Gambar 4.19 Hasil Gambar Live Shoot	50
Gambar 4.20 Tampilan New Project	51
Gambar 4.21 Tampilan Composition Settings	52
Gambar 4.22 Tampilan Proses Import	52
Gambar 4.23 Tampilan Project dan Layer	53
Gambar 24 Transform Utama	53
Gambar 4.25 Penggunaan Animation Composer	54
Gambar 4.26 Tampilan Time Remapping	55
Gambar 4.27 Tampilan Time Remap	55
Gambar 4.28 Tampilan New Project	56
Gambar 4.29 Tampilan Proses Import	56

Gambar 4.30 Tampilan Proses Timeline.....	57
Gambar 4.31 Proses Penggabungan File.....	57
Gambar 4.32 Tampilan Speed/Duration	58
Gambar 4.33 Tampilan Clip Speed/Duration.....	58
Gambar 4.34 Effect Warp Stabilizer	59
Gambar 4.35 Tampilan Nest	59
Gambar 4.36 Tampilan Effect Otomatis Warp Stabilizer	60
Gambar 4.37 Tampilan Effect Otomatis Warp Stabilizer	60
Gambar 4.38 Tampilan Layer Adjustment.....	61
Gambar 4.39 Tampilan Color Grading	61
Gambar 4.40 Tampilan Render Timeline.....	62
Gambar 4.41 Proses Export File	62
Gambar 4.42 Proses Rendering.....	63
Gambar 4.43 Total Responden Masuk.....	68
Gambar 4.44 Jenis Kelamin Dan Pekerjaan Responden.....	68
Gambar 4.45 Implementasi Video pada Media Sosial Instagram.....	74
Gambar 4.46 Wawasan Promosi Video Angkringan Cafetaruna.....	75
Gambar 4.47 Wawasan Promosi Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambar 4.48 Wawasan Promosi Berdasarkan Rentang Usia	76
Gambar 4.49 Jumlah Penambahan Followers	76

INTISARI

Di zaman yang modern ini, pemasaran suatu produk maupun jasa sangatlah penting bagi setiap orang dan perusahaan. Iklan merupakan strategi pemasaran yang baik dan sangat diperlukan untuk menyampaikan informasi ataupun produk kepada konsumen. Salah satunya dapat dibuat dalam bentuk video promosi Instagram sebagai media promosi, sehingga dapat memaksimalkan kegiatan promosi dalam bentuk digital.

Dan video yang menampilkan informasi dalam bentuk iklan dengan teknik live shoot dan motion graphic akan membuat iklan produk menjadi lebih menarik. Angkringan Cafertaruna Jogja perlu adanya strategi promosi kinerja yang baik, serta sumberdaya yang semakin profesional, sehingga perlu melakukan melakukan inovasi dalam menghadapi peningkatan persaingan pemasaran layanan yang ditawarkan dimasa mendatang.

Video media promosi ini berisikan informasi pada perusahaan berbasis multimedia. Agar layanan tersebut selalu tersampaikan serta dapat membantu Angkringan Cafertaruna Jogja dalam meningkatkan daya tarik jasanya ke konsumen.

Kata kunci: Angkringan Cafertaruna Jogja, Video Media Promosi, Multimedia, Live Shoot dan Motion Graphic

ABSTRACT

In this modern era, the marketing of a product or service is very important for every person and company. Advertising is a good marketing strategy and is needed to convey information or products to consumers. One of them can be made in the form of an Instagram promotional video as a promotional media, so that it can maximize promotional activities in digital form.

And videos that display information in the form of advertisements with live shoot techniques and motion graphics will make product advertisements more attractive. Angkringan Cafetaruna Jogja needs a good performance promotion strategy, as well as more professional resources, so it is necessary to innovate in the face of increasing competition in the marketing of services offered in the future.

This promotional media video contains information on multimedia-based companies. So that these services are always delivered and can help Angkringan Cafetaruna Jogja in increasing the attractiveness of its services to consumers.

Keywords: *Angkirngan Cafetaruna Jogja, Media Promotion Of Video, Multimedia, Live Shoot and Motion Graphic*