

**IMPLEMENTASI TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC  
PADA VIDEO IKLAN KEDAI JOGBEL  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Yuni Kurnia Asih**

**18.11.2098**

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

**2022**

**IMPLEMENTASI TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC  
PADA VIDEO IKLAN KEDAI JOGBEL  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

**Yuni Kurnia Asih**

**18.11.2098**

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

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

### **IMPLEMENTASI TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC PADA VIDEO IKLAN KEDAI JOGBEL SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yuni Kurnia Asih**

**18.11.2098**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 29 April 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Bernadhed, M.Kom.**

**NIK. 190302243**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### IMPLEMENTASI TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC PADA VIDEO IKLAN KEDAI JOGBEL SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yuni Kurnia Asih**

**18.11.2098**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 29 April 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Agus Fatkhurohman, M.Kom**

**NIK. 190302249**

\_\_\_\_\_

**Tonny Hidayat, M.Kom**

**NIK. 190302182**

\_\_\_\_\_

**Bernadhed, M.Kom**

**NIK. 190302243**

\_\_\_\_\_

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 29 April 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Hanif Al Fatta, M.Kom**

**NIK. 190302096**

## PERNYATAAN

### 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.

Yogyakarta, 29 April 2022



Yuni Kurnia Asih

NIM. 18.11.2098

## **MOTTO**

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah selesai  
(mengerjakan yang lain ) dan kepada Tuhan, berharaplah”

( *QS Al Insyirah : [6-8]* )



## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mempersembahkan skripsi kepada:

1. Allah SWT karena atas izin dan karunia Nya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya.
2. Kepada Orang Tua yang sudah mendukung saya sampai di bangku perkuliahan.
3. Bapak Bernadhed, M.Kom sebagai dosen pembimbing, terima kasih sudah membimbing dan membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih atas segala ilmu yang diberikan selama ini.
4. Kedai Jogbel yang telah mengizinkan sebagai objek penelitian sehingga mempermudah dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman – teman yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji dan syukur penulis persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul IMPLEMENTASI TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC PADA VIDEO IKLAN KEDAI JOGBEL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Dengan disusunnya skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Universitas Amikom Yogyakarta..

Penulis tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 29 April 2022



Yuni Kurnia Asih

18.11.2098



# DAFTAR ISI

HALAMAN COVER .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN .....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
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.....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
1.6 Metode Penelitian .....	4
1.6.2 Metode Analisis .....	4
1.6.3 Metode pengembangan .....	5
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Dasar Teori .....	9
2.2.1 Pengertian Iklan .....	9
2.2.2 Tujuan periklanan .....	9
2.2.3 Pengertian promosi.....	10
2.2.4 Tujuan Promosi .....	10
2.3 Konsep Dasar Multimedia.....	10
2.3.1 Definisi Multimedia .....	10
2.4 Konsep Dasar Video .....	10
2.4.1 Pengertian Video.....	10
2.4.2 Sudut pengambilan Video ( <i>Camera Angel</i> ).....	10

2.5	Ukuran Gambar.....	13
2.6	Pengertian Teknik <i>Live Shoot</i> .....	15
2.7	Pengertian Teknik <i>Motion Graphic</i> .....	16
2.8	Tahapan Produksi Video Iklan .....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....		18
3.1	Tinjauan Umum .....	18
3.1.1	Deskripsi Objek.....	18
3.1.2	Visi.....	19
3.1.3	Misi.....	19
3.2	Pengumpulan Data .....	19
3.2.1	Wawancara.....	19
3.2.2	Observasi .....	20
3.3	Analisis .....	21
3.3.1	Analisis SWOT .....	21
3.3.2	Kelemahan dari media lama .....	21
3.4	Analisis Kebutuhan .....	22
3.4.1	Kebutuhan Fungsional .....	22
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional .....	22
3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware) .....	22
3.4.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak (Software) .....	23
3.4.2.3	Kebutuhan Brainware.....	23
3.5	Rancangan Pra Produksi .....	24
3.5.1	Workflow .....	24
3.5.2	Rancangan Konsep Iklan.....	25
3.5.3	Rancangan <i>Storyboard</i> .....	27
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Produksi .....	30
4.1.1	Pengambilan Gambar .....	30
4.1.2	Pembuatan Motion Graphic.....	32
4.1.3	Perekaman Suara.....	33
4.2	Pasca Produksi .....	33
4.2.1	<i>Compositing</i> .....	34
4.2.2	<i>Editing</i> .....	38
4.2.3	Rendering.....	42
4.3	Evaluasi.....	43
4.3.1	Alpha Testing.....	43

4.3.2	Beta Testing .....	45
4.4	Implementasi.....	51
BAB V	.....	52
PENUTUP	.....	52
5.1	Kesimpulan .....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik Perbandingan Tinjauan Pustaka.....	8
Tabel 3. 1 Hardware .....	23
Tabel 3. 2 Software.....	23
Tabel 3. 3 Brainware.....	24
Tabel 3. 4 Storyboard .....	28
Tabel 4. 1 Alpha Testing .....	44
Tabel 4. 2 Pengujian Pada Aspek Informasi.....	45
Tabel 4. 3 Tabel Bobot Nilai .....	47
Tabel 4. 4 Tabel Presentasi Nilai.....	47
Tabel 4. 5 Hasil Uji Aspek Informasi.....	48
Tabel 4. 6 Pengujian Pada Aspek Tampilan.....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Aspek Tampilan.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bird Eye View .....	11
Gambar 2. 2 High Angle.....	11
Gambar 2. 3 Low Angle .....	12
Gambar 2. 4 Eye Level .....	12
Gambar 2. 5 Frog Eye View .....	13
Gambar 2. 6 Extreme Close Up.....	13
Gambar 2. 7 Close Up .....	14
Gambar 2. 8 Medium Close Up.....	14
Gambar 2. 9 Full Shoot.....	15
Gambar 2. 10 Long Shoot.....	15
Gambar 3. 1 Kedai Jogbel .....	18
Gambar 3. 2 Instagram Kedai Jogbel .....	20
Gambar 4. 1 Menampillkan Tamping Bubuk Kopi.....	30
Gambar 4. 2 Menampillkan tempat untuk mengerjakan tugas .....	31
Gambar 4. 3 Menampillkan Suasana Kedai Jogbel.....	32
Gambar 4. 4 Aset Motion Graphic.....	33
Gambar 4. 5 Noise Reduction .....	33
Gambar 4. 6 Membuat New Sequence.....	34
Gambar 4. 7 <i>Compositing</i> Adobe Premiere.....	35
Gambar 4. 8 Composition Setting.....	36
Gambar 4. 9 Pembuatan Motion Grapic Pada After Effect .....	37
Gambar 4. 10 <i>Speed Clip</i> .....	39
Gambar 4. 11 Transisi.....	40
Gambar 4. 12 <i>Color Grading</i> .....	41
Gambar 4. 13 Pemberian <i>Subtitle</i> .....	42

Gambar 4. 14 *Rendering* ..... 43  
Gambar 4. 15 Instagram Kedai Jogbel ..... 51



## INTISARI

*Dalam bidang usaha tentunya penting untuk membuat informasi dan promosi yang efektif kepada konsumen sehingga mampu menarik konsumen untuk datang. Kedai Jogbel adalah usaha warung kopi yang dibuka pada Januari 2021 dengan menonjolkan bangunan semi joglonya dan alam sekitar kedai yang sangat asri. Terdapat beberapa menu andalannya yang cukup menarik. Namun kurangnya promosi menyebabkan Kedai Jogbel belum dikenal secara luas dan tidak ada peningkatan konsumen setiap bulannya. Kedai Jogbel membutuhkan media promosi dalam mendukung pengembangan produk dan tempat kepada masyarakat luas.*

*Penelitian ini menerapkan teknik live shoot dan motion graphic untuk menarik dan memudahkan dalam penyampaianya. Penyampaian informasi dan promosi berbentuk video berdurasi pendek yang nantinya mampu menghasilkan sebuah media promosi untuk Kedai Jogbel.*

*Dengan adanya Implementasi Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic Pada Video Iklan Kedai Jogbel Sebagai Media Promosi diharapkan dapat membantu memberikan informasi dan promosi sehingga dikenal dimasyarakat luas serta meningkatkan kunjungan konsumen di sekitaran Kabupaten Magelang. Dari hasil uji aspek tampilan, didapatkan bahwa video ini telah layak untuk dijadikan media promosi untuk Kedai Jogbel dengan hasil perhitungan skala likert 84,2%.*

**Kata Kunci :** *Live Shoot, Motion Graphic, Media Promosi, Kedai Jogbel*

## **ABSTRACT**

*In the field of business, of course, it is important to make effective information and promotions to consumers so that they are able to attract consumers to come. Kedai Jogbel is a coffee shop business that opened in January 2021 by highlighting the semi-joglo building and the very beautiful nature around the shop. There are several mainstay menus that are quite interesting. However, the lack of promotion causes Kedai Jogbel not to be widely known and there is no increase in consumers every month. Kedai Jogbel needs promotional media to support product and place development for the wider community.*

*This study applies live shoot and motion graphics techniques to attract and facilitate the delivery. Submission of information and promotions in the form of short videos which will later be able to produce a promotional media for Kedai Jogbel.*

*With the Implementation of Live Shoot and Motion Graphic Techniques in Video Advertising of Kedai Jogbel as Promotional Media, it is hoped that it can help provide information and promotions so that they are known to the wider community and increase consumer visits around Magelang Regency. From the results of the display aspect test, it was found that this video was worthy of being used as a promotional media for Kedai Jogbel with a Likert scale calculation of 84.2%.*

**Keywords:** *Live Shoot, Motion Graphic, Promotional Media, Jogbel Shop*

