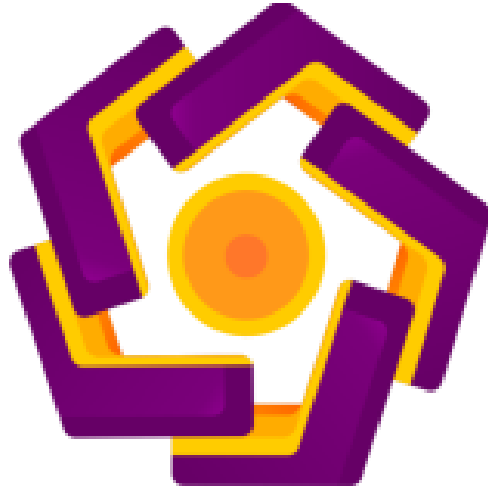


**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN ABAH  
KOPI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION  
GRAPHIC**

**SKRIPSI**



**disusun oleh  
RICKY ARDIANSYAH  
15.12.8764**

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

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN ABAH KOPI  
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ricky Ardiansyah**

**15.12.8764**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 9 Juni 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom., M.T.**

**NIK. 190302105**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN ABAH KOPI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ricky Ardiansyah**

**15.12.8764**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 21 Juni 2022

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**TandaTangan**

**Ibnu Hadi Purwanto, M.Kom**

**NIK. 190302390**

**Bayu Setiaji, M.Kom**

**NIK. 190302216**

**Anggit Dwi Hartanto, M.Kom**

**NIK. 190302163**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 21 Juni 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom**

**NIK. 190302096**

# PERNYATAAN

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya dari 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 perguruan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 24 Juni 2020



Nama Ricky Ardiansyah

NIM. 15.12.8764

## MOTTO

*“I fear not the man who has practiced 10,000 kicks once, but I fear the man who has practiced one kick 10,000 times”.*

( Bruce Lee )

*“Forget The Career, do the work. If you feel what you are doing is on line and you’re going someplace and you have a vision and you stay with it, eventually things will happen”.*

( Al Pacino )



## PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

Orang tua saya Bapak Ir.Muhammad Teguh, dan Ibu Nini Rahmita yang selalu mendukung saya agar bisa menyelesaikan studi ini walaupun terlambat.

Teman-teman ku seperjuangan Miftah , Kresna , Galuh , Adnan , serta keluarga nongkrong besar yang saya tidak bisa sebutkan satu per satu.

Untuk Abah Kopi yang sudah mengijinkan saya untuk bisa mengambil objek tempat penelitian di sana.

dan saya persembahkan untuk Universitas Amikom Yogyakarta

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, saya dapat bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: “PERANCANGAN dan PEMBUATAN VIDEO IKLAN ABAH KOPI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC”. Yang diharuskan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu pada Program Studi Sistem Informasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1. Kepada kedua orang tua saya terimakasih selalu mendukung saya di setiap kehidupan saya.
2. Untuk Bapak dosen pembimbing saya Bapak Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom., M.T. atas bimbingannya selama ini dan bapak tetap bersabar membimbing saya sampai bisa di tahap menyelesaikan skripsi ini.
3. Untuk teman desain saya Kresna Gerindra S.Ds yang sudah membantu saya mendesain serta mengilustrasikan untuk skripsi ini.
4. Untuk teman kerabat multimedia saya Mitahu Sobirin Ariyanta S.kom dan Shintya Galuh Nindy Sagita S.Si., M.Si. saya ucapkan terimakasih karena sudah membantu dalam hal skripsi ini sampai di tahap selesai.
5. Untuk Abah Kopi juga terimakasih yang sebesar-besarnya khususnya mas Jafar, Mas Putut, dan Mbak Isna yang sudah mempersilahkan tempat cafenya dijadikan sebagai objek skripsi saya.

Berkat kalian semua saya dapat menyelesaikan skripsi ini semoga amal kalian dilipatgandakan oleh Allah SWT Aamiin.

Yogyakarta, 10 Juli 2020



Ricky Ardiansyah

## DAFTAR ISI

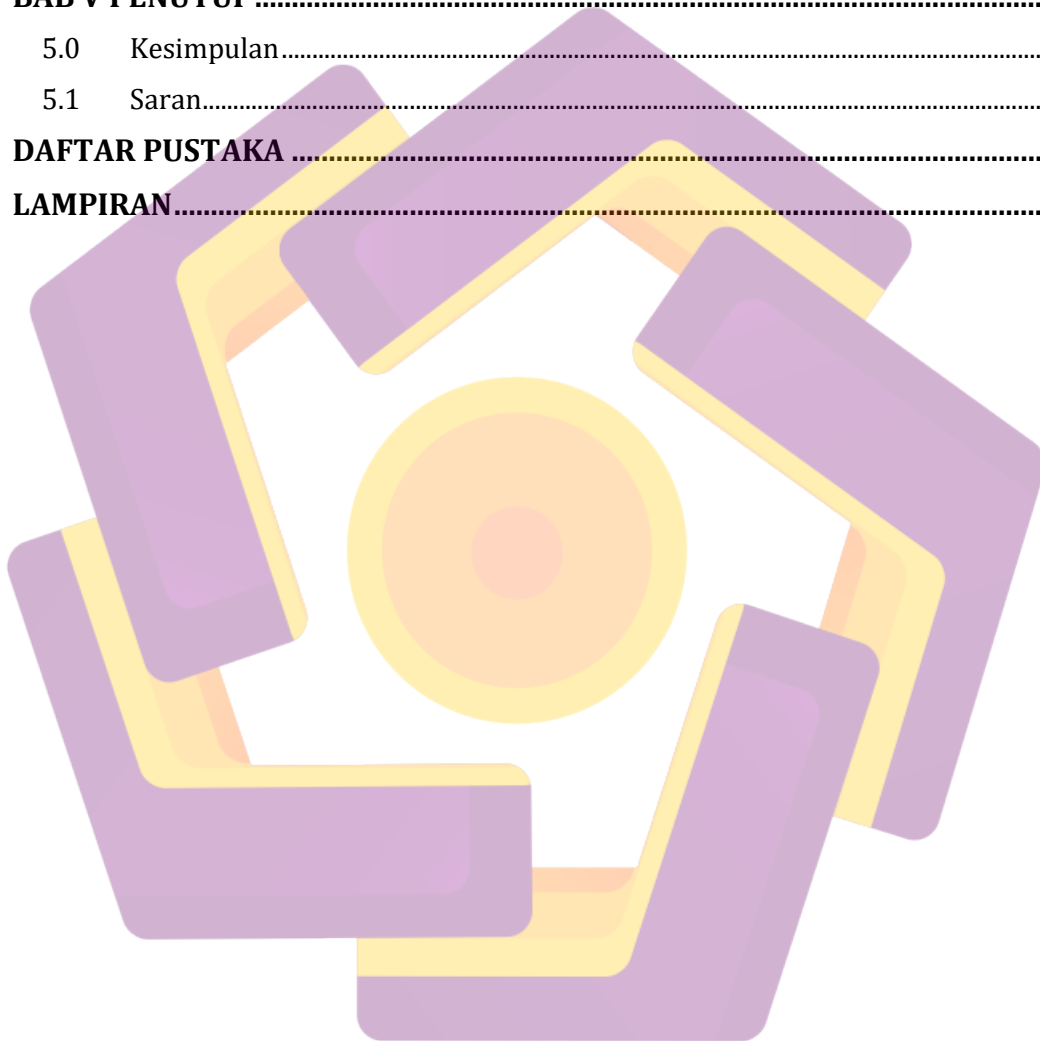
<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	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.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Perancangan.....	4
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia .....	8
2.2.1 Pengertian Multimedia.....	8
2.2.2 Element Multimedia.....	8
2.3 Konsep Dasar Iklan.....	10
2.3.1 Sejarah Periklanan di Televisi.....	10



2.3.2	Pengertian Iklan.....	11
2.4	Jenis Iklan.....	11
2.5	Pengertian Media Sosial.....	12
2.5.1	Pengertian Instagram.....	13
2.6	Analisis SWOT.....	13
2.6.1	Kekuatan (Strengths).....	13
2.6.2	Kelemahan (Weakness).....	14
2.6.3	Peluang (Opportunities).....	14
2.6.4	Ancaman (Threat).....	14
2.7	Analisis Kebutuhan Sistem.....	16
2.7.1	Kebutuhan Fungsional.....	16
2.7.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	17
2.8	Live Shoot.....	17
2.8.1	Teknik Pengambilan Gambar.....	17
2.8.2	Motion Graphic.....	21
2.9	Tahap Memproduksi Iklan.....	22
2.9.1	Tahap pra-Produksi.....	22
2.9.2	Tahap Produksi.....	23
2.9.3	Tahap Pasca Produksi.....	24
2.10	Evaluasi.....	25
2.10.1	Skala Likert.....	25
2.10.2	Rumus Persentase Skala Likert.....	26
<b>BAB III</b>	<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN.....</b>	<b>28</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	28
3.1.1	Deskripsi Singkat Abah Kopi Cafe Yogyakarta.....	28
3.1.2	Visi.....	29
3.1.3	Misi.....	29
3.2	FlowChart Penelitian.....	30
3.3	Pengumpulan Data.....	32
3.1	Metode Wawancara.....	32
3.2	Metode Observasi.....	34

3.3	Metode Kuesioner Skala Likert.....	39
3.4	Analisis Masalah .....	39
3.4.1	Analisis SWOT.....	39
3.4.2	Kelemahan Media Lama.....	43
3.4.3	Solusi yang Ditawarkan .....	43
3.4.4	Solusi yang Dipilih.....	43
3.4.5	Analisis Kebutuhan.....	44
3.5.1	Kebutuhan Fungsional .....	44
3.5.2	Kebutuhan non Fungsional .....	44
3.5.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware).....	45
3.5.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak (Software).....	45
3.6	Pra Produksi.....	46
3.6.1	Penulisan Naskah .....	46
3.6.2	Storyboard.....	47
3.7	Lembar Review Para Ahli .....	51
3.8	Rancangan Tabel Kuesioner .....	56
3.9	Ketentuan Pengiklanan Video Iklan Di Instagram .....	57
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>58</b>
4.1	Produksi.....	58
4.1.1	Produksi Asset Grafis.....	58
4.1.2	Pembuatan Asset Desain Grafis.....	58
4.1.3	Penyimpanan Atribut File.....	62
4.1.4	List Asset Grafis.....	64
4.1.5	Rekam Audio.....	66
4.2	Pasca Produksi .....	70
4.2.1	Compositing.....	70
4.2.2	Editing.....	75
4.3	Rendering.....	76
4.4	Implementasi .....	78
4.5	Pembahasan .....	78
4.5.1	Alpha Testing .....	78

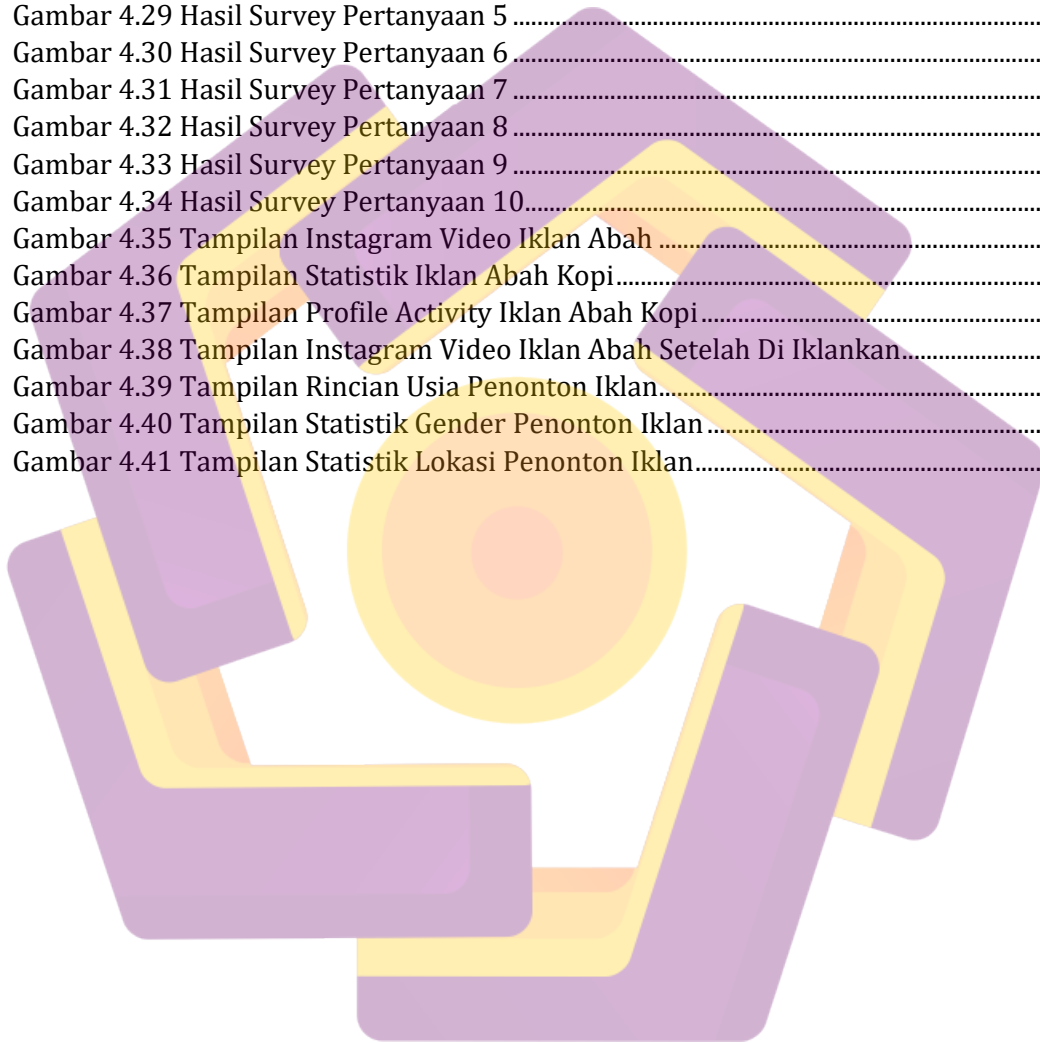
4.5.2	Skala Likert .....	82
4.6	Hasil Dan Pembahasan Penerapan Video .....	90
4.6.1	Penempatan Media .....	91
4.6.2	Data Laporan Arus Kas Hasil Penjualan Abah Kopi .....	95
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>101</b>
5.0	Kesimpulan.....	101
5.1	Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>103</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>105</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Element Multimedia .....	9
Gambar 2.2 Contoh gambar MLS .....	18
Gambar 2.3 Contoh gambar MS .....	18
Gambar 2.4 Contoh gambar ELS.....	19
Gambar 2.5 Contoh Gambar LS.....	19
Gambar 2.6 Contoh Gambar CU .....	20
Gambar 2.7 Contoh Gambar BCU.....	20
Gambar 2.8 Contoh Gambar ECU .....	21
Gambar 2.9 Contoh Storyboard .....	23
Gambar 3.1 Logo Abah Kopi Cafe Yogyakarta .....	29
Gambar 3.2 FlowChart Penelitian.....	31
Gambar 3.3 Tampilan Facebook Abah Kopi Cafe .....	34
Gambar 3.4 Tampilan Facebook Event Abah Kopi Cafe .....	34
Gambar 3.5 Tampilan Youtube Abah Kopi Cafe.....	35
Gambar 3.6 Tampilan Instagram Abah Kopi.....	36
Gambar 3.7 Salah Satu Produk Abah Kopi Abah Kopi Beer .....	37
Gambar 3.8 Suasana Dalam Abah Kopi .....	38
Gambar 3.9 Suasana Stage Panggung Abah Kopi .....	38
Gambar 4.1 Asset Pemesanan Online.....	59
Gambar 4.2 Tangan Menggengam Handphone.....	59
Gambar 4.3 Tambahan Atribut Jari Tangan .....	60
Gambar 4.4 Sketsa Peta.....	60
Gambar 4.5 Penambahan Atribut Objek Pada Peta.....	61
Gambar 4.6 Penambahan Angka Pada Peta Sebagai Petunjuk Keberadaan Lokasi.....	61
Gambar 4.7 Penambahan Text Box Sebagai Keterangan Tempat .....	62
Gambar 4.8 Pengelompokan Atribut.....	63
Gambar 4.9 Perekaman File Narasi.....	67
Gambar 4.10 Import Audio.....	68
Gambar 4.11 Effect DeHummer.....	69
Gambar 4.12 Effect DeNoise .....	70
Gambar 4.13 Pembuatan Peta Abah Kopi .....	71
Gambar 4.14 Animasi Objek Peta Abah Kopi.....	72
Gambar 4.15 Animasi Pemesanan Online Abah Kopi.....	72
Gambar 4.16 Stabilisasi Video Pada After Effect.....	73
Gambar 4.17 Pembuatan Motion Tracking Serta Callout Titles.....	74
Gambar 4.18 Pembuatan Motion Text.....	74
Gambar 4.19 Proses Penggabungan Video Motion Graphic Dan Live Shoot .....	75
Gambar 4.20 Proses Penggabungan Video Dengan Voice Over .....	76
Gambar 4.21 Penambahan Transisi, Narasi, Motion Text, Musik.....	76
Gambar 4.22 Settingan Render.....	77

Gambar 4.23 Proses Render Video Abah Kopi .....	78
Gambar 4.24 Jenis Kelamin Pengisi Kuesioner .....	83
Gambar 4.25 Hasil Survey Pertanyaan 1 .....	84
Gambar 4.26 Hasil Survey Pertanyaan 2 .....	84
Gambar 4.27 Hasil Survey Pertanyaan 3 .....	85
Gambar 4.28 Hasil Survey Pertanyaan 4 .....	85
Gambar 4.29 Hasil Survey Pertanyaan 5 .....	85
Gambar 4.30 Hasil Survey Pertanyaan 6 .....	86
Gambar 4.31 Hasil Survey Pertanyaan 7 .....	86
Gambar 4.32 Hasil Survey Pertanyaan 8 .....	86
Gambar 4.33 Hasil Survey Pertanyaan 9 .....	87
Gambar 4.34 Hasil Survey Pertanyaan 10.....	87
Gambar 4.35 Tampilan Instagram Video Iklan Abah .....	91
Gambar 4.36 Tampilan Statistik Iklan Abah Kopi.....	92
Gambar 4.37 Tampilan Profile Activity Iklan Abah Kopi.....	93
Gambar 4.38 Tampilan Instagram Video Iklan Abah Setelah Di Iklankan.....	93
Gambar 4.39 Tampilan Rincian Usia Penonton Iklan.....	94
Gambar 4.40 Tampilan Statistik Gender Penonton Iklan .....	94
Gambar 4.41 Tampilan Statistik Lokasi Penonton Iklan.....	95



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Matriks .....	15
Tabel 2.2 Skor Jawaban.....	27
Tabel 3.1 Kualitatif Matrik SWOT .....	40
Tabel 3.2 Penulisan Naskah .....	46
Tabel 3.3 Storyboard.....	47
Tabel 3.4 Contoh Tabel Ahli Media .....	52
Tabel 3.5 Contoh Aspek Tampilan Tulisan .....	52
Tabel 3.6 Contoh Aspek Tampilan Gambar .....	53
Tabel 3.7 Contoh Aspek Tampilan Animasi.....	53
Tabel 3.8 Contoh Aspek Tampilan Video.....	54
Tabel 3.9 Contoh Aspek Kualitas Interaksi.....	54
Tabel 3.10 Tabel Kuesioner Perancangan.....	56
Tabel 4.1 List Gambar Asset Beserta Keterangan.....	64
Tabel 4.2 Alpha Testing .....	79
Tabel 4.3 Kuesioner Kelayakan Video Iklan.....	82
Tabel 4.4 Kategori Kelayakan Video .....	88
Tabel 4.5 Laporan Kas Abah Kopi Tanggal 16-23 Januari.....	95
Tabel 4.6 Laporan Kas Abah Kopi Tanggal 16-23 Januari.....	97
Tabel 4.7 Laporan Kas Abah Kopi Tanggal 16-23 Februari.....	98
Tabel 4.8 Laporan Kas Abah Kopi Tanggal 16-23 Februari.....	101

## INTISARI

Abah Kopi merupakan sebuah cafe yang menyajikan produk hidangan minuman dengan semua bahan yang dihasilkan dari produk sendiri langsung dari kebunnya sendiri. Cafe yang unik berada di kota jogja yang bernuansa tradisional yang dapat memanjakan mata para pelanggan Abah Kopi melalui uniknya karya dan lukisan dibuat oleh para seniman ahli. Abah Kopi harus mampu bersaing untuk mempertahankan usaha UMKM nya dan menjadi cafe terfavorit untuk pencinta seni tradisional maupun nuansa tradisional. Dalam pemasarannya video iklan yang dibuat memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap reputasi usaha UMKM ini.

Video iklan merupakan salah satu media informasi yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan reputasi sebuah perusahaan. Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic*.

Melalui media sosial Instagram video iklan Abah Kopi ini di publish dan di iklankan, dengan tujuan untuk menarik datangnya pelanggan dan mempromosikan Abah Kopi, supaya para penonton iklan dapat mengetahui bahwa di Kota Yogyakarta terdapat sebuah tradisional cafe yang bernama Abah Kopi.

**Kata-kunci:** Abah Kopi Cafe UIN, Pembuatan Video Iklan, Media Informasi

## **ABSTRACT**

*Abah Kopi is a cafe that serves beverage products with all ingredients produced from their own products directly from their own garden. The unique cafe is located in the city of Jogja with a traditional feel that can pamper the eyes of Abah Kopi customers through the uniqueness of works and paintings made by expert artists. Abah Kopi must be able to compete to maintain its SME business and become the favorite cafe for lovers of traditional art and traditional nuances. In its marketing, the video ads created have a significant influence on the reputation of this SME business.*

*Video advertising is one of the information media that can be used to enhance a company's reputation. The creation of this video ad uses live shot and motion graphic techniques.*

*Through Instagram social media, this Abah Kopi advertisement video is published and advertised, with the aim of attracting customers and promoting Abah Kopi, so that the audience of the advertisement can know that in Yogyakarta there is a traditional cafe called Abah Kopi.*

**Keywords:** *Abah Kopi Cafe UIN, Advertising Video Making, Information Media*