

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PADA COFFE SHOP KALI PETUNG MERAPI MENGGUNAKAN  
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



Disusun oleh :

**Yogi Jaya Iswara**

**17.12.0291**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PADA COFFE SHOP KALI PETUNG MERAPI MENGGUNAKAN  
TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Sistem Informasi



Disusun oleh

**Yogi Jaya Iswara**

**17.12.0291**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

### **PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA COFFE SHOP KALI PETUNG MERAPI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yogi Jaya Iswara**

**17.12.0291**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 5 Oktober 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Bernadhed, M.Kom**

**NIK. 190302243**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA COFFE SHOP KALI PETUNG MERAPI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yogi Jaya Iswara**

**17.12.0291**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 February 2022

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Dony Ariyus, M.Kom**  
**NIK. 190302128**

**Muhammad Tofa Nurcholis, M. Kom**  
**NIK. 190302128**

**Bernadhed, M.Kom**  
**NIK. 190302243**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 21 Maret 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 February 2022



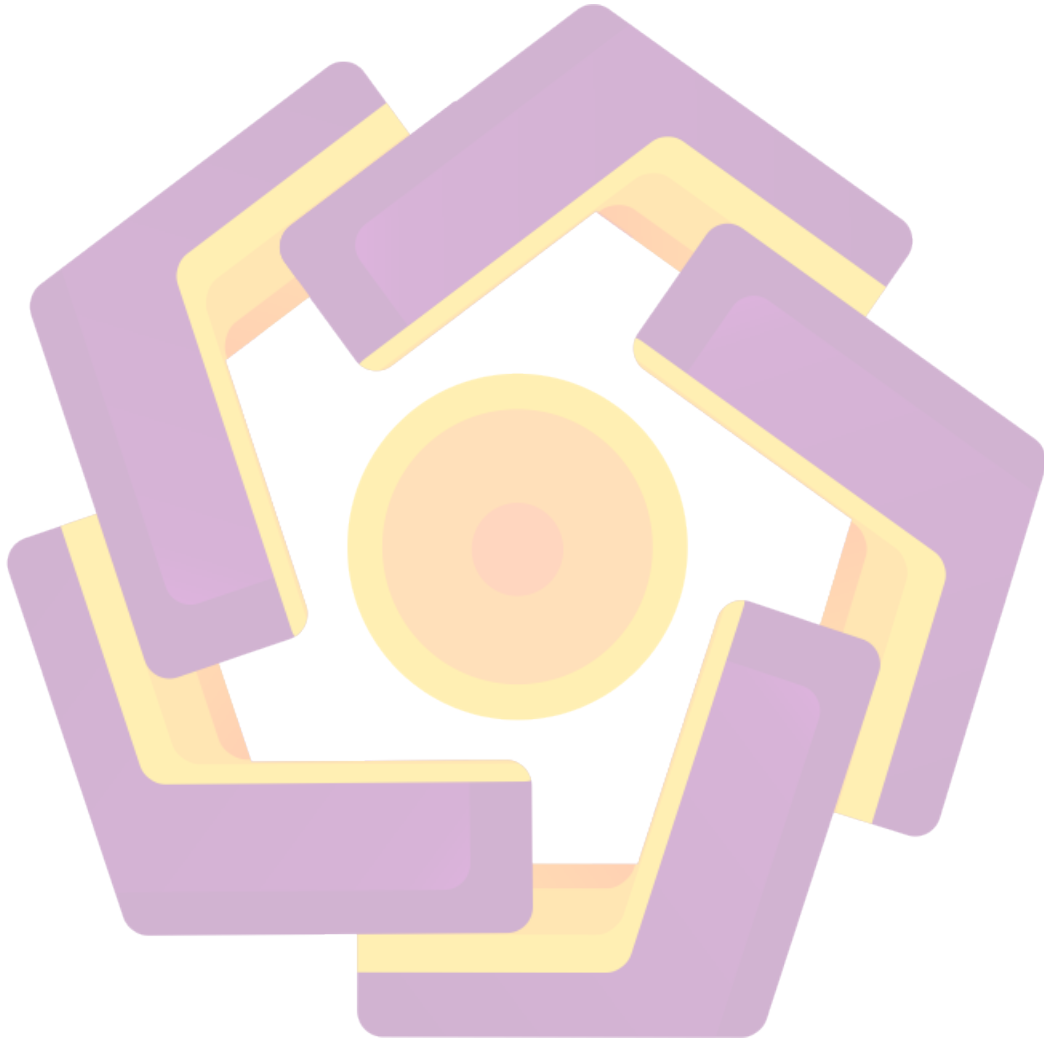
Yogi Jaya Iswara

NIM. 17.12.0291

## **MOTTO**

**“ everything that has an end must have a beginning ”**

**semua yang akhir pasti ada awalnya**

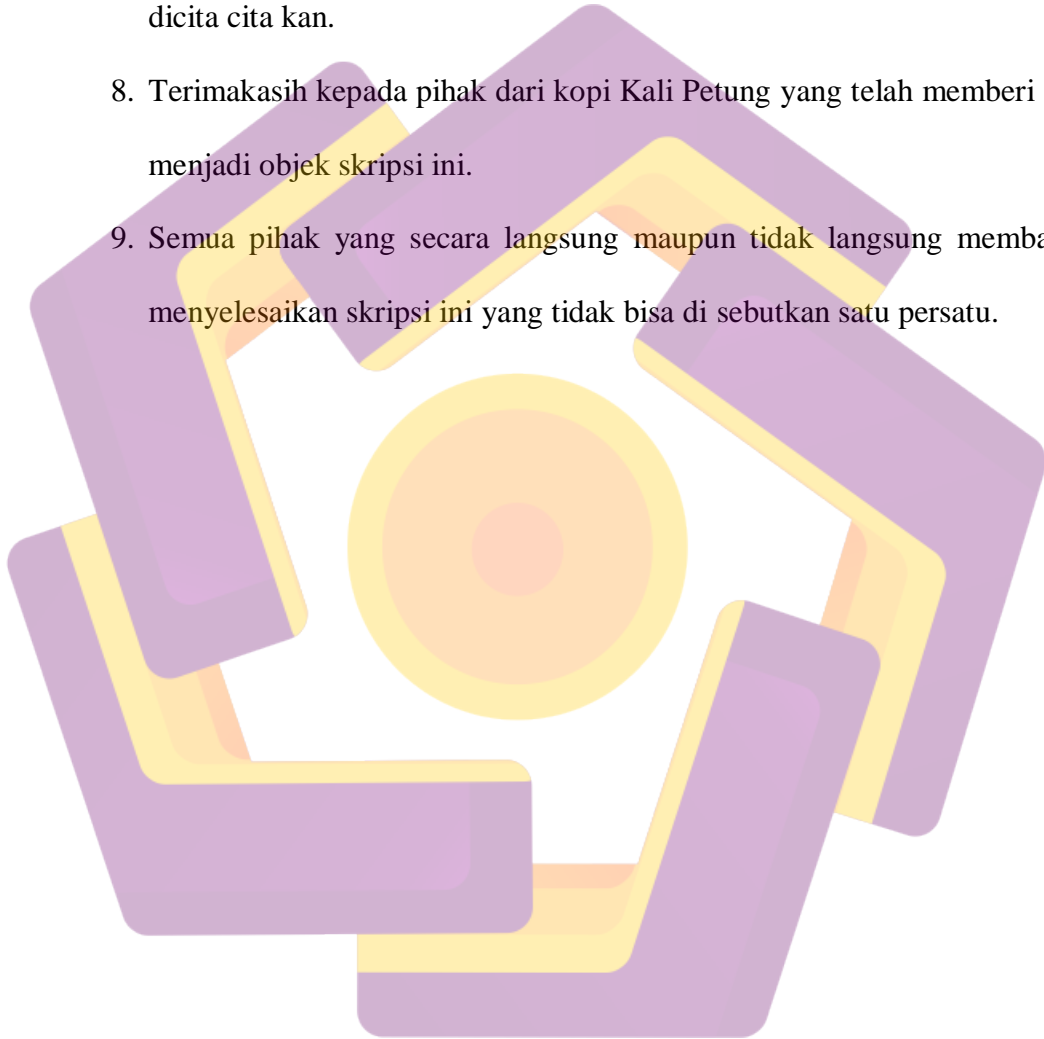


## PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kupersembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Terimakasih atas rasa syukur, nikmat, dan karunia yang telah Engkau berikan. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan pengikutnya sampai di akhir jaman. serta memberiku orang-orang baik di sekelilingku, selalu memberiku semangat dan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu kuucapkan rasa terimakasihku kepada :

1. Kedua orangtua saya, atas doa dan dukungan serta pengorbanan beliau selama ini saya bisa sampai sejauh ini, suatu kebanggaan bisa menjadi putra mereka.
2. Kakak saya Yudha Iswara Nugraha dan Anisa Rahma yang memberikan dukungan untuk pengerjaan skripsi.
3. Bapak Bernadhed, M.Kom selaku dosen pembimbing saya yang tulus ikhlas membimbing dan mengarahkan serta meluangkan waktunya agar saya lebih baik.
4. Nur rifai karena sudah merelakan waktunya untuk menemani saya saat pengerjaan project video skripsi.
5. Keluarga besar Secret karena sudah membangun mood saya untuk mengerjakan skripsi.
6. Keluarga Besar 17 Informatika 05 yang telah mendorong saya untuk cepat mengerjakan skripsi karena beberapa sudah lulus duluan dan janji-janji wisuda bareng.

7. Teman temanku seperjuangan Kevin, Nico, Ony, Mega, Bagas, Ijat, Bayu, Jalu, Erot, Lingga, Arif yang slalu Bersama berjuang dan saling memberikan dukungan untuk menjejakan skripsi. Sampai bertemu dikesempatan yang lebih baik lagi, semoga kita semua menjadi apa yang dicita cita kan.
8. Terimakasih kepada pihak dari kopi Kali Petung yang telah memberi izin menjadi objek skripsi ini.
9. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.





## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT., yang telah melimpahkan nikmat-Nya berupa kesehatan dan umur panjang serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pembuatan Iklan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Coffe Shop Kali Petung Merapi Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic** ”

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti mendapat bantuan serta semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan rasa hormat, dan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, M. Kom selaku dekan Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Bernadhed, M.Kom selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah dengan tulus membimbing serta meluangkan waktunya.
4. Bapak Anggit Dwi Hartanto, M.Kom, selaku Ketua Proogram Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, Oleh karena itu peneliti berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran

yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penyusun berharap skripsi ini dapat dimanfaatkan bagi semua pihak.

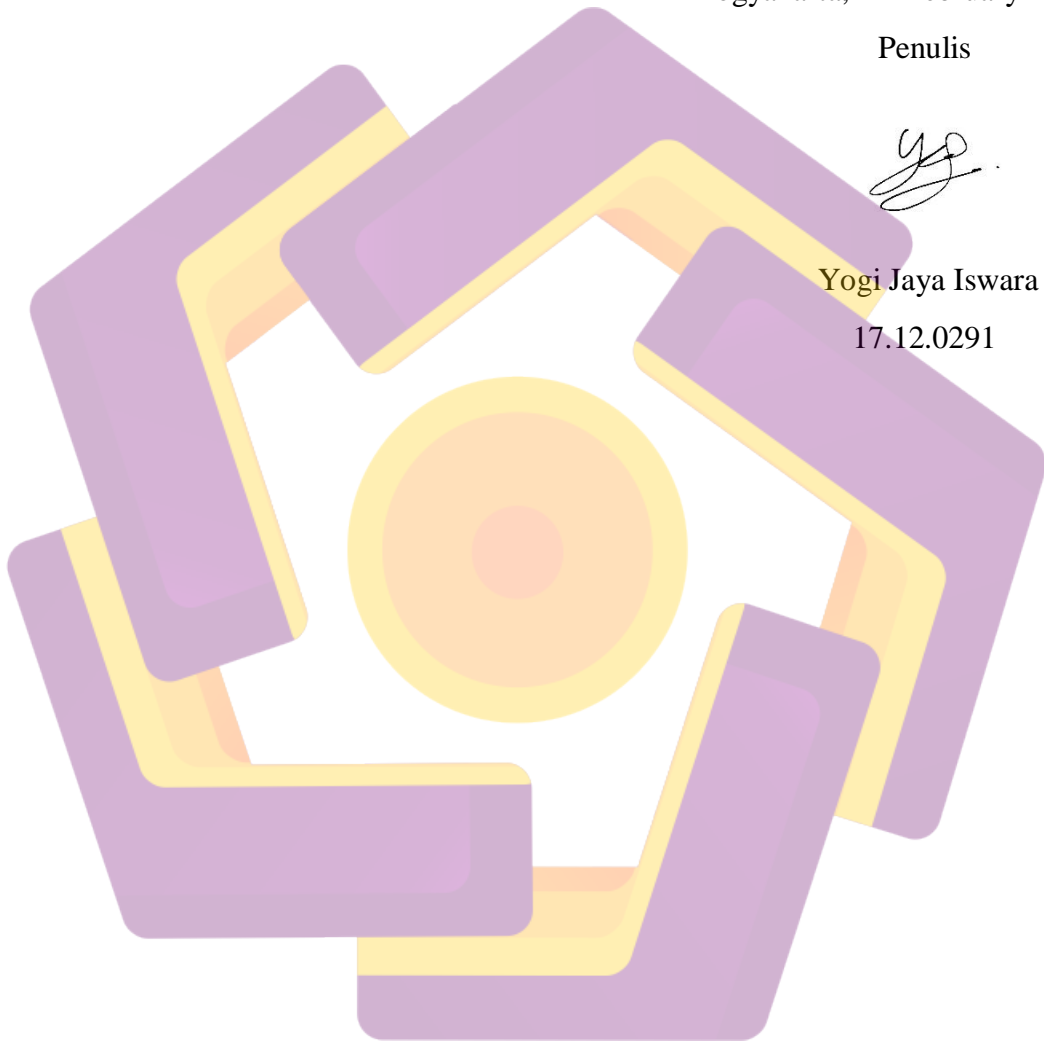
Yogyakarta, 22 February 2022

Penulis



Yogi Jaya Iswara

17.12.0291



## DAFTAR ISI

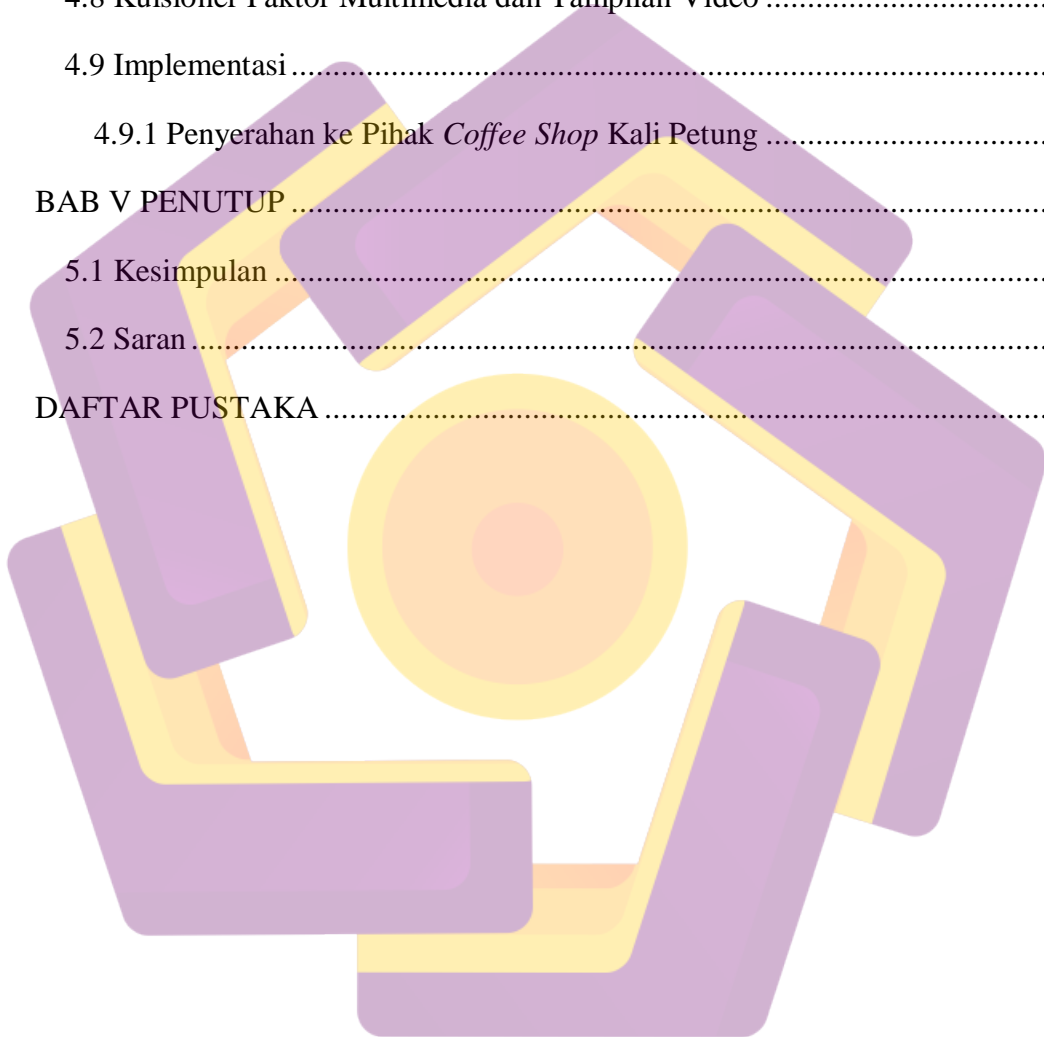
JUDUL .....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
INTISARI.....	xviii
<i>ABSTRACT</i> .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Bagi Mahasiswa .....	4
1.4.2 Bagi Perusahaan.....	4
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.5.2 Metode Analisis .....	5
1.5.3 Metode Perancangan .....	6

1.5.4 Metode Testing .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.2 Konsep Dasar Multimedia .....	12
2.2.1 Pengertian Multimedia .....	12
2.2.2 Jenis Multimedia .....	12
2.2.3 Elemen Multimedia .....	13
2.3 Konsep Dasar Informasi .....	16
2.3.1 Pengertian Informasi .....	16
2.3.2 Profil .....	17
2.3.3 Promosi .....	18
2.4 Media Sosial .....	19
2.4.1 Karakteristik Media Sosial .....	20
2.4.2 Jenis-jenis Media Sosial .....	20
2.4.3 Instagram .....	21
2.5 Video .....	22
2.5.1 Standar Video .....	22
2.5.2 Format file video .....	23
2.5.3 Jenis Video .....	24
2.6 Teknik Live <i>Shoot</i> .....	25
2.6.1 Type of Shoot .....	26
2.7 Animasi .....	28
2.7.1 Pengertian Animasi .....	28
2.7.2 Jenis Animasi .....	29

2.8 Motion Graphic .....	37
2.8.1 Prinsip dasar Motion Graphic .....	38
2.9 Infografis .....	39
2.9.1 Elemen Infografis .....	40
2.9.2 Jenis-jenis Infografis .....	41
2.10 Analisis Masalah .....	42
2.10.1 Analisis SWOT .....	42
2.10.2 Analisis Kebutuhan Sistem .....	43
2.11 Produksi .....	44
2.12 Pra Produksi .....	44
2.12.1 Tema .....	44
2.12.2 <i>Storyboard</i> .....	44
2.12.3 Naskah .....	45
2.13 Tahapan Produksi .....	45
2.14 Tahapan Pasca Produksi .....	46
2.14.1 Testing .....	47
2.14.2 Pengolahan Data .....	47
<b>BAB III ANALISIS DAN PERACANGAN .....</b>	<b>50</b>
3.1 <b>Gambaran Umum Perusahaan .....</b>	<b>50</b>
3.1.1 Sejarah Coffee shop kali petung .....	50
3.1.2 Logo Coffee shop kali petung .....	51
3.2 Pengumpulan Data .....	51
3.2.1 Wawancara .....	51
3.2.2 Obervasi .....	52
3.3 Analisis Masalah .....	53

3.3.1 SWOT.....	53
3.3.2 Kelemahan dari Media Lama.....	56
3.3.3 Solusi yang Ditawarkan.....	56
3.3.4 Kesimpulan.....	56
3.4 Analisis Kebutuhan .....	57
3.4.1 Kebutuhan Informasi.....	57
3.4.2 Kebutuhan Non Fungsional .....	57
3.5 Produksi.....	60
3.5.1 Ide dan Konsep .....	60
3.5.2 Storyboard .....	62
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1 Pembahasan.....	67
4.2 Produksi .....	68
4.2.1 Proses Pengambilan Gambar .....	68
4.3 Pembuatan Animasi.....	70
4.3.1 Pembuatan Aset Animasi .....	70
4.3.2 Perekaman Narasi .....	71
4.4 Pasca produksi.....	73
4.4.1 Composting.....	73
4.5 Editing.....	76
4.5.1 Pengabungan <i>Scene</i> .....	76
4.5.2 Memotong dan Mengatur <i>Speed Clip</i> .....	77
4.5.3 Sinkronisasi <i>Audio</i> dan <i>Clip</i> .....	78
4.5.4 Pemberian Transisi.....	78
4.5.5 Color Correction .....	79

4.5.6 Rendering .....	80
4.6 Evaluasi.....	81
4.6.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir.....	81
4.7 Kuesioner Faktor Informasi .....	83
4.8 Kuisisioner Faktor Multimedia dan Tampilan Video .....	87
4.9 Implementasi.....	91
4.9.1 Penyerahan ke Pihak <i>Coffee Shop</i> Kali Petung .....	92
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>96</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Perbandingan Tinjauan Pustaka.....	10
Tabel 2.2 Interval Tingkat Intensitas Skala <i>Likert</i> .....	48
Tabel 3.1 SWOT.....	53
Tabel 3.2 Kebutuhan Alat Produksi.....	57
Tabel 3.3 Kebutuhan Hardware (Perangkat Keras).....	58
Tabel 3.4 Kebutuhan <i>Software</i> (Perangkat Lunak).....	59
Tabel 3.5 Kebutuhan <i>Brainware</i> .....	59
Tabel 3.6 Text Narasi.....	61
Tabel 3.7 <i>Storyboard</i> .....	62
Tabel 4.1 Penggunaan <i>Software</i> .....	67
Tabel 4.2 Pengambilan Gambar.....	69
Tabel 4.3 Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir.....	81
Tabel 4.4 Kuesioner Faktor Informasi.....	83
Tabel 4.5 Bobot Nilai.....	85
Tabel 4.6 Presentase Nilai.....	85
Tabel 4.7 Hasil Uji Aspek Informasi.....	86
Tabel 4.8 Kuesioner Faktor Multimedia dan Tampilan Video.....	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Aspek Multimedia dan Tampilan Video.....	90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Elemen Multimedia .....	13
Gambar 2.2 Teks.....	14
Gambar 2.3 Audio.....	15
Gambar 2.4 Animasi .....	15
Gambar 2.5 Animasi Sel .....	30
Gambar 2.6 Animasi Frame .....	31
Gambar 2.7 Animasi Sprite .....	31
Gambar 2.8 Animasi Lintasan.....	32
Gambar 2.9 Animasi Spline .....	33
Gambar 2.10 Animasi Vektor.....	33
Gambar 2.11 Animasi Karakter.....	34
Gambar 2.12 <i>Computation Animation</i> .....	35
Gambar 2.13 <i>Morphing</i> .....	35
Gambar 2.14 Animasi Clay .....	36
Gambar 2.15 Animasi Digital.....	36
Gambar 2.16 <i>Typographic</i> .....	39
Gambar 2.17 <i>Storyboard</i> .....	44
Gambar 2. 18 <i>Sound Editing</i> dan <i>Lypsync</i> .....	45
Gambar 3.1 logo kali petung .....	51
Gambar 3.2 <i>Instagram Coffee shop</i> kali petung .....	52
Gambar 4.1 Proses Pengambilan Gambar.....	68
Gambar 4.2 Pembuatan Aset.....	70
Gambar 4.3 Perekaman Narasi .....	71
Gambar 4.4 <i>Noise Reduction</i> .....	72
Gambar 4.5 Memaksimalkan <i>Vocal</i> .....	72
Gambar 4.6 <i>Normalize</i> .....	73
Gambar 4.7 Membuat <i>New Sequence</i> .....	74
Gambar 4. 8 <i>Compositing Adobe Premiere</i> .....	74
Gambar 4.9 Pembuatan Animasi pada <i>Adobe After Effects</i> .....	75
Gambar 4.10 <i>Speed / Duration</i> .....	78

Gambar 4.11 Menambahkan <i>Transition</i> .....	79
Gambar 4.12 <i>Color Correction</i> .....	80
Gambar 4.13 Proses <i>Rendering</i> .....	80
Gambar 4.14 Implementasi .....	92
Gambar 4.15 Penyerahan ke Pihak Coffee Shop Kali Petung .....	92



## INTISARI

Kopi Kali Petung merapi merupakan salah satu tempat coffe shop yang beralamat di Petung, Kepuharjo, Kec. Cangkringan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Saat ini dalam mempromosikan coffe shop, Kopi Kali Petung menggunakan media foto. Akan tetapi, ada beberapa informasi yang membutuhkan ilustrasi visual lebih lanjut seperti, informasi detail Daftar menu, suasana dalam coffe shop, alamat coffe shop dan penawaran-penawaran produk kopi kali petung lainnya.

Penggunaan media informasi saat ini, terutama di media video, memberikan daya tarik tersendiri. Ini karena video memiliki karakteristik khusus, yaitu kombinasi gambar, suara dan gerak. Karena sifat visual dan kombinasi warna, suara dan gerakan, media video terlihat jelas dan nyata. Karena itu pesan yang disampaikan menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan uraian di atas penulis mengambil judul Pembuatan Iklan Media Sosial sebagai media promosi pada coffe shop kali petung Merapi menggunakan Teknik live shoot dan motion graphic. Hasil video ditampilkan dan diiklankan di Instagram. Video Iklan Pada kopi kali petung merapi Menggunakan Teknik LiveShoot dan Motion Graphic.

**Kata Kunci :** Kopi Kali Petung Merapi , Video iklan, liveshoot, motion graphic.

## **ABSTRACT**

*Kali Petung Merapi Coffee is a coffee shop with its address at Petung, Kepuharjo, Kec. Cangkringan, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta. Currently, in promoting coffee shops, Kopi Kali Petung uses photo media. However, there is some information that requires further visual illustration, such as detailed information on the menu list, the atmosphere at the coffee shop, the address of the coffee shop and offers for other Kali Petung coffee products.*

*The use of information media today, especially in video media, provides its own charm. This is because video has a special characteristic, namely a combination of image, sound, and motion. Due to the visual nature and the combination of color, sound and motion, video media looks clear and real. Therefore, the message conveyed attracts the attention of consumers.*

*Based on the description above, the author takes the title Making Social Media Advertising as a promotional media at coffee shops in Kali Petung Merapi by using live shoot and motion graphics techniques. Video results are displayed and advertised on Instagram. Video Advertising of Kali Petung Merapi Coffee Using LiveShoot and Motion Graphic Techniques.*

**Keywords :** *Coffee of Kali Petung Merapi, advertising video, liveshoot, motion graphic.*

