

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING PADA UMKM DI
BREBES**

TUGAS AKHIR

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Diploma
Program Studi Teknik Informatika



diajukan oleh

PRAMANDA RISQI GUNAWAN	22.01.4837
MAHDI FATHURROHMAN	22.01.4798
RAFI DANANG ADHY NUGROHO	22.01.4817

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING PADA UMKM DI
BREBES**

TUGAS AKHIR

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Diploma
Program Studi Teknik Informatika



diajukan oleh

PRAMANDA RISQI GUNAWAN	22.01.4837
MAHDI FATHURROHMAN	22.01.4798
RAFI DANANG ADHY NUGROHO	22.01.4817

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING PADA UMKM DI
BREBES**

yang disusun dan diajukan oleh
PRAMANDA RISQI GUNAWAN
22.01.4837

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 2 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Ria Andriani, S.Kom, M.Kom
NIK. 190302458

HALAMAN PENGESAHAN
TUGAS AKHIR
PEMBUATAN VIDEO PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING PADA UMKM DI
BREBES

yang disusun dan diajukan oleh

PRAMANDA RISQI GUNAWAN

22.01.4837

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ainul Yaqin, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302255

Hendra Kurniawan, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302244



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 24 Juli 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. Dr. Kusriani, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : PRAMANDA RISQI GUNAWAN
NIM : 22.01.4837

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING PADA UMKM DI BREBES

Dosen Pembimbing : Ria Andriani, M.Kom

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, 24 Juli 2025

Yang Menyatakan.



PRAMANDA RISQI GUNAWAN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa terima kasih, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulisan Tugas Akhir ini. Dengan ini saya dengan bangga dan senang mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, atas Rahmat, hidayah, dan petunjuk-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kepada Orang tua saya tercinta, Terima kasih karena selalu menjaga saya dalam doa-doa bapak dan ibu serta selalu memberikan semangat dalam mengejar impian saya.
3. Semua keluarga saya yang saya cintai dan saya banggakan terima kasih atas segala perilaku dan sikap yang membuat saya menjadi lebih baik.
4. Ibu Ria Andriani, M.Kom selaku dosen pembimbing yang sangat sabar dalam membantu dan membimbing tugas akhir ini sampai selesai.
5. Seluruh Teman dan sahabat yang telah menemani selama pembuatan tugas akhir.
6. Kepada Pemilik dari Telor Asin Mahdi jaya yang telah bersedia untuk dijadikan objek penelitian

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, kekuatan, dan kelancaran-Nya sehingga penyusunan Tugas Akhir dengan judul “Pembuatan Video Promosi Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Tracking pada UMKM di Brebes” dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat akademik dalam rangka menyelesaikan studi yang telah ditentukan.

Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua dan keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral dan materi, serta semangat tanpa henti diam menyelesaikan studi ini.
2. Ibu Ria Andriani, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, motivasi, dan masukan berharga selama mengerjakan tugas akhir.
3. Seluruh dosen dan staf akademik di Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta fasilitas yang membantu dalam proses pembelajaran.
4. Teman-teman, yang telah memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan dalam menyelesaikan studi ini.
5. Telor Asin Mahdi Jaya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik

Yogyakarta, 2 Juli 2025

Penulis

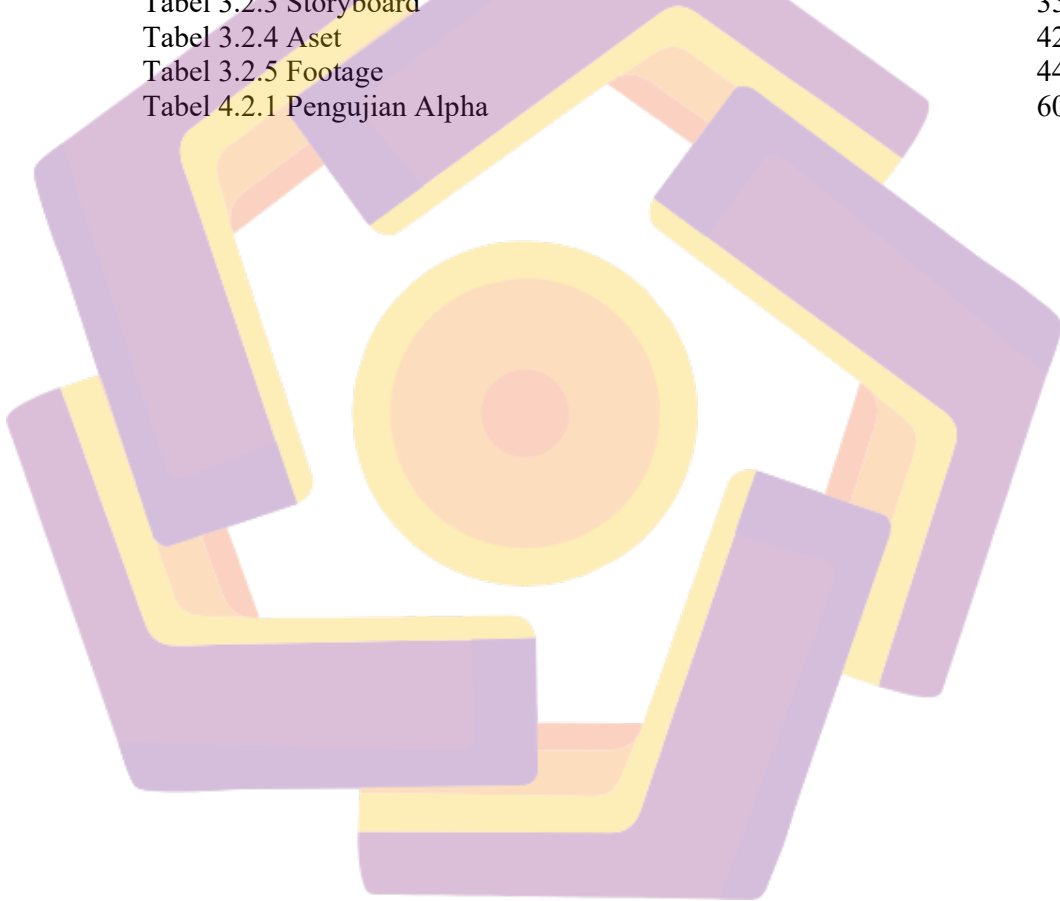
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Perumusan masalah.....	3
1. 3 Tujuan Penelitian	3
1. 4 Batasan Masalah	3
1. 5 Manfaat Penelitian	4
1. 6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Literature Review.....	5
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1. Pengertian Digital Marketing.....	13
2.2.2. Brand awareness.....	13
2.2.3. Pengertian Multimedia	14
2.2.4. Element Multimedia.....	14
2.2.5. MDLC	15
2.2.6. Promosi	16
2.2.7. Teknik Live shoot	17
2.2.8. Teknik Motion Tracking	18

2.2.9.	Sinematografi	18
2.2.9.1.	Unsur-Unsur Sinematografi	18
2.2.10.	Sosial Media.....	19
2.2.11.	Tiktok	19
2.2.12.	Adobe Premiere Pro	20
2.2.13.	Adobe After Effect.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		22
3.1	Indentifikasi Kebutuhan.....	22
3.2	Langkah Penelitian.....	28
3.2.1	Literatur.....	28
3.2.2	Pengumpulan Data	29
3.2.3	Tahap Perancangan	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Implementasi.....	50
4.1.1	Intro	50
4.1.2	Penyampaian Proses Produksi.....	52
4.1.3	Motion Tracking.....	54
4.1.4	Outro	57
4.2	Pengujian.....	59
4.2.1	Alpha test	59
4.2.2	Beta test.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.1. Daftar Permasalahan dan Solusi	22
Tabel 3.1.2 Tabel Kebutuhan Software	23
Tabel 3.1.3 Tabel Perbandingan Kelebihan Premiere Pro dan Davinci	24
Tabel 3.1.4 Tabel Perbandingan Kelebihan After Effects dan Capcut	25
Tabel 3.1.5 Tabel Kebutuhan Hardware	26
Tabel 3.1.6 Tabel Kebutuhan Pembuatan Video	26
Tabel 3.2.1 Instrumen Wawancara dan Jawaban	31
Tabel 3.2.2 Penjabaran Konsep	33
Tabel 3.2.3 Storyboard	35
Tabel 3.2.4 Aset	42
Tabel 3.2.5 Footage	44
Tabel 4.2.1 Pengujian Alpha	60



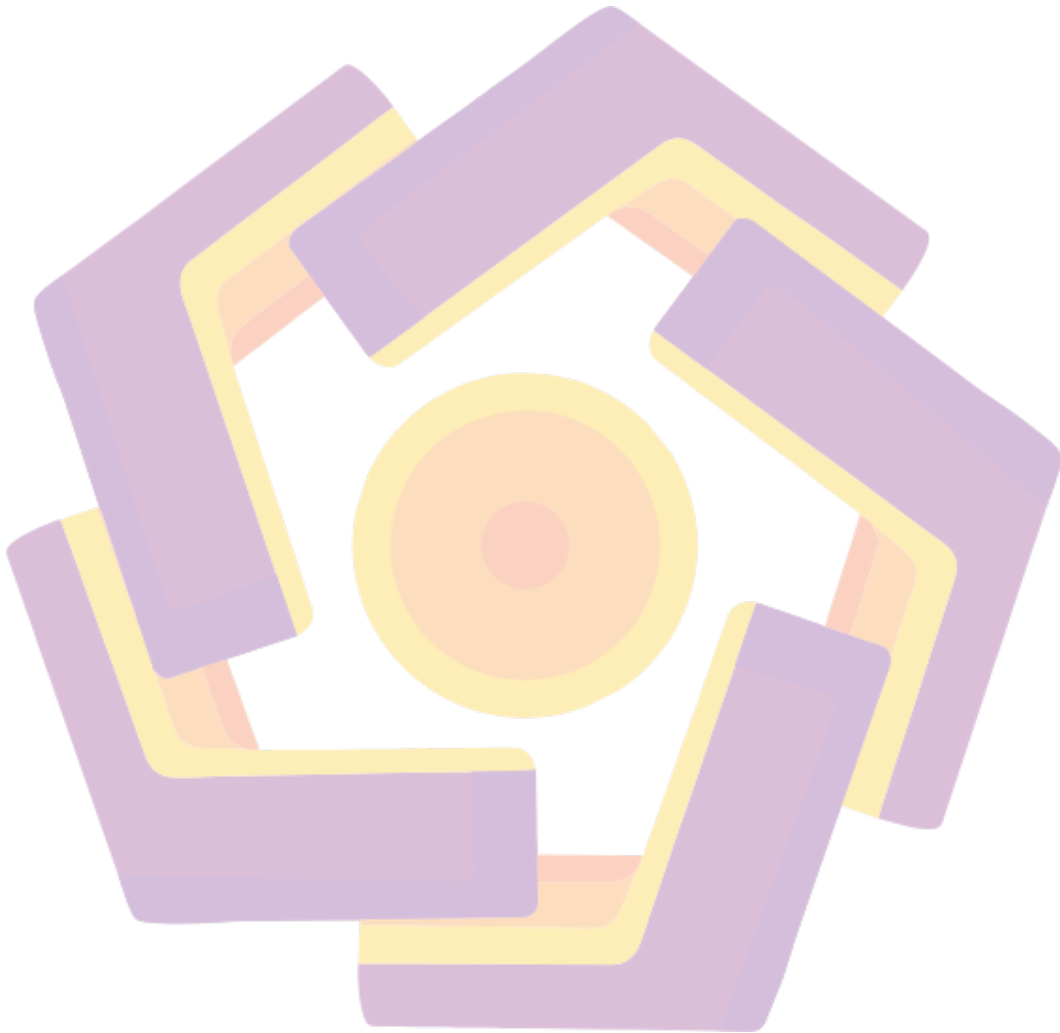
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Langkah Penelitian	28
Gambar 3.2 Tampak Depan Lokasi Telor Asin Mahdi Jaya	29
Gambar 3.3 Plang Nama Telor Asin Mahdi Jaya	30
Gambar 3.4 Dokumentasi Wawancara Pemilik Telor Asin Mahdi Jaya	30
Gambar 3.5 Tahapan MDLC (Multimedia Development Life cycle)	33
Gambar 3.5 pengabungan footage	46
Gambar 3.6 3D Footage Circle	46
Gambar 3.7 Motion Tracking Footage	47
Gambar 3.8 Penerapan Track Camera pada Footage	47
Gambar 3.9 Motion Graphic Outro	48
Gambar 3.10 Render Video	48
Gambar 4.1 orang berjalan	50
Gambar 4.2 zoom in handphone	51
Gambar 4.3 pop-up 3D footage	51
Gambar 4.4 proses pemilihan telur	52
Gambar 4.5 proses produksi	52
Gambar 4.6 Telur bakar dan asin	54
Gambar 4.7 belah telur asin	55
Gambar 4.8 visual makan	56
Gambar 4.9 outro telur asin	57
Gambar 4.10 transisi outro	58
Gambar 4.11 outro logo	59
Gambar 4.12 Grafik Tiktok View Sebelum Menggunakan Ads	68
Gambar 4.13 grafik TikTok View Sesudah Menggunakan Ads	69
Gambar 4.14 view TikTok	70
Gambar 4.15 target audiens	71
Gambar 4.16 grafik view	72
Gambar 4.17 grafik view	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Penelitian

77

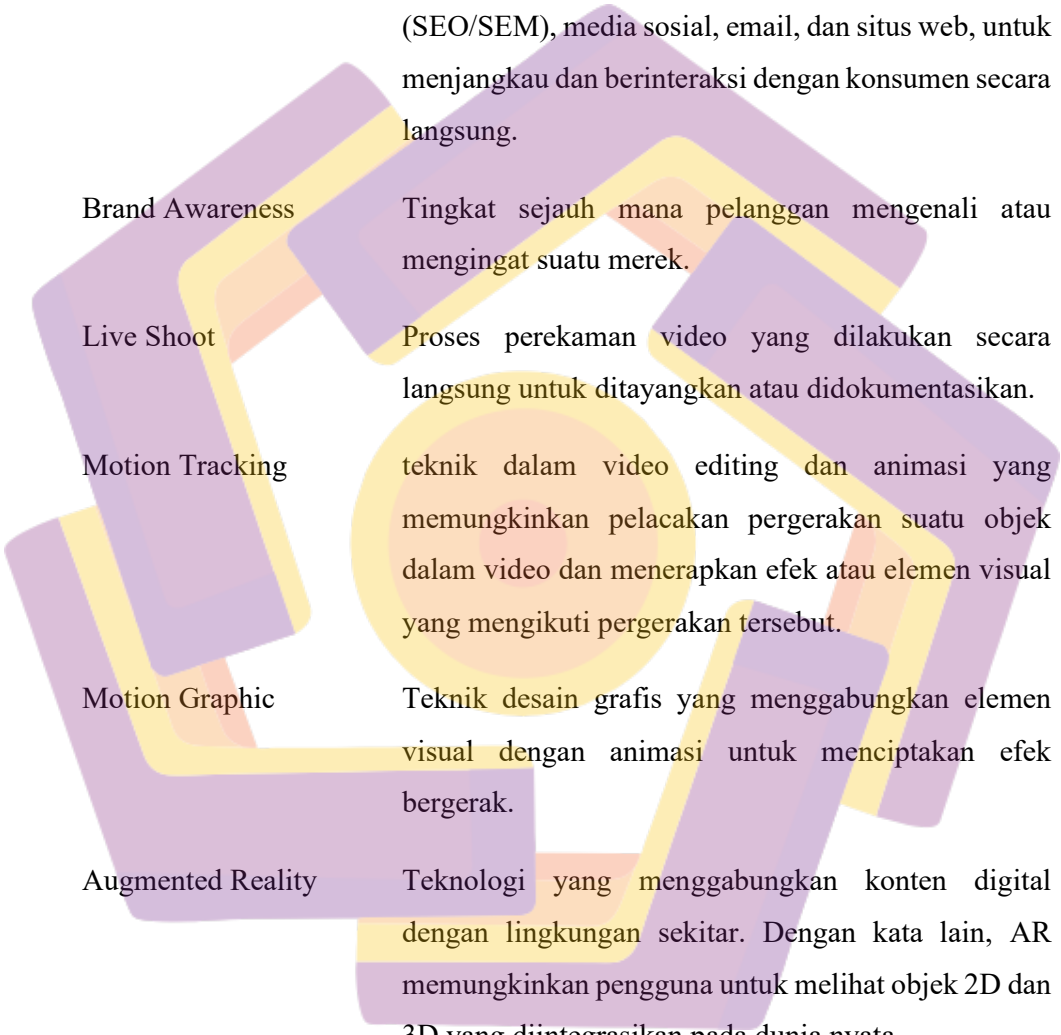


DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

MDLC	Multimedia Development Life Cycle
UMKM	Usaha Mikro Kecil Menengah
FYP	For You Page
Ads	Advertisement
4D	Define, Design, Develop, Disseminate
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats
3D	Tiga Dimensi
FPS	Frame Per Second



DAFTAR ISTILAH



Digital Marketing	semua upaya pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik atau internet, dengan memanfaatkan saluran digital seperti mesin pencari (SEO/SEM), media sosial, email, dan situs web, untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen secara langsung.
Brand Awareness	Tingkat sejauh mana pelanggan mengenali atau mengingat suatu merek.
Live Shoot	Proses perekaman video yang dilakukan secara langsung untuk ditayangkan atau didokumentasikan.
Motion Tracking	teknik dalam video editing dan animasi yang memungkinkan pelacakan pergerakan suatu objek dalam video dan menerapkan efek atau elemen visual yang mengikuti pergerakan tersebut.
Motion Graphic	Teknik desain grafis yang menggabungkan elemen visual dengan animasi untuk menciptakan efek bergerak.
Augmented Reality	Teknologi yang menggabungkan konten digital dengan lingkungan sekitar. Dengan kata lain, AR memungkinkan pengguna untuk melihat objek 2D dan 3D yang diintegrasikan pada dunia nyata.
Flat Design	Jenis desain grafis yang minimalis biasa digunakan pada tampilan pengguna seperti website atau aplikasi ponsel.
Sinematografi	Seni dan ilmu dalam menciptakan gambar bergerak,

khususnya dalam pembuatan film dan video yang melibatkan berbagai aspek visual seperti pemilihan lensa, pencahayaan, komposisi, dan pergerakan kamera.

Storyboard

Rangkaian sketsa atau ilustrasi yang digunakan untuk merencanakan dengan film, animasi, atau video sebelum proses produksi

Close-up Shot

Teknik pengambilan gambar jarak dekat yang menampilkan detail objek atau ekspresi, biasanya pada wajah atau bagian kecil lainnya.

Medium Close-up Shot

Pengambilan gambar dari bagian dada ke atas; menampilkan ekspresi wajah dan sedikit latar.

Medium Shot

Pengambilan gambar dari pinggang ke atas; menyeimbangkan antara subjek dan latar belakang.

Over the Shoulder Shot

Pengambilan gambar dari belakang bahu seseorang, biasanya digunakan dalam percakapan dua orang.

Zoom In

Teknik memperbesar tampilan subjek dengan lensa kamera untuk menekankan detail atau fokus.

Zoom out

Teknik menjauhkan tampilan dari Objek, memperluas pandangan untuk menunjukkan konteks atau lingkungan.

Arcs

Pergerakan kamera yang mengorbit pada sebuah objek yang memberikan kesan pergerakan kamera mengelilingi objek

Stabilizer

Alat yang dirancang untuk menstabilkan kamera saat merekam video atau mengambil foto, sehingga

mengurangi guncangan dan menghasilkan gambar yang lebih halus dan jelas.

Angle Camera

Posisi atau sudut pandang kamera saat mengambil gambar, baik dalam fotografi maupun videografi.

Tracking Camera

Teknik dalam pembuatan film dan video di mana kamera bergerak mengikuti subjek yang bergerak, menciptakan kesan subjek tersebut diikuti atau diawasi

Footage

Rekaman mentah hasil pengambilan gambar (video) yang belum diedit digunakan sebagai bahan dasar dalam proses editing video atau film.

Scene

Bagian dari cerita yang terjadi di satu lokasi dalam satu waktu tertentu.

Intro

Bagian pembuka dalam video.

Outro

Bagian penutup dalam video.

Backsound

Suara atau musik yang diputar di latar belakang sebuah konten audiovisual, seperti film, video, iklan, atau podcast, untuk mendukung visual atau narasi yang sedang disajikan tanpa mendominasi perhatian.

Platform

Wadah atau sistem digital yang digunakan untuk mendistribusikan konten, seperti YouTube, Instagram, TikTok, dll.

Trend

Perkembangan arah atau pola yang sedang populer dalam waktu tertentu, khususnya dalam perilaku, konten, atau teknologi.

Audiens Kelompok orang yang menjadi target atau penerima pesan/konten dalam komunikasi atau media.

Visibilitas Tingkat sejauh mana suatu konten, pesan, atau entitas dapat terlihat, ditemukan, dan dikenali oleh audiens dalam suatu media atau platform digital.

Pop-up Jendela kecil yang muncul secara tiba-tiba pada suatu perangkat seperti komputer, aplikasi, atau website, biasanya berisi informasi atau pesan tertentu.

Insight Data analitik tentang performa suatu konten di media sosial, seperti jumlah tayangan, interaksi, dan demografi audiens.

Following Istilah yang digunakan pada dunia maya yang merujuk kepada kegiatan pengguna yang mengikuti suatu artikel atau pengguna lainnya

Render Proses akhir dimana semua efek, grafik, dan suara di proses menjadi file video yang bisa diputar.

INTISARI

Perkembangan pemasaran industri kreatif yang semakin meluas menyebabkan strategi pemasaran yang digunakan oleh suatu brand perlu ditingkatkan untuk menjadi kunci dalam meningkatkan daya tarik brand tersebut. Salah satu strategi pemasaran diantaranya adalah melakukan promosi menggunakan sebuah video. Video yang digunakan untuk promosi biasanya dirancang untuk memberikan informasi penting akan suatu brand yang dikemas semenarik mungkin agar menarik perhatian konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang dan membuat video promosi Telor Asin Mahdi Jaya dengan menggabungkan teknik live shoot dan motion tracking. Teknik live shoot digunakan untuk menangkap visual produk secara nyata, sehingga memberikan kesan autentik dan meyakinkan kepada audiens. Sementara itu, motion tracking dimanfaatkan untuk menambahkan elemen grafis yang dapat memberikan informasi yang lebih interaktif serta kesan yang lebih estetis. Proses perancangan video ini melalui tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil dari penelitian diharapkan dapat membantu meningkatkan citra serta, memperluas jangkauan pemasaran dari brand Telor Asin Mahdi Jaya.

Kata kunci: motion tracking, live shoot, promosi, media sosial, kuliner

ABSTRACT

The increasing popularity of creative industry marketing makes improving a brand's marketing strategy key to increasing its appeal. One strategy is to conduct promotions using videos. Promotional videos are designed to provide important information about a brand in an attractive way to capture consumers' attention. The aim of this research was to design and create a promotional video for Telor Asin Mahdi Jaya by combining live shoot and motion tracking techniques. Live shoot techniques capture real visuals of the product, providing an authentic and convincing impression to the audience. Meanwhile, motion tracking adds graphic elements that provide interactive information and a more aesthetic impression. Designing this video involves three stages: pre-production, production, and post-production. The results of this study are expected to improve the Telor Asin Mahdi Jaya brand's image and expand its marketing reach.

Keyword: *motion tracking, live shoot, promotion, social media, culinary*