

**PENERAPAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
VIDEO PROMOSI BRAND LOKAL PADA CHANNEL YOUTUBE
INFOBRANDLOCAL**

SKRIPSI



diajukan oleh
EL RANGGA GARIBALDI RAHMAN
18.12.0834

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

**PENERAPAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
VIDEO PROMOSI BRAND LOKAL PADA CHANNEL YOUTUBE
INFOBRANDLOCAL**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Sistem Informasi



diajukan oleh

EL RANGGA GARIBALDI RAHMAN
18.12.0834

Kepada

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

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PENERAPAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
VIDEO PROMOSI BRAND LOKAL PADA CHANNEL YOUTUBE
INFOBRANDLOCAL**

yang disusun dan diajukan oleh

EL RANGGA GARIBALDI RAHMAN

18.12.0834

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 Juni 2022

Dosen Pembimbing,

ii

Uyock Anggoro Saputro, M.Kom

NIK. 190302419

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PENERAPAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
VIDEO PROMOSI BRAND LOKAL PADA CHANNEL YOUTUBE
INFOBRANDLOCAL**

yang disusun dan diajukan oleh

EL RANGGA GARIBALDI RAHMAN

18.12.0834

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 Juni 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ainul Yaqin, M.Kom
NIK. 190302255

Dony Ariyus, M.Kom
NIK. 190302128

Uyock Anggoro Saputro, M.Kom
NIK. 190302419

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 27 Juni 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta,S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **El Rangga Garibaldi Rahman**
NIM : **18.12.0834**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Penerapan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic Sebagai Video Promosi Brand Lokal Pada Channel Youtube Infobrandlocal

Dosen Pembimbing : **Uyock Anggoro Saputro, 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, 8 Juli 2022

Yang Menyatakan,



El Rangga Garibaldi Rahman

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah Swt. atas rida Nya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah **“PENERAPAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI VIDEO PROMOSI BRAND LOKAL PADA CHANNEL YOUTUBE INFOBRANDLOCAL”**

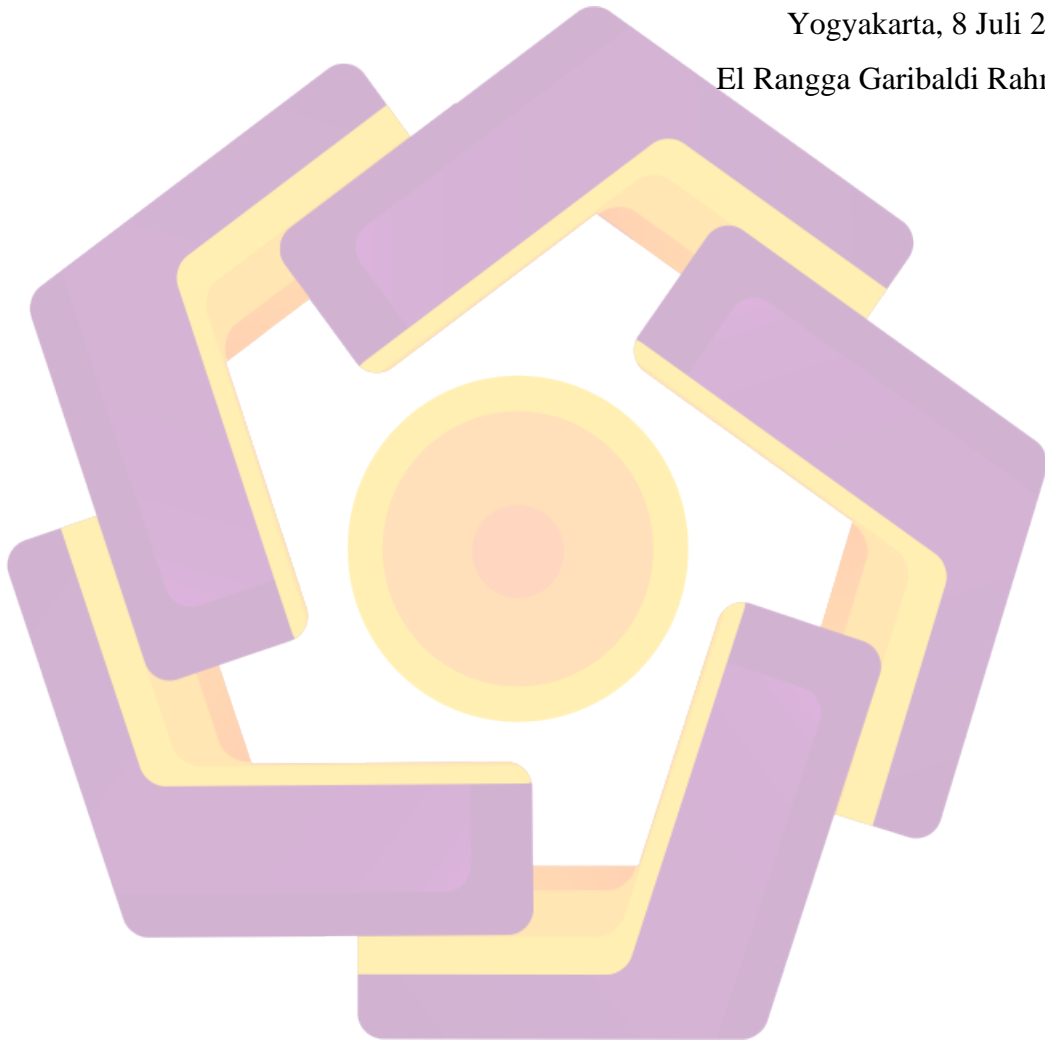
Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan persyaratan dalam menyelesaikan Program Strata-I Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Tidak dapat disangkal dalam penyelesaian skripsi ini membutuhkan usaha yang keras. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto , MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Uyock Anggoro Saputro, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan serta bimbingan positif dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak / Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membekali penulis dengan beberapa disiplin ilmu yang berguna.
4. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa/I 18-S1 Sistem Informasi-05, yang telah banyak berdiskusi dengan penulis dalam masa pendidikan.

Penulis menyadari, skripsi ini masih banyak kekurangan. Karena itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati, semoga keberadaan skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan kita.

Yogyakarta, 8 Juli 2022

El Rangga Garibaldi Rahman



DAFTAR ISI

PENERAPAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI VIDEO PROMOSI BRAND LOKAL PADA CHANNEL YOUTUBE INFOBRANDLOCAL	i
PENERAPAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI VIDEO PROMOSI BRAND LOKAL PADA CHANNEL YOUTUBE INFOBRANDLOCAL	ii
HALAMANJUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENERAPAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI VIDEO PROMOSI BRAND LOKAL PADA CHANNEL YOUTUBE INFOBRANDLOCAL	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PENERAPAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI VIDEO PROMOSI BRAND LOKAL PADA CHANNEL YOUTUBE INFOBRANDLOCAL	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI.....	xv
Abstract	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	6

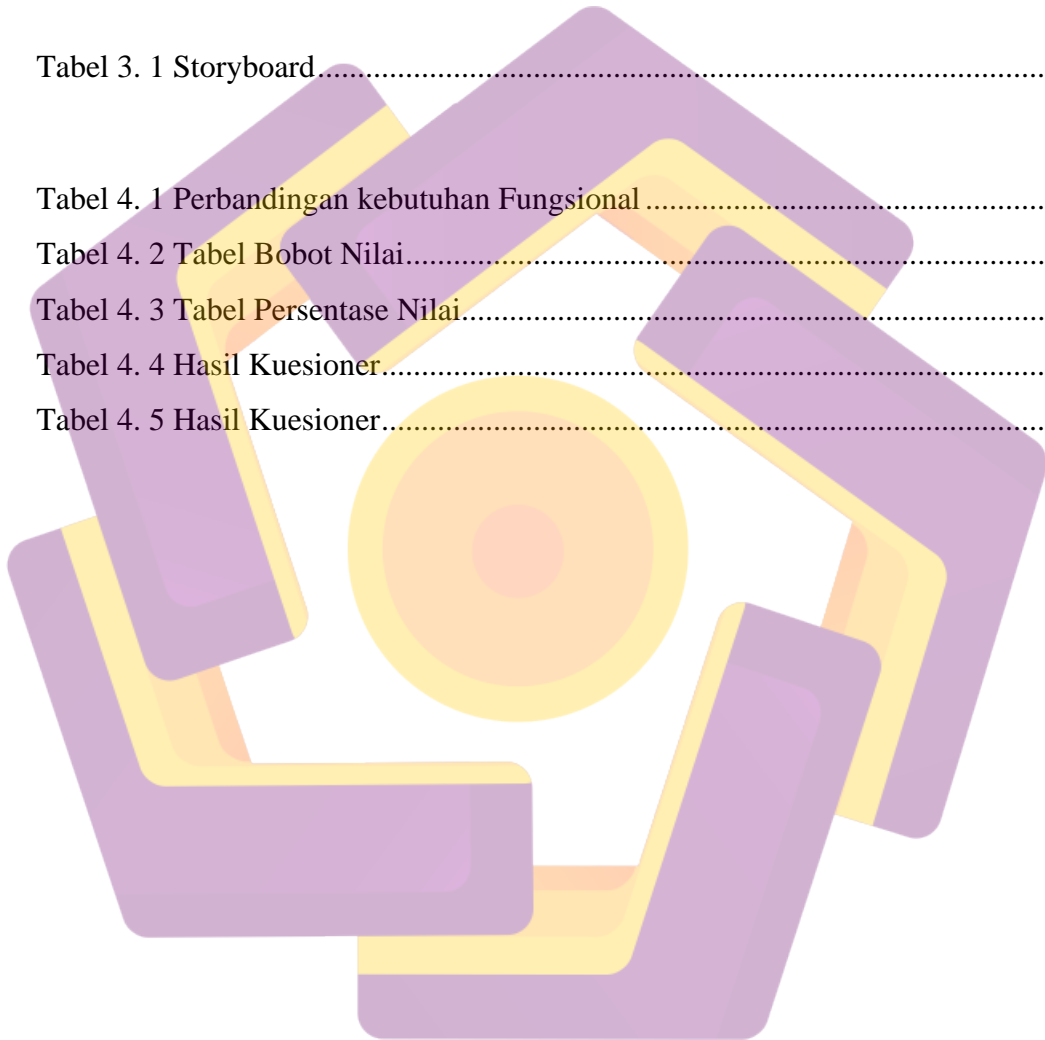
1.6.2 Metode Analisis	6
1.6.3 Metode Perancangan.....	7
1.6.4 Metode Evaluasi	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	10
2.2.1 Pengertian Multimedia.....	10
2.2.2 Element Multimedia	10
2.2.3 Jenis Jenis Multimedia.....	12
2.3 Konsep Dasar Video.....	13
2.3.1 Definisi Video.....	13
2.3.2 Standar Video	13
2.3.3 Spesifikasi Video	14
2.3.4 Format Video	15
2.4 Teknik Live Shoot.....	16
2.4.1 Definisi Live Shoot.....	16
2.4.2 Types of Shoot.....	17
2.5 Teknik Motion Graphic	19
2.5.1 Definisi Motion Graphic.....	19
2.6 Media Promosi	20
2.6.1 Defisini Media	20
2.6.2 Promosi	20
2.6.3 Tujuan Promosi.....	21
2.6.4 Jenis Jenis Promosi	22
2.6.5 Strategi Promosi di Era Digital.....	25
2.7 Analisis Swot.....	26
2.8 Metode Perancangan	28
2.9 Metode Testing	28
2.9.1 Skala Likert.....	28
2.9.2 Rumus Persentase Skala Likert	29
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	32

3.1 Tinjauan Umum.....	32
3.1.1 Profil Infobrandlocal.....	32
3.1.2 VIsi dan Misi Infobrandlocal.....	32
3.1.3 Logo Infobrandlocal	33
3.1.4 Sejarah Infobrandlocal.....	33
3.2 Pengumpulan Data	34
3.2.1 Observasi	34
3.2.2 Wawancara.....	36
3.3 Analisis Masalah	37
3.3.1 SWOT	37
3.4 Analisis Kebutuhan	40
3.4.1 Analisis Kebutuhan Fungsional.....	40
3.4.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	41
3.5 Pra produksi.....	42
3.5.1 Ide dan Konsep	42
3.5.2 Penulisan Naskah.....	43
3.5.3 Storyboard.....	46
3.5.4 Pengumpulan Aset.....	53
3.5.5 Spesifikasi Video	53
3.6 Kusioner Faktor Informasi	53
3.6.1 Daftar pertanyaan kusioner Faktor Informasi.....	54
3.7 Kuesioner Faktor Tampilan Video.....	54
3.7.1 Daftar pertanyaan kusioner Faktor Tampilan Video.....	54
BAB IV	56
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Produksi.....	56
4.1.1 Pengambilan Gambar.....	56
4.1.2 Pembuatan Motion Graphic	58
4.2 Pasca Produksi.....	59
4.2.1 Compositing.....	59
4.2.2 Editing.....	65
4.3 Evaluasi	74

4.3.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional Hasil Akhir	74
4.4 Kuisisioner Faktor Informasi	76
4.4.1 Daftar Pertanyaan	76
4.4.2 Tujuan pertanyaan.....	77
4.5 Kuisisioner Faktor Tampilan Video.....	77
4.5.1 Daftar pertanyaan.....	77
4.5.2 Tujuan pertanyaan.....	78
4.6 Implementasi	78
4.6.2 Hasil Implementasi	82
4.7 Metode Testing.....	86
4.7.1 Hasil Kuesioner Faktor Informasi.....	86
4.7.2 Hasil Kuesioner Faktor Tampilan Video	88
BAB V.....	90
PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	90
Daftar Pustaka	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Rekomendasi youtube.....	14
Tabel 2. 2 Evaluasi Skala Likert.....	29
Tabel 2. 3 Persentase Nilai.....	30
Tabel 3. 1 Storyboard.....	46
Tabel 4. 1 Perbandingan kebutuhan Fungsional.....	74
Tabel 4. 2 Tabel Bobot Nilai.....	86
Tabel 4. 3 Tabel Persentase Nilai.....	87
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner.....	87
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner.....	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram @Infobrandlocal.id	2
Gambar 1. 2 Youtube dari infobrandlocal	2
Gambar 1. 3 Data Insight Instagram Infobrandlocal	4
Gambar 2. 1 Lima Element Multimedia	11
Gambar 3. 1 Logo Infobrandlocal.....	33
Gambar 3. 2Pembuka video infobrandlocal.....	35
Gambar 3. 3 Detail sepatu.....	36
Gambar 3. 4 Informasi instagram infobrandlocal.....	36
Gambar 4. 2 Pengambilan gambar Medium Shoot.....	57
Gambar 4. 3 Pengambilan gambar Close Up.....	57
Gambar 4. 4 logo berwarna putih	58
Gambar 4. 5 Logo dengan Warna Asli	59
Gambar 4. 6 Membuat Composition.....	60
Gambar 4. 7 Import File Foto	60
Gambar 4. 8 Import foto kedalam komposisi	61
Gambar 4. 9 Menyusun komposisi foto.....	61
Gambar 4. 10 Membuat Null Object.....	62
Gambar 4. 11 Mengatur posisi gambar.....	62
Gambar 4. 12 Membuat Komposisi baru.....	63
Gambar 4. 13 Memasukan logo putih.....	63
Gambar 4. 14 Animasi Logo.....	64
Gambar 4. 15 Masking.....	64
Gambar 4. 16 Rander video	65
Gambar 4. 17 Squence baru	66
Gambar 4. 18 Import video	66
Gambar 4. 19 Mengatur timeline	67
Gambar 4. 20 Mengatur volume backsound	67

Gambar 4. 21 Pemotongan Klip.....	68
Gambar 4. 22Tambah tulisan	69
Gambar 4. 23 Animasi tulisan	70
Gambar 4. 24 Import file animasi	71
Gambar 4. 25 Tombol +	71
Gambar 4. 26 Mogrt.....	72
Gambar 4. 27 Input animasi Call out.....	72
Gambar 4. 28 Edit Animasi Call Out.....	73
Gambar 4. 29 Export setting	74
Gambar 4. 30 Promosikan postingan	79
Gambar 4. 31 Ganti tombol tindakan.....	80
Gambar 4. 32 Anggaran dan durasi	81
Gambar 4. 33Tinjauan iklan.....	81
Gambar 4. 34 Hasil insight	82
Gambar 4. 35 Insight Views	84
Gambar 4. 36 Insight Reach.....	84
Gambar 4. 37 Insight Engagment	84
Gambar 4. 38 Insight views	85
Gambar 4. 39 Insight Reach.....	85
Gambar 4. 40 Insight Engagement.....	86

INTISARI

Perkembangan dunia teknologi informasi sekarang yang sangat pesat, memunculkan banyak media dan cara untuk melakukan promosi produk, baik barang ataupun jasa dari sebuah bisnis ataupun perusahaan. Infobrandlocal adalah salah satu Media Content Creator yang bergerak dibidang Edukasi dan promosi khusus Produk lokal. Dalam melakukan edukasi dan promosi infobrandlocal saat ini menggunakan media instagram dengan konten foto, grafis dan beberapa konten video termasuk review produk tetapi video review tersebut terbilang singkat dan kurang mendalam karena berdurasi sekitar satu menit.

Untuk menjangkau jangkauan yang lebih luas dan video *review* produk yang lebih mendalam, infobrandlocal memanfaatkan media sosial yaitu youtube. Dalam pembuatan video youtube membuat dan merancang video *review* produk lokal kepada followers infobrandlocal dan khalayak umum, untuk memberi informasi produk lokal yang di *review*. diperlukan teknik live shoot untuk mengambil gambar dan menambahkan motion graphic.

Berdasarkan data pada youtube infobrandlocal. Video review produk aerostreet x swallofootwear berhasil menambah jangkauan youtube infobrandlocal.

Kata kunci: Live shoot, Motion Graphic, youtube, Instagram

Abstract

The development of the world of information technology is now very rapid, giving rise to many media and ways to promote products, both goods and services from a business or company. Infobrandlocal is one of the Media Content Creators engaged in education and special promotion of local products. In conducting education and promotion of local infobrand, currently using Instagram media with photo content, graphics and some video content including product reviews, but the video review is fairly short and less in-depth because it lasts about one minute.

To reach a wider reach and review, infobrandlocal utilizes social media, namely YouTube. In making YouTube videos, making and designing video reviews of local products for local infobrand followers and the general public, to provide information on local products being reviewed. Live shoot technique is needed to take pictures and add motion graphics.

Based on data on youtube infobrandlocal. The aerostreet x swallofootwear product review video has succeeded in increasing the reach of infobrandlocal youtube.

Keyword: Live shoot, Motion Graphic, youtube, Instagram