

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA “COFFEE  
VAN JOGJA” DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION  
GRAPHIC**

**SKRIPSI**



**disusun oleh**

**Dhikatama Lenzaputra**

**15.11.9009**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA “COFFEE  
VAN JOGJA” DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION  
GRAPHIC  
SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar sarjana  
pada Program Studi Informatika



disusun oleh  
**Dhikatama Lenzaputra**  
**15.11.9009**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA “COFFEE  
VAN JOGJA” DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION  
GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Dhikatama Lenzaputra**

**15.11.9009**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 21 Juni 2019

**Dosen Pembimbing,**



**Hastari Utama, M.Cs**

**NIK. 190302230**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA “COFFEE  
VAN JOGJA” DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION  
GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Dhikatama Lenzaputra**

**15.11.9009**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 Juli 2019

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Hastari Utama, M.Cs**  
**NIK. 190302230**

**Bayu Setiaji, M.Kom**  
**NIK. 190302216**

**Hartatik, S.T., M.Cs.**  
**NIK. 190302035**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 31 Juli 2019

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



**Krisnawati, S.Si, M.T.**  
**NIK. 190302038**

## 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 15 Agustus 2019



Dhikatama Lenzaputra  
NIM. 15.11.9009

**MOTTO**  
**“Sholatlah sebelum di Sholatkan**

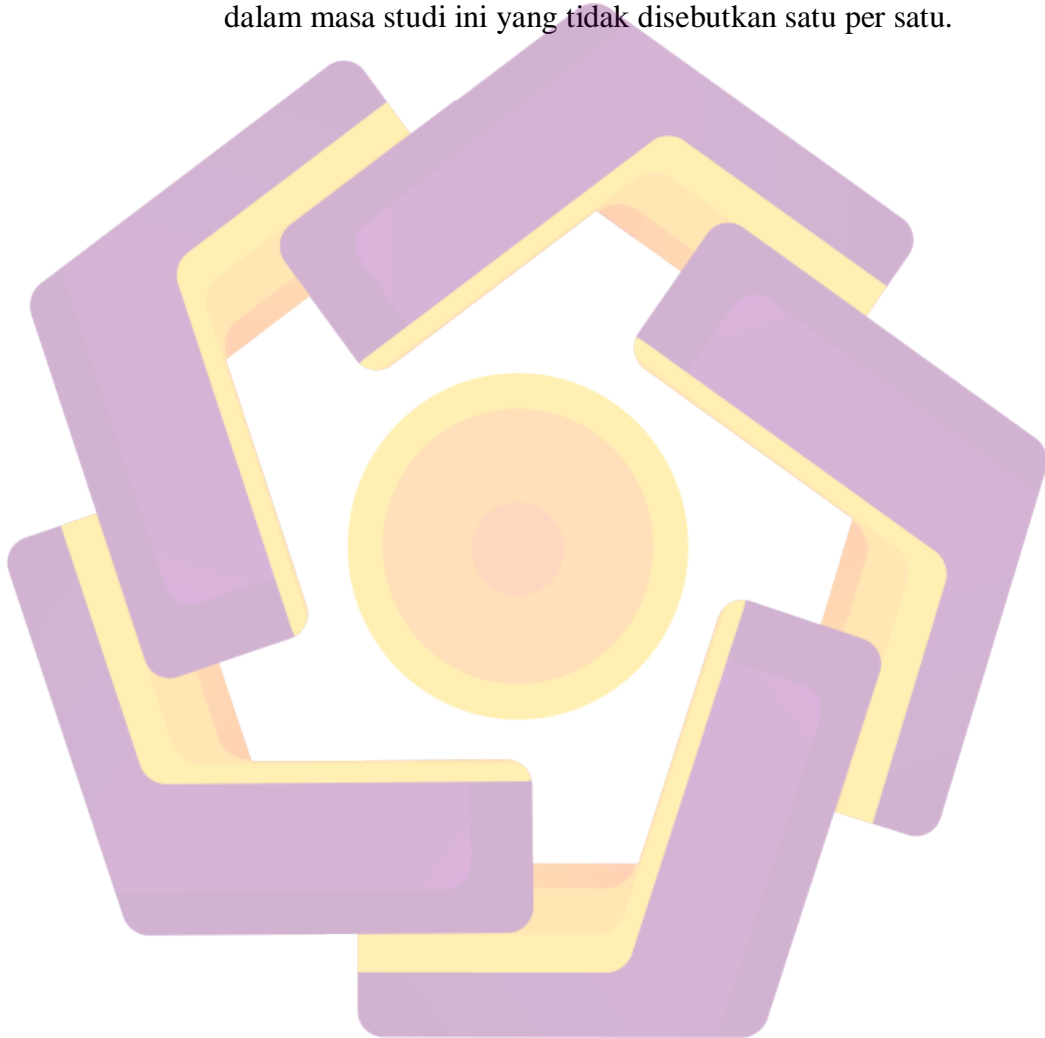


## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan berkat yang luar biasa berlimpah kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya juga berterima kasih kepada orang-orang yang membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah(Alm) (Asnel Aziz) dan Ibu (Maqdalena), karena dengan dukungan dan doa dari mereka disetiap waktu, saya selaku penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, terima kasih.
2. Kakak dan adik saya, karena selalu memberi semangat, sehingga mengurangi rasa malas.
3. Pak Hastari Utama, selaku dosen yang telah membimbing saya dalam penulisan skripsi ini, terima kasih.
4. Coffee Van Jogja, selaku objek penelitian, karena telah mengizinkan saya melakukan penelitian di sana, terima kasih.
5. Keluarga besar, karena dengan dukungan dan doa dari om, tante, kakek, nenek serta sepupu sekalian, masa studi di Yogyakarta terasa mudah dan ringan.
6. Teman-teman 15-TI08/IF08, karena telah menjadi kelas yang menyenangkan dan inspiratif.
7. Kepada dhimas dan rahmad yang telah membantu dikala susah pada pengerjaan skripsi

8. Teman seperjuangan Dhimas, Bernand, Rifki, Bana, rahmad, karena telah menemani bermain dikala suntuk dan membantu dikala sangkut pada pengerjaan skripsi.
9. Serta semua pihak yang telah membantu maupun mendukung saya dalam masa studi ini yang tidak disebutkan satu per satu.





## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas berkat, rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul “Perancangan Dan Pembuatan Video Iklan Pada “Coffee Van Jogja” Dengan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic”.

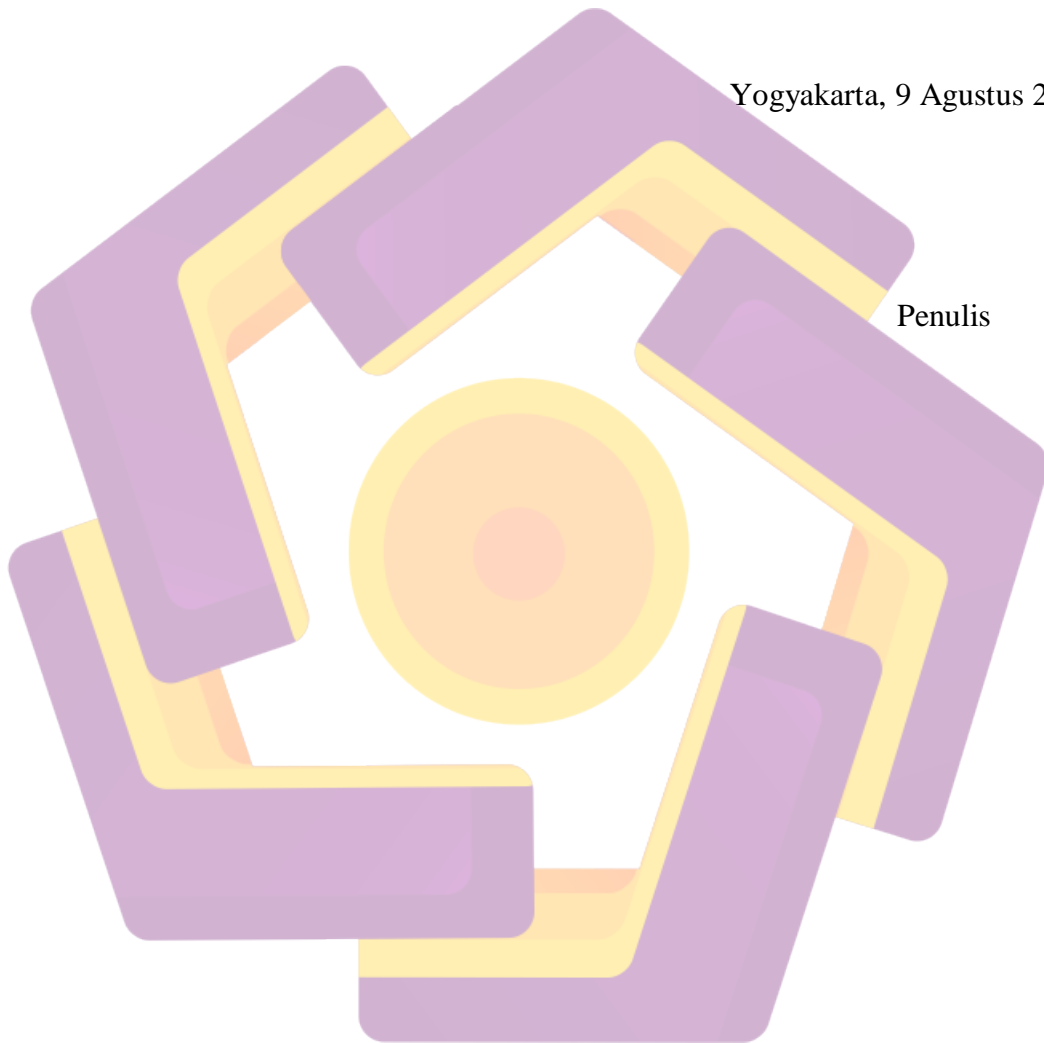
Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Strata-1 Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta. Selama mengikuti pendidikan Strata-1 Informatika sampai dengan proses penyelesaian skripsi, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing penulis untuk itu khususnya kepada:

1. Bapak prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku ketua Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan,
2. Agus Purwanto, M.Kom., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan serta bimbingan positif.
3. Jaeni, S.Kom, M.Eng., selaku dosen wali yang telah membantu penulis menempuh masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta,
4. Bapak/Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membekali saya dengan beberapa disiplin ilmu yang berguna,
5. Teman-teman kelas 15-TI08/IF08, yang telah banyak berdiskusi dan bekerja sama dengan penulis dalam masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta

Penulis menyadari, skripsi ini masih banyak kekurangan. Karena itu kritik dan saran yang membngun akan diterima dengan senang hati, semoga keberadaan skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bersama Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Agustus 2019

Penulis




## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	<b>2</b>
<b>1.4 Maksud dan Tujuan</b> .....	<b>3</b>
<b>1.4.1 Maksud</b> .....	<b>3</b>
<b>1.4.2 Tujuan</b> .....	<b>3</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>3</b>
<b>1.5.1 Bagi penulis</b> .....	<b>3</b>
<b>1.5.2 Bagi Coffee Van Jogja</b> .....	<b>4</b>
<b>1.5.3 Bagi Masyarakat</b> .....	<b>4</b>
<b>1.6 Metodeologi Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.6.1 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>4</b>
<b>1.6.2 Metode Analisis</b> .....	<b>5</b>

1.6.3 Metode Perancangan.....	5
1.6.4 Metode Pengembangan .....	5
1.7 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia .....	12
2.2.1 Multimedia .....	12
2.3 Pengertian Iklan .....	12
2.4 Pengertian Live Shoot .....	13
2.4.1 Teknik Pengambilan Gambar .....	13
2.4.2 Bidikan Kamera .....	14
2.5 Motion Graphic .....	15
2.5.1 Karakteristik Motion Graphic.....	15
2.5.2 Konsep Dasar Motion Graphic.....	16
2.6 Defini Animasi .....	17
2.6.1 Jenis-jenis Teknik Animasi .....	17
2.6.2 Prinsip Animasi .....	17
2.7 Analisis SWOT .....	18
2.7.1 Kekuatan (Strengths).....	19
2.7.2 Kelemahan (Weakness).....	19
2.7.3 Peluang (Opportunities) .....	19
2.7.4 Ancaman (Threat).....	19
2.8 Analisis Kebutuhan Sistem .....	21
2.8.1 Kebutuhan Fungsional.....	21

2.8.2 Kebutuhan Non Fungsional.....	21
2.9 Tahap Pembuatan .....	22
2.9.1 Pra Produksi.....	22
2.9.2 Produksi.....	23
2.9.3 Pasca Produksi .....	23
2.10 Evaluasi .....	23
2.10.1 Skala Likert.....	23
2.10.2 Rumus Presentase Skala Likert .....	23
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Tinjauan Umum .....	24
3.1.1 Tentang Coffee Van Jogja .....	24
3.1.2 Logo Perusahaan .....	24
3.1.3 Strategi Pemasaran .....	24
3.2 Pengumpulan Data .....	25
3.2.1 Wawancara.....	26
3.2.2 Observasi .....	28
3.3 Tahap Analisis.....	30
3.3.1 Mengidentifikasi Masalah .....	30
3.3.2 Analisis SWOT .....	30
3.3.3 Kelemahan Media Lama .....	33
3.3.4 Solusi Yang Ditawarkan .....	34
3.3.5 Solusi Yang Dipilih .....	34

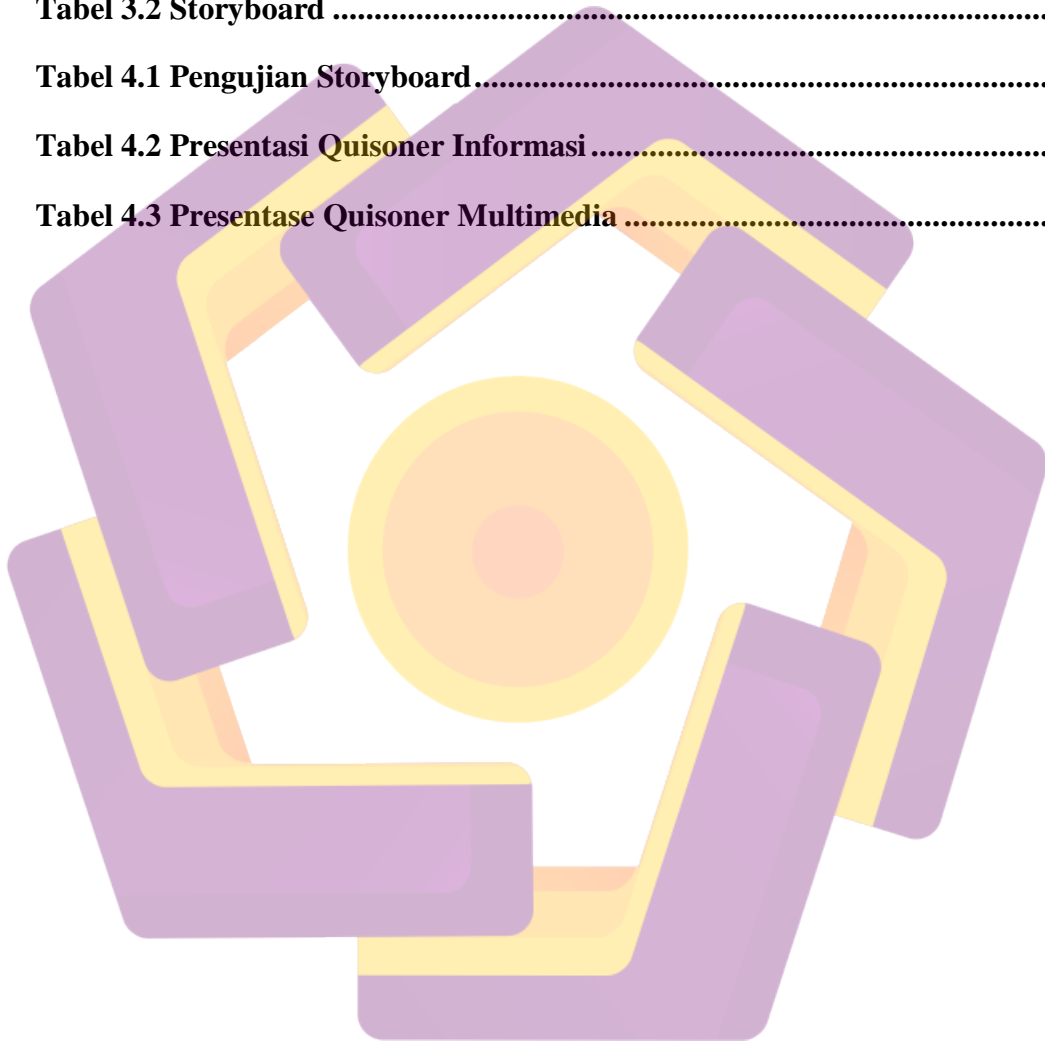
<b>3.4 Analisis Kebutuhan Sistem .....</b>	<b>34</b>
<b>3.4.1 Kebutuhan Fungsional.....</b>	<b>34</b>
<b>3.4.2 Kebutuhan Non Fungsional .....</b>	<b>35</b>
<b>3.4.3 Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware).....</b>	<b>35</b>
<b>3.4.4 Kebutuhan Perangkat Lunak (Software).....</b>	<b>36</b>
<b>3.5 Pra Produksi .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5.1 Naskah .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5.2 Storyboard.....</b>	<b>38</b>
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
<b>4.1 Produksi .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1.1 Produksi Aset Grafis.....</b>	<b>45</b>
<b>4.1.1.1 Pembuatan Asset Latar.....</b>	<b>48</b>
<b>4.1.1.2 Pembuatan mobil .....</b>	<b>49</b>
<b>4.1.1.3 Pembuatan Asset-asset.....</b>	<b>50</b>
<b>4.1.2 Pengambilan Gambar .....</b>	<b>50</b>
<b>4.1.3 Rekam Narasi .....</b>	<b>57</b>
<b>4.2 Pasca Produksi .....</b>	<b>58</b>
<b>4.2.1 Pembuatan Motion Graphic .....</b>	<b>58</b>
<b>4.2.1.1 Motion Graphic mobil pada siang dan malam.....</b>	<b>59</b>
<b>4.2.1.2 Motion Graphic menu .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2.1.3 Motion Graphic informasi .....</b>	<b>61</b>
<b>4.2.2 Editing .....</b>	<b>62</b>



4.2.3 Rendering .....	66
<b>4.3 Implentasi .....</b>	<b>67</b>
4.3.1 Testing .....	68
4.3.2 Pengujian Terhadap Storyboard .....	69
4.3.3 Skala Likert .....	71
4.3.4 Perhitungan Skala Likert .....	76
4.3.4.1 Aspek Infromasi .....	76
4.3.4.2 Aspek Multimedia .....	77
4.3.5 Penerapan Teknis Video .....	80
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>81</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABLE

<b>Tabel 2.1 Perbandingan .....</b>	<b>10</b>
<b>Tabel 2.2 penjelasan Analisis SWOT .....</b>	<b>20</b>
<b>Tabel 3.1 Analisis SWOT .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3.2 Storyboard .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4.1 Pengujian Storyboard.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4.2 Presentasi Quisoner Informasi .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4.3 Presentase Quisoner Multimedia .....</b>	<b>72</b>

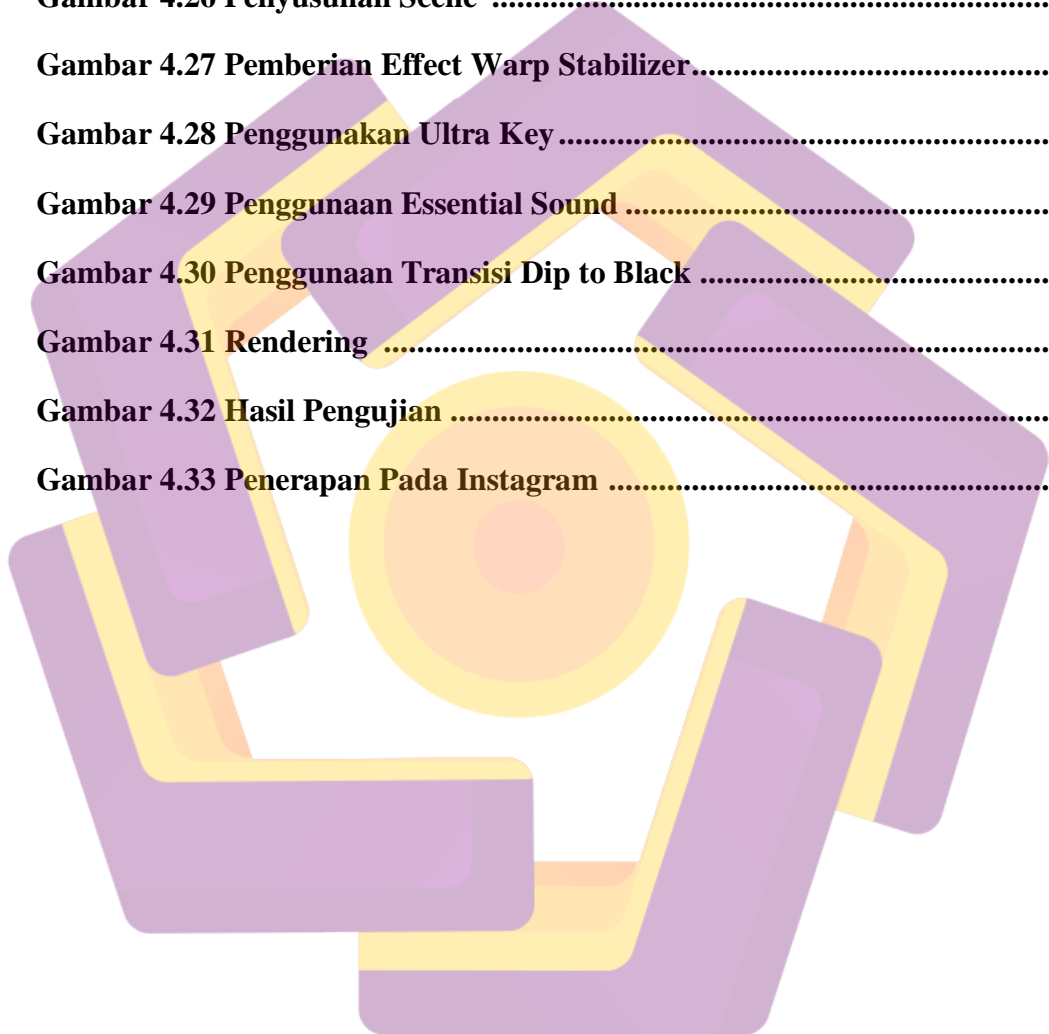




## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Coffee Van Jogja .....	25
Gambar 3.2 Tampilan Instagram .....	28
Gambar 3.3 Tampilan Toko .....	29
Gambar 4.1 Pengaturan Lembar Kerja.....	46
Gambar 4.2 ToolsMenu .....	47
Gambar 4.3 Move tool .....	47
Gambar 4.4 Direct Selection Tool .....	47
Gambar 4.5 Latar Bangunan .....	48
Gambar 4.6 Latar Malam .....	49
Gambar 4.7 Pembuatan Mobil .....	49
Gambar 4.8 Pembuatan Aset Menu .....	50
Gambar 4.9 Shoot 1 .....	51
Gambar 4.10 Shoot 2 .....	52
Gambar 4.11 Shoot 3 .....	52
Gambar 4.12 Shoot 4 .....	53
Gambar 4.13 Shoot 5 .....	53
Gambar 4.14 Shoot 6 .....	54
Gambar 4.15 Shoot 7 .....	55
Gambar 4.16 Shoot 8 .....	55
Gambar 4.17 Shoot 9 .....	56
Gambar 4.18 Shoot 10 .....	57
Gambar 4.19 Tampilan Effect Noise Reduction .....	58
Gambar 4.20 Merubah Present Layar .....	59
Gambar 4.21 Menggerakkan Mobil .....	60

<b>Gambar 4.22 Menggerakkan Menu .....</b>	<b>61</b>
<b>Gambar 4.23 Menggerakkan Smartphone dan informasi .....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 4.24 Pengaturan New Project .....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar 4.25 Pengaturan New Sequence.....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar 4.26 Penyusunan Scene .....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar 4.27 Pemberian Effect Warp Stabilizer.....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar 4.28 Penggunaan Ultra Key .....</b>	<b>65</b>
<b>Gambar 4.29 Penggunaan Essential Sound .....</b>	<b>65</b>
<b>Gambar 4.30 Penggunaan Transisi Dip to Black .....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar 4.31 Rendering .....</b>	<b>67</b>
<b>Gambar 4.32 Hasil Pengujian .....</b>	<b>68</b>
<b>Gambar 4.33 Penerapan Pada Instagram .....</b>	<b>80</b>



## INTISARI

Coffee Van Jogja merupakan sebuah coffee shop pertama yang menggunakan vandalam menjual produknya. Masalah yang di temukan di Coffee Van Jogja ialah bagaimana memberikan informasi tentang Coffee Van Jogja selain menggunakan media pemasaran yang lama.

Dalam studi ini, peneliti akan membahas bagaimana mebuat video iklan pada Coffee Van Jogja yang akan dibuat dengan bantuan perangkat lunak seperti Adobe Photoshop, Adobe Premier, Adobe After Effect, dan Adobe Aundition. Dengan menggunakan teknik lie shoot dan motion graphic. Tujuan dari pembuatan iklan ini adalah untuk memberikan informasi kepada pelanggan tetang Coffee Van Jogja.

Dari hasil pembuatan video iklan Coffee Van Jogja, peneliti berharap bahwa masyarakat akan lebih mengenal tentang Coffee Van Jogja. Video ini akan ditayangkan melalui media sosial isntagram karena menggunakan media sosial lebih memudahkan dalam proses pemasaran di zaman sekarang.

**Kata Kunci :** Coffee Van Jogja, Teknik Live Shoot, Iklan



## ABSTRAK

*Coffee Van Jogja is the first coffee shop that uses Vandalam sells its products. The problem found in Coffee Van Jogja is how to provide information about Coffee Van Jogja In addition to using the old marketing media.*

*In this study, researchers will be able to learn how to create video advertisements in Coffee Van Jogja that will be created with the help of software such as Adobe Photoshop, Adobe Premier, Adobe After Effect, and Adobe Aundition. Using lie shoot and motion graphic techniques. The purpose of making this advertisement is to provide information to customers in the Coffee Van Jogja.*

*From the results of the video advertisement of Coffee Van Jogja, researchers hope that the community will be more familiar about Coffee Van Jogja. This Video will be aired on social media because using social media makes it easier to make the marketing process today.*

**Keywords:** *Coffee Van Jogja, Live Shoot techniques, advertisement*

