

**PENERAPAN MOTION GRAPHIC DAN
LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DON COFFEE**

SKRIPSI



disusun oleh

Faisal Rifqi

15.12.8617

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

**PENERAPAN MOTION GRAPHIC DAN
LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DON COFFEE**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Faisal Rifqi

15.12.8617

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENERAPAN MOTION GRAPHIC DAN
LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DON COFFEE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Faisal Rifqi

15.12.8617

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 6 Juli 2022

Bernadhed, M.Kom

NIK. 190302243

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENERAPAN MOTION GRAPHIC DAN
LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DON COFFEE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Faisal Rifqi
15.12.8617

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Juli 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

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

Uyock Anggoro Saputro, M.Kom
NIK. 190302163

Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 25 Agustus 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya 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 atas 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, 2 Agustus 2022



Faisal Rifqi
NIM. 15.12.8617

MOTTO

“NIAT DAN KOMITMEN”



PERSEMBAHAN

Yang Utama Dari Segalanya....

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang sudah selalu mendampingi saya dalam proses mengerjakan skripsi ini, yang memperlancar dan permudah saya dalam berjalannya proses pengerjaan skripsi ini.

Kedua Orang Tua

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga saya persembahkan karya penelitian ini kepada Ibu saya yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, cinta kasih setiap harinya dan selalu menyelipkan nama saya dalam do'a setiap harinya. Selalu mendukung saya dalam segala sesuatu yang saya lakukan. Semoga saya dapat meringankan semua beban yang sudah ditanggung oleh Beliau selama ini.

Teman semua

Terimakasih teruntuk teman-teman semua yang sudah mendukung dalam penyelesaian penelitian ini baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam penyelesaian penelitian ini tentunya ada dorongan-dorongan dari teman seperti "Skripsi sampai mana?", "Kapan nyusul?", "Ayo cepet selesaikan" dan lain-lain, dimana kata-kata tersebut bisa menyerang mental jika tidak kuat. Selain itu, saya ucapkan rasa terimakasih yang sangat besar kepada teman-teman yang sudah membantu secara langsung dalam pengerjaan penelitian ini seperti Agung, Arman, Hengky, Yudhi, Zulmi dan Budi. Saya sangat beruntung dan bangga bisa mengenal kalian semua.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENERAPAN MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA PROMOSI DON COFFEE”.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata 1 Universitas Amikom Yogyakarta. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Muhammad Aini dan Ibu Qamariah
2. Bapak Bernadhed, M.Kom. selaku dosen pembimbing.
3. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Teman-teman 15 S1SI 04.

Terakhir semoga segala bantuan yang telah diberikan, support, dan lain lain senantiasa diberikan kelancaran dalam hal apapun, diberikan kesehatan dan selalu dilindungi Tuhan Yang Maha Esa. Sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat umum.

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.7 Pengumpulan Data	4
1. Metode Observasi	4
2. Metode Wawancara	4
3. Metode Studi Pustaka	4
4. Metode Analisis	5
1.8 Metode Perancangan	5
1.9 Sistemika Penulisan.....	5
BAB I PENDAHULUAN	6

BAB II LANDASAN TEORI	6
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN.....	6
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	6
BAB V PENUTUP.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Konsep Dasar Multimedia	12
2.1.2 Pengertian Multimedia	12
2.1.3 Elemen-Elemen Multimedia.....	13
2.1.4 Konsep Dasar Promosi	18
2.1.5 Pengertian Promosi.....	18
2.1.6 Jenis Promosi.....	18
2.1.7 Media Promosi.....	22
2.1.8 Peranan Multimedia dalam Bidang Promosi	23
2.1.9 Konsep Dasar Video	24
2.1.10 Pengertian Video	24
2.1.11 Jenis-jenis Video.....	25
2.1.12 Video Analog.....	25
2.1.13 Video Digital	25
2.1.14 Live Shoot	26
2.1.15 Teknik Pergerakan Kamera	32
1. Panning (Pan).....	32
2. Tilting.....	32
3. Tracking (Dolly)	32
4. Zooming.....	33
5. Pedestal (Crane).....	33
6. CRAB.....	33

7.	ARC	33
2.1.16	Motion Graphic.....	33
2.1.17	Analisis SWOT.....	34
2.1.18	Kekuatan (Strenghts)	35
2.1.19	Kelemahan (Weakness)	35
2.1.20	Peluang (Oppurtunities).....	35
2.1.21	Ancaman (Threat).....	35
2.1.22	Analisis Kebutuhan Sistem.....	37
2.1.23	Kebutuhan Fungsional	38
2.1.24	Kebutuhan Non Fungsional	38
2.1.25	Perancangan Video Iklan.....	38
2.1.26	Pra-Produksi	38
2.1.27	Produksi.....	40
2.1.28	Pasca Produksi.....	42
2.1.29	Evaluasi	43
2.1.30	Skala likert.....	43
2.1.31	Rumus Presentase Skala Likert	44
	BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	47
3.1	Tinjauan Umum	47
3.1.1	Deskripsi Singkat Don Coffee Magelang.....	47
2.1.32	Gambar 3. 1 Logo Don Coffee Mertoyudan.....	48
3.1.2	Visi dan Misi	48
3.2	Pengumpulan Data	48
3.2.1	Metode Wawancara.....	48
3.2.2	Metode Observasi.....	51
3.3	Analisis Masalah	51
3.3.1	Mengidentifikasi Masalah	51
3.3.2	Penyelesain Masalah	51
3.3.3	Analisis Swot	52
3.3.4	Kelemahan Media Lama	55

3.3.2 Solusi yang Ditawarkan	56
3.3.3 Solusi yang Dipilih.....	56
3.4 Analisis Kebutuhan	57
3.4.3 Kebutuhan Fungsional.....	57
3.4.4 Kebutuhan Non Fungsional.....	58
3.4.2.1 Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware).....	58
3.5 Pra Produksi	60
3.5.3 Penulisan Naskah	60
3.4.2 Storyboard	62
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1.1 Pembahasan.....	67
4.1.1.1 Alur Produksi	67
4.1.2 Produksi	68
4.1.2.1 Pemilihan Spot dan Menyiapkan Perlengkapan yang Digunakan	68
4.1.2.2 Kamera	68
4.1.2.3 Memory Card	69
4.1.2.4 Microphone	69
4.1.3 Pengambilan Gambar	69
4.1.3.1 Capturing.....	76
4.2 Pasca produksi.....	78
4.2.1 Editing	79
4.2.2 Pembuatan Motion Graphic.....	79
4.2.3 Editing	84
4.2.4 Rendering	86
4.2.5 Sound	88
4.3 Implementasi dan Evaluasi.....	88
4.3.1 Implementasi	88
4.3.2 Evaluasi	90
2.1.33 Tabel 4. 2 Daftar Kuisisioner Video Iklan DON Coffees.....	91
4.3.2.1 Kesimpulan Kuisisioner	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97

5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99

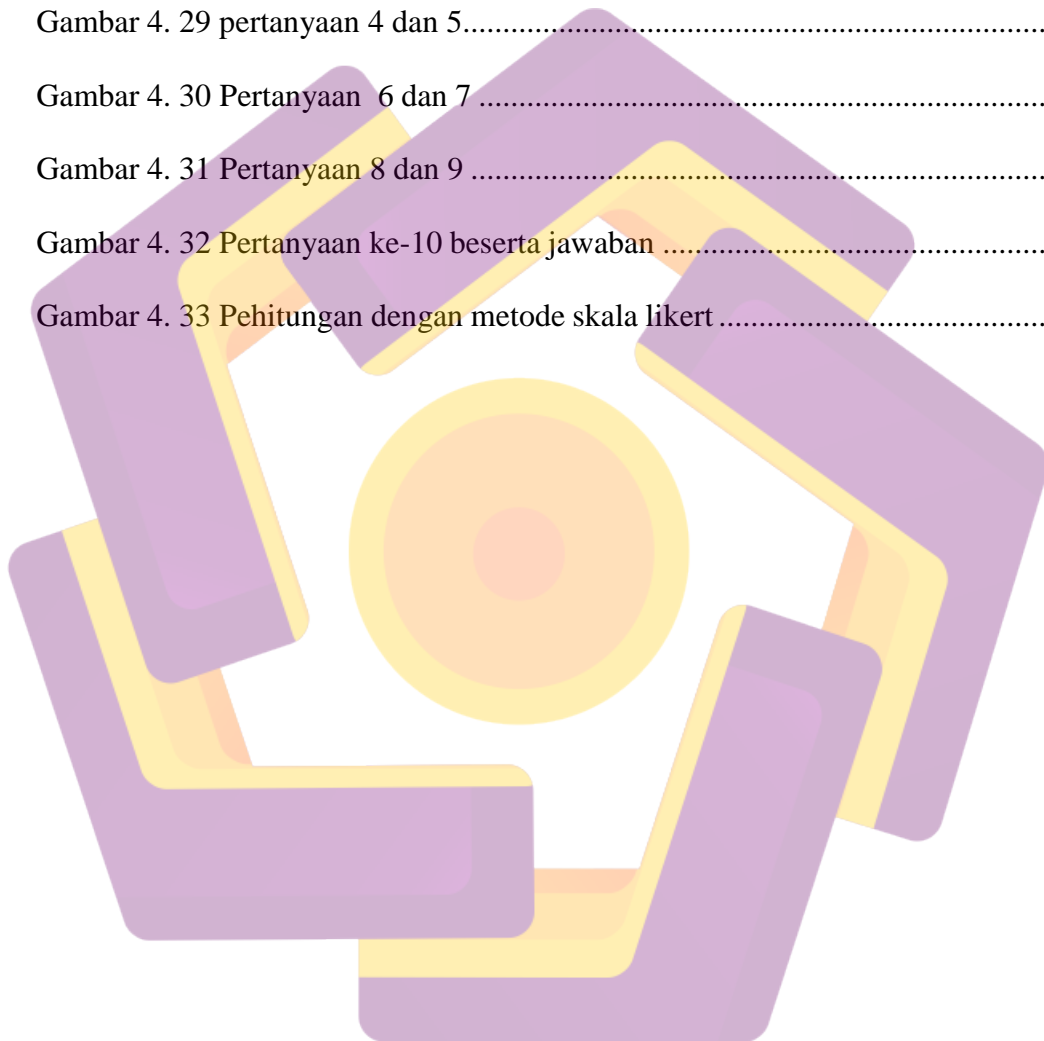


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Element Multimedia.....	13
Gambar 2. 2 (Text) Sumber : Janie dobney, 2022.....	14
Gambar 2. 3 (Image) Sumber : Ray Amaari, 2022	15
Gambar 2. 4 (Audio) Sumber : Freepik.com.....	16
Gambar 2. 5 (Video) Sumber : Subpng.com.....	16
Gambar 2. 6 (Animasi) Sumber : Mockups.space, 2022.....	17
Gambar 2. 7 Periklanan (Advertising) Sumber : Ateriet.com.....	19
Gambar 2. 8 Penjualan Tatap Muka(Personal Selling).....	20
Gambar 2. 9 Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	21
Gambar 2. 10 Publisititas (Publisy) Sumber : Freepik.com.....	22
Gambar 2. 11 Extreme Long Shot.....	27
Gambar 2. 12 Long Shot.....	28
Gambar 2. 13 Medium long shot	29
Gambar 2. 14 Medium Shot Sumber : Unsplash.com.....	30
Gambar 2. 15 Close Up Sumber : Unsplash.com.....	30
Gambar 2. 16 Big Close Up Sumber : Unsplash.com.....	31
Gambar 2. 17 Extreame Close Up Sumber : Unsplash.com.....	31
Gambar 2. 18 Contoh Storyboard Sumber : idseducation.com.....	40
Gambar 2. 19 Contoh Gambar Design Graphic	41
Gambar 4. 1 Alur Produksi	68
Gambar 4. 2 Sony A6300.....	69

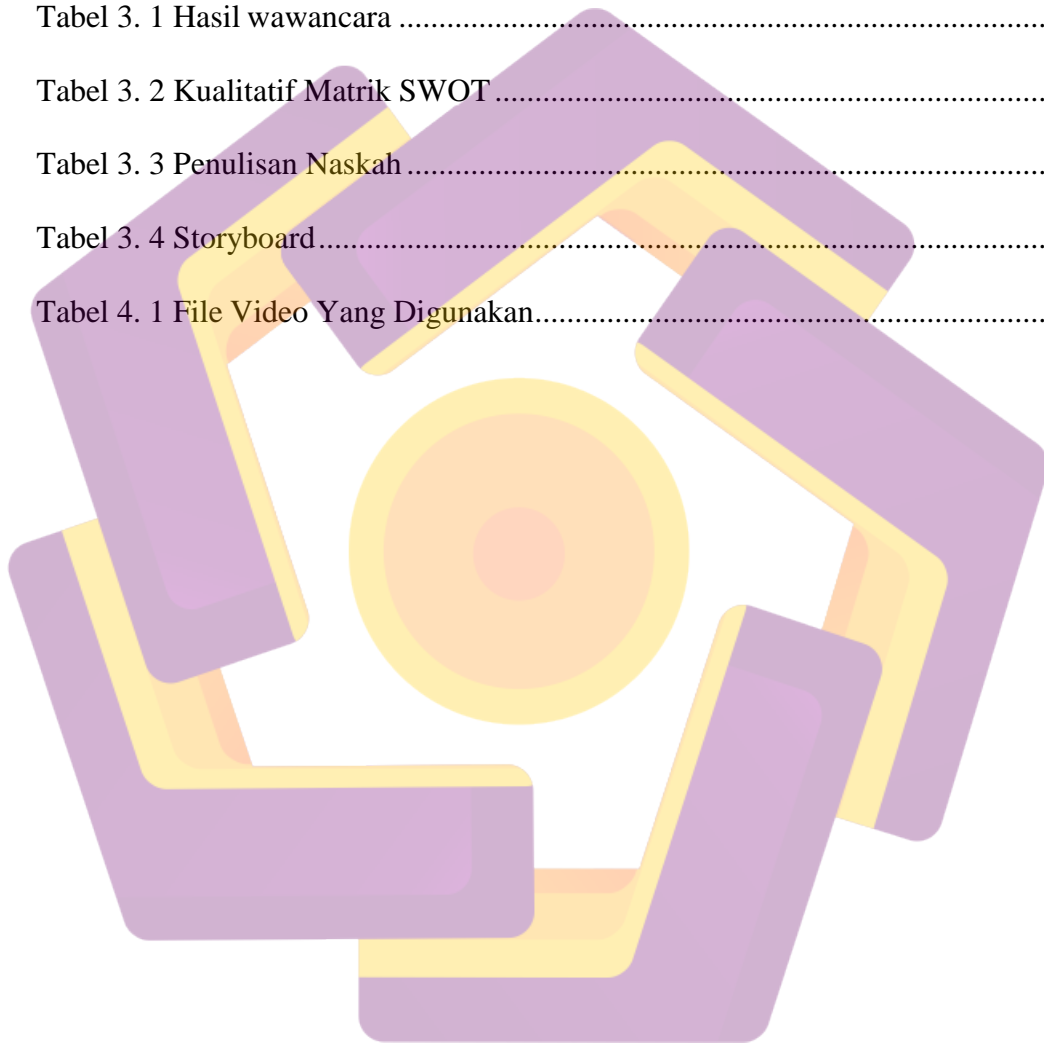
Gambar 4. 3 Menampilkan Logo Don Coffe	70
Gambar 4. 4 Menampilkan suasana Cafe Don Coffe	71
Gambar 4. 5 Menampilkan daftar menu	71
Gambar 4. 6 Menampilkan Footage ketel	72
Gambar 4. 7 Menampilkan footage pembuatan kopi v60	73
Gambar 4. 8 Menampilkan multicamera.....	73
Gambar 4. 9 Menampilkan footage pembuatan Coffe Latte	74
Gambar 4. 10 Menampilkan footage hasil coffe v60	75
Gambar 4. 11Menampilkan footage hasil coffe v60	75
Gambar 4. 12 Menampilkan bumper closing	76
Gambar 4. 13 File hasil Capturing	77
Gambar 4. 14 Bagian Pasca Produksi video Iklan Don Coffe	79
Gambar 4. 15Import File.....	80
Gambar 4. 16Memasukkan File Kedalam Sequence.....	81
Gambar 4. 17Mengatur Urutan Footage	81
Gambar 4. 18 Scale	83
Gambar 4. 19 <i>Position</i>	84
Gambar 4. 20membuat project baru	85
Gambar 4. 21Memasukkan File Video	85
Gambar 4. 22Rendering	86
Gambar 4. 23menunjukkan settingan rendering dan dimanapenulismeletakkan hasil rendering video tersaebut.	87
Gambar 4. 24Rendering	87

Gambar 4. 25 Implement Video.....	88
Gambar 4. 26 Implement Video.....	92
Gambar 4. 27 pertanyaan 1 dan 2.....	93
Gambar 4. 28 pertanyaan 3	94
Gambar 4. 29 pertanyaan 4 dan 5.....	94
Gambar 4. 30 Pertanyaan 6 dan 7	95
Gambar 4. 31 Pertanyaan 8 dan 9	95
Gambar 4. 32 Pertanyaan ke-10 beserta jawaban	96
Gambar 4. 33 Pehitungan dengan metode skala likert	96



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	11
Tabel 2. 2 Tabel Matriks	37
Tabel 2. 3 Pengkategorian skor jawaban.....	45
Tabel 3. 1 Hasil wawancara	50
Tabel 3. 2 Kualitatif Matrik SWOT	53
Tabel 3. 3 Penulisan Naskah	60
Tabel 3. 4 Storyboard.....	62
Tabel 4. 1 File Video Yang Digunakan.....	78



INTISARI

DON Coffee. Maka dari itu promosi melalui video dengan penggabungan Teknik live shoot dan motion graphic diharapkan mampu menambah daya tarik dan dapat membantu untuk mengenalkan DON Coffee kepada masyarakat yang lebih luas disegala segmen.[1] Motion Graphics merupakan penggabungan dari Seni Desain Graphics, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi untuk menyampaikan suatu pesan dan tujuan tertentu yang tidak bisa dilakukan oleh liveshoot. Penggunaan motion graphic ini sendiri dilakukan pada saat menunjukan varian kopi nusantara dengan cara penyajiannya, dan informasi mengenai alamat lokasi DON Coffe. Selain motion graphic penggunaan live shoot juga sangat diperlukan untuk menunjukan berbagai macam menu yang di sajikan.

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi
2. Metode wawancara
3. Metode studi pustaka
4. Metode analisis

Dengan menerapkan Motion Graphic dan Live Shoot mampu menjelaskan produk yang di promosikan pada DON Coffee yang ada dalam bentuk media

Kata Kunci: Media Informasi, Priklanan, Media Promosi, Don Coffee

ABSTRACT

DON coffee is a coffee shop located on Jl. Magelang – Yogya No. 520, Japunan, Danurejo, Kec. Mertoyudan, Magelang, Jawa Tengah 56172. DON Coffee present to serve a variety of Indonesian coffee at affordable prices and provide a comfortable place to stay. In building a business, especially in the culinary field today is not an easy thing, because more and more people or companies are interested in this field, making entrepreneurs in the culinary field must have a better marketing strategy.

To obtain the data needed in this study, the authors carried out several methods as follows:

- 1. Observation method*
- 2. Interview method*
- 3. Literature study method*
- 4. Analysis method*

By applying Motion Graphics and Live Shoots, The authors are able to explain the products that are being promoted at DON Coffee in the form of media

Keywords - Information Media, Advertising, Promotion Media, Mangente Coffe