

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA PRODUK KOPI SUSU LOTSEE  
DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT, MOTION GRAPHIC DAN TIME LAPSE.**

**SKRIPSI**



Disusun oleh

**Cessa Nomiko Laksana**

**15.12.8977**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA PRODUK KOPI SUSU LOTSEE  
DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT, MOTION GRAPHIC DAN TIME LAPSE.**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Cessa Nomiko Laksana  
15.12.8977**

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

## **PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA PRODUK KOPI  
SUSU LOTSEE DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT, MOTION GRAPHIC  
DAN TIME LAPSE.**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Cessa Nomiko Laksana**

**15.12.8977**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 20 Juni 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Agus Purwanto M.Kom.**

**NIK. 190302229**

## SKRIPSI

### PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA PRODUK KOPI SUSU LOTSEE DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT, MOTION GRAPHIC DAN TIME LAPSE.

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Cessa Nomiko Laksana**

15.12.8977

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 20 Juni 2022

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Anggit Dwi Hartanto, M.Kom**  
NIK. 190302163

**Ahlihi Masruro, M.Kom**  
NIK. 190302148

**Agus Purwanto, M.Kom**  
NIK. 190302229

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 20 Juni 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

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

## PERNYATAAN

### 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 di ajukan 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 di tulis atau di terbitkan oleh orang lain kecuali 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, 1 Agustus 2022



Cessa Nomiko Laksana

NIM 15.12.8977

## MOTTO

“ Biar kan Matahari terbit dari timur dan tenggelam di barat. Percaya dan selalu berjuang pada diri sendiri, untuk melihat sampai di titik mana kita bisa melewati rintangan, dan mencapai Finis ”

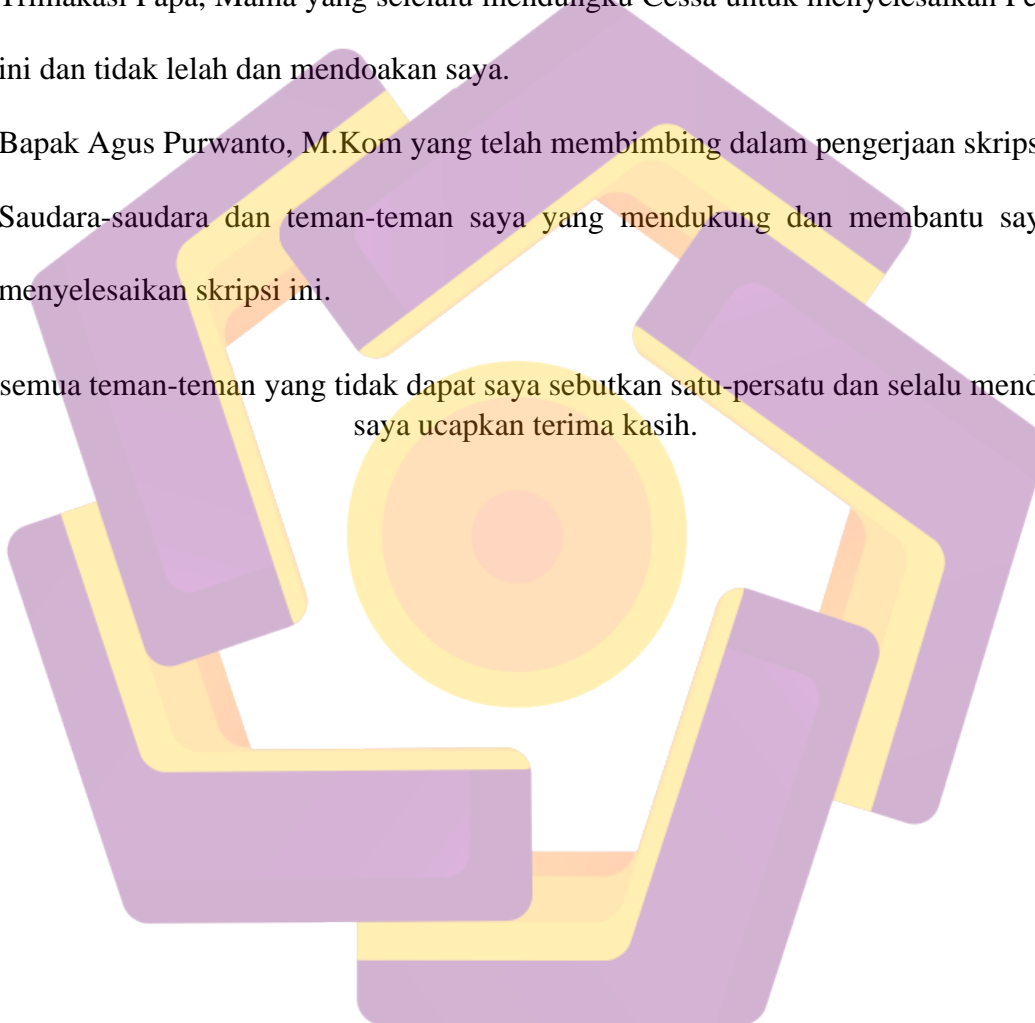


## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
2. Trimakasi Papa, Mama yang seelalu mendukungu Cessa untuk menyelesaikan Pendidikan ini dan tidak lelah dan mendoakan saya.
3. Bapak Agus Purwanto, M.Kom yang telah membimbing dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Saudara-saudara dan teman-teman saya yang mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dan semua teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu dan selalu mendukung saya ucapkan terima kasih.



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul “Perancangan dan pembuatan iklan pada produk kopi susu Lotsee dengan teknik LiveShot, Motion Graphic dan Time Lapse”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program Pendidikan S1 Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang proram Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer. Selama mengikuti Pendidikan Strata 1 Sistem Informasi sampai dengan proses penyelesaian Skripsi di Universitas Amikom Yogyakarta, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing penulis. Maka untuk itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Prof.Dr.M.Suyanto,MM selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Agus Purwanto, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan bagi penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama masa perkuliahan
5. Keluarga Besar penulis dan seluruh teman-teman seperjuangan S1 Sistem Informasi khususnya teman-teman 15-S1SI-09 yang telah memberikan semangat sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan.



Penulis menyadari, Skripsi ini masih banyak kelemahan dan kekurangan. Karena itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati, semoga keberadaan Skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan kita, khususnya tentang Pembuatan iklan produk .Terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

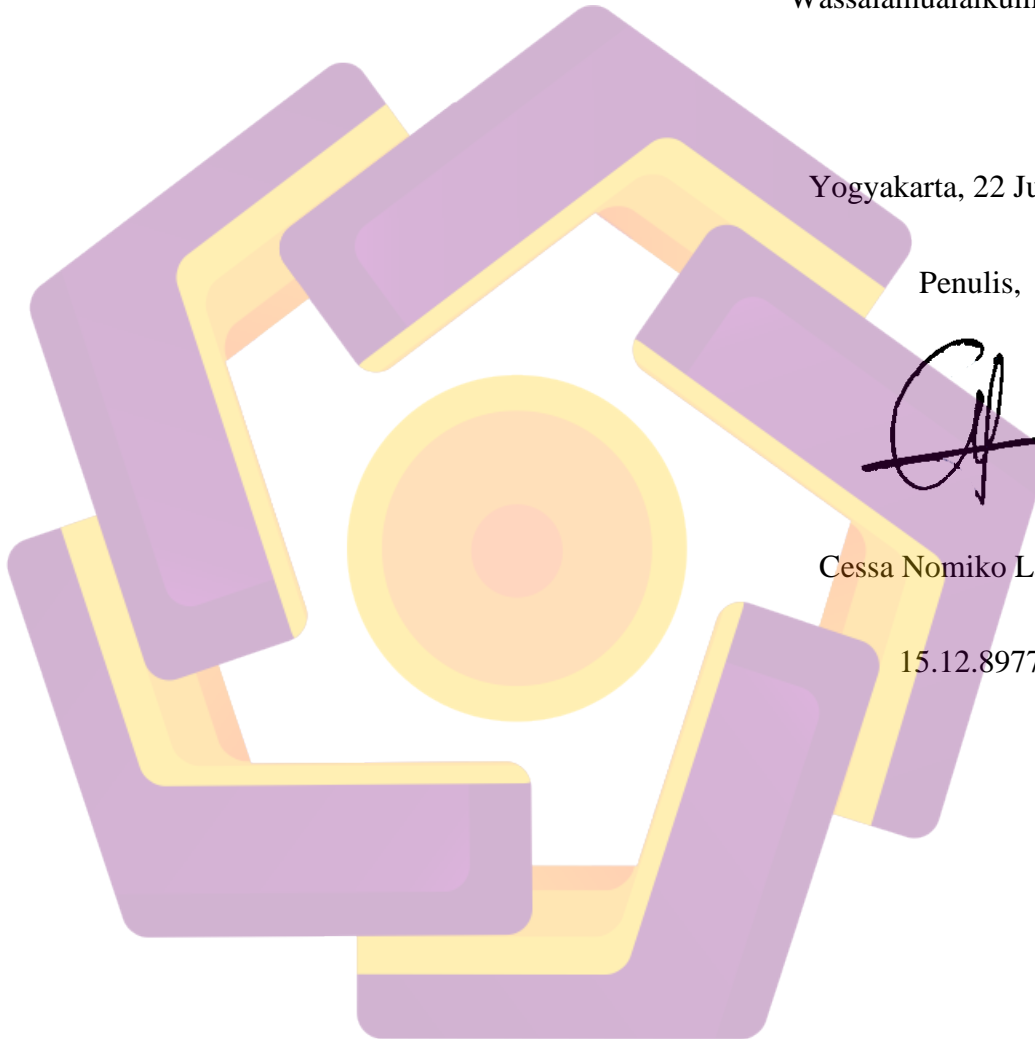
Yogyakarta, 22 Juli 2022

Penulis,



Cessa Nomiko Laksana

15.12.8977



## DAFTAR ISI

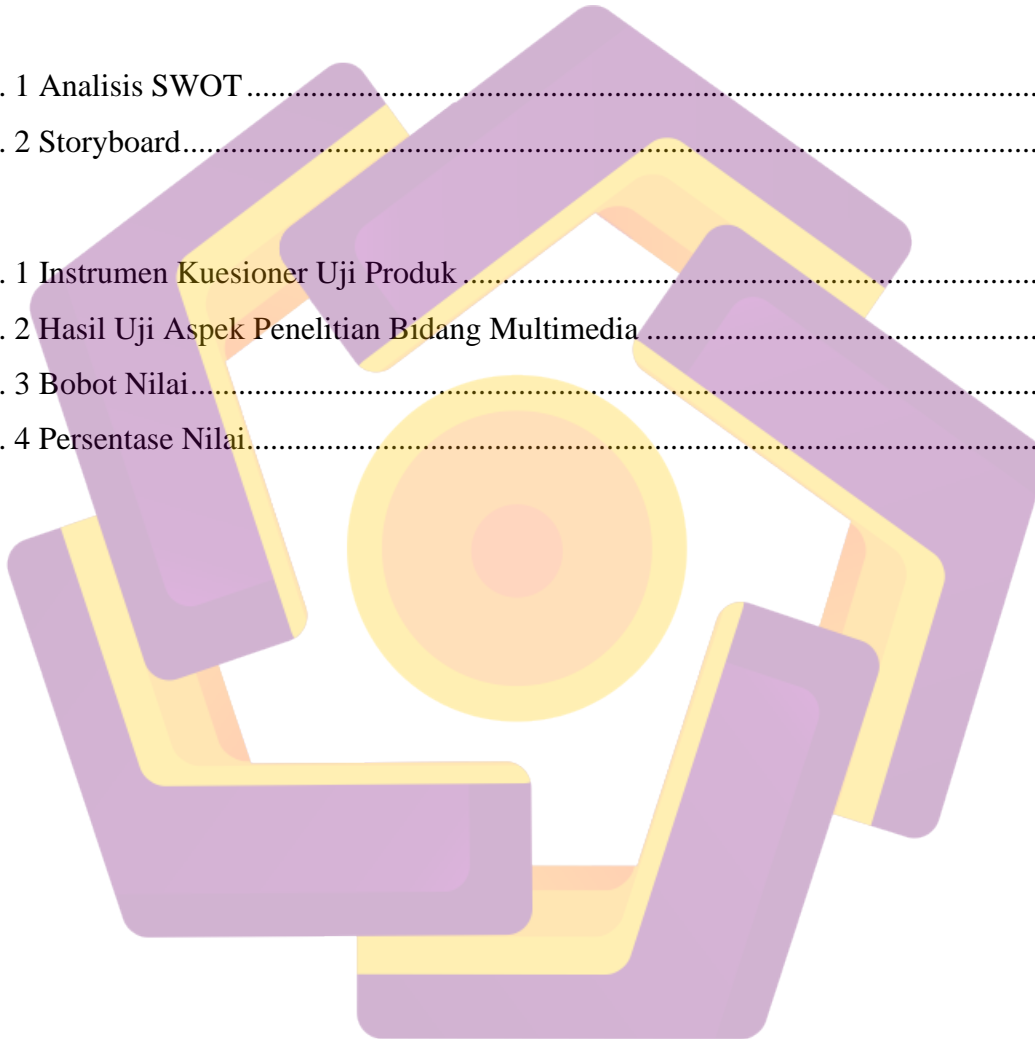
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6.2 Metode Analisis.....	4
1.6.3 Metode Perancangan.....	4
1.6.4 Pra Produksi.....	4
1.6.5 Produksi.....	5
1.6.6 Pasca Produksi.....	5
1.6.7 Evaluasi.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7

2.2	Definisi Grafis .....	7
2.3	Defisini Multimedia .....	8
2.3.1	Teks ( <i>Text</i> ) .....	8
2.3.2	Gambar ( <i>Image</i> ) .....	8
2.3.3	Bunyi ( <i>Sound</i> ) .....	9
2.3.4	Animasi ( <i>Animation</i> ) .....	9
2.3.5	Video .....	9
2.4	Definisi Iklan .....	9
2.5	Definisi <i>Time lapse</i> .....	10
2.6	Definisi <i>Live Shoot</i> .....	11
2.7	Definisi Motion Graphic .....	11
2.8	Sejarah <i>Motion Graphic</i> .....	13
2.9	Perancangan Iklan .....	13
2.9.1	Tahapan Produksi .....	14
2.9.2	Tahapan Pasca Produksi .....	15
2.10	Analisis .....	16
2.10.1	Analisis SWOT .....	16
2.10.2	Analisis Kebutuhan Sistem .....	18
2.11	Evaluasi .....	19
2.11.1	Skala Likert .....	19
2.11.2	Menentukan Interval .....	19
2.11.3	Rumus Presentase .....	20
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....		21
3.1	Deskripsi Objek .....	21
3.1.1	Struktur Organisasi .....	21
3.1.2	Logo .....	22
3.2	Pengumpulan Data .....	22
3.2.1	Wawancara .....	22
3.2.2	Observasi .....	23
3.3	Analisis Masalah .....	25
3.3.1	Analisis SWOT .....	25
3.3.2	Hasil Analisis .....	25

3.3.3	Strategi .....	27
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem .....	30
3.4.1	Kebutuhan Fungsional .....	30
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional .....	31
3.5	Tanap Pra-Produksi .....	32
3.5.1	Rancangan Konsep Iklan .....	32
3.5.2	Naskah.....	32
3.5.3	Storyboard.....	35
	<i>Very Wide Shot</i> .....	36
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>41</b>
4.1	Produksi .....	41
4.1.1	Produksi <i>Animasi (Motion Graphic)</i> .....	41
4.1.2	Produksi Gambar .....	43
4.1.3	Produksi <i>Time Lapse</i> .....	43
4.2	Pasca Produksi .....	46
4.2.1	Compositing.....	46
4.2.2	Editing.....	49
4.2.2.1	Penggabungan File.....	49
4.2.2.2	Color Grading.....	52
4.2.3	Rendering.....	53
4.3	Pengujian.....	54
4.4	Implementasi .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>59</b>
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>61</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Analisis SWOT .....	18
Tabel 2. 2 Skala likert .....	19
Tabel 2. 3 Pengkategorian Skor Jawaban .....	20
Tabel 3. 1 Analisis SWOT .....	28
Tabel 3. 2 Storyboard.....	35
Tabel 4. 1 Instrumen Kuesioner Uji Produk .....	55
Tabel 4. 2 Hasil Uji Aspek Penelitian Bidang Multimedia .....	56
Tabel 4. 3 Bobot Nilai.....	56
Tabel 4. 4 Persentase Nilai.....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi .....	21
Gambar 3. 2 Logo .....	22
Gambar 3. 3 Lotsee Coffee .....	23
Gambar 3. 4 Screenshot Dari Media iklan Lotsee Coffee .....	24
Gambar 3. 5 Screenshot dari Media Iklan Lotsee Coffee .....	24
Gambar 4. 1 New Document .....	41
Gambar 4. 2 Open file.....	42
Gambar 4. 3 Seleksi Aset.....	42
Gambar 4. 4 Export File.....	43
Gambar 4. 5 Stock Shoot .....	43
Gambar 4. 6 New file Time lapse .....	44
Gambar 4. 7 Import Foto .....	44
Gambar 4. 8 Tampilan Compositing.....	45
Gambar 4. 9 Export file .....	45
Gambar 4. 10 Render Video TimeLapse .....	45
Gambar 4. 11 After Effect New Projectf .....	46
Gambar 4. 12 After Effect Compositing Setting .....	47
Gambar 4. 13 Import After Effect.....	47
Gambar 4. 14 Motion Effect Mata Grinder .....	48
Gambar 4. 15 Animasi Grinder Kopi.....	49
Gambar 4. 16 Adobe Premiere New Project.....	50
Gambar 4. 17 Adobe Premiere Format Sequence.....	50
Gambar 4. 18 Adobe Premiere Import File Video.....	51
Gambar 4. 19 Adobe Premiere Menyusun Timeline .....	51
Gambar 4. 20 Adobe Premiere Adjustment Layer.....	52
Gambar 4. 21 Adobe Premiere Basic Correction.....	52
Gambar 4. 22 Adobe Premiere Color Grading .....	53
Gambar 4. 23 Export Media.....	53
Gambar 4. 24 Menyeting Rendering.....	54
Gambar 4. 25 Final Rendering.....	54

## INTISARI

Pembuatan Video Iklan ini menggunakan teknik *live shoot*, *motion graphic* dan *time lapse*. Dengan teknik ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan penyampaian informasi yang baik sehingga rencana dan tujuannya dapat tercapai. Lotsee Coffee dengan kebutuhannya dalam memperkenalkan produk kepada publik Penulis jadikan sebagai objek pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot*, *motion graphic*, dan *time lapse*. untuk memberikan informasi dalam bentuk teks, audio, dan visual dengan durasi 35 detik mengenai produk ciri khas dari Lotsee Coffee yaitu Kopi Susu Lotsee. *Live shoot* digunakan sebagai teknik pertama dalam pembuatan video iklan ini kemudian *time lapse* adalah teknik selanjutnya untuk pencapaian informasi khusus didalamnya selanjutnya *motion graphic* adalah teknik ke tiga dalam pembuatan video iklan Kopi Susu Lotsee untuk mendukung data dan informasi visual lebih lanjut.

Metode analisis yaitu menguraikan iklan untuk di identifikasikan dan di evaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan dalam konsep iklan tersebut. Metode analisis yang digunakan adalah metode SWOT (Straight, Weakness, Opportunity, Threat) yaitu dengan menganalisa apakah video itu layak atau tidak digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan video iklan produk Kopi Susu Lotsee. Evaluasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengukur hasil dari penelitian yaitu berupa video iklan apakah sesuai dengan tujuan yang direncanakan atau tidak, serta mengetahui kekurangan yang nantinya dijadikan sebagai saran untuk perbaikan dan pengembangan penelitian yang akan datang.

Pada tahapan implementasi yaitu tahap akhir dari penelitian ini, video iklan diserahkan kepada Lotsee Coffee. Video iklan ini akan di upload ke intragram Lotsee Coffee. Tujuan dari proses pengunggahan di instagram Lotsee Coffee ini adalah untuk menguji apakah video yang dibuat penulis secara teknis mampu dijalankan di media sosial tanpa melanggar hak cipta atau pelanggaran konten-konten lain. Penulis juga tidak menguji seberapa besar pengaruh video iklan produk Lotsee Coffee ini terhadap pasar ketika sudah upload pada Instagram . Sesuai dengan hasil uji kuesioner pada pembuatan video iklan produk kopi susu lotsee sebagai media promosi ini mendapatkan hasil sangat baik termasuk kategori Sangat Baik

**Kata Kunci** : Iklan Produk, Liveshoot, Motion Graphic dan Time Lapse.

## ABSTRAK

*Making this Advertising Video uses live shoot, motion graphics and time lapse techniques. With this technique is expected to meet the needs of good information delivery so that plans and objectives can be achieved. Lotsee Coffee with its need to introduce products to the public The author made it as the object of making video advertisements using live shoot, motion graphics, and time lapse techniques. to provide information in the form of text, audio, and visual with a duration of 35 seconds about Lotsee Coffee's signature product, Kopi Susu Lotsee. Live shoot is used as the first technique in making this advertising video, then time lapse is the next technique for achieving specific information, then motion graphics is the third technique in making Kopi Susu Lotsee advertising videos to support data and further visual information.*

*The method of analysis is to describe advertisements to be identified and evaluated for problems, opportunities, obstacles, and expected needs so that improvements can be proposed in the advertising concept. The analytical method used is the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) method, namely by analyzing whether the video is feasible or not to be used to find out the advantages and disadvantages of the Lotsee Kopi Susu product advertisement video. Evaluation is an activity carried out to measure the results of the research, namely in the form of video advertisements whether it is in accordance with the planned objectives or not, as well as knowing the shortcomings which will be used as suggestions for improvement and development of future research.*

*At the implementation stage, which is the final stage of this research, the video advertisement was submitted to Lotsee Coffee. This ad video will be uploaded to Lotsee Coffee's intragram. The purpose of the upload process on Lotsee Coffee's Instagram is to test whether the videos made by the author are technically capable of running on social media without violating copyright or other content violations. The author also did not test how much influence this video advertisement for Lotsee Coffee's products had on the market when it was uploaded to Instagram. In accordance with the results of the questionnaire test on making a lotsee milk coffee product advertisement video as a promotional media, it got very good results including the Very Good category.*

**Keywords :** *Product Advertising, Liveshoot, Motion Graphic and Time Lapse.*