

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SERUNI COFFEE & GUEST HOUSE  
SEBAGAI MEDIA IKLAN SOSIAL MEDIA MENGGUNAKAN TEKNIK  
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



**disusun oleh  
Yoga Pratama  
17.12.0195**

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

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SERUNI COFFEE & GUEST HOUSE  
SEBAGAI MEDIA IKLAN SOSIAL MEDIA MENGGUNAKAN TEKNIK  
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**



**disusun oleh  
Yoga Pratama  
17.12.0195**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SERUNI COFFEE & GUEST HOUSE  
SEBAGAI MEDIA IKLAN SOSIAL MEDIA MENGGUNAKAN TEKNIK  
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yoga Pratama  
17.12.0195**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 20 Januari 2021

**Dosen Pembimbing,**

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

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SERUNI COFFEE & GUEST HOUSE  
SEBAGAI MEDIA IKLAN SOSIAL MEDIA MENGGUNAKAN TEKNIK  
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yoga Pratama**

**17.12.0195**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 18 Januari 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Bernadhed, M.kom.**

**NIK : 190302243**

**Agus Fatkhurohman, M.Kom.**

**NIK : 190302249**

**Amir Fatah Sofyan, S.T., M.Kom.**

**NIK : 190302047**

**Tanda Tangan**

---

---

---

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 18 Januari 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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 25 Desember 2021



Yoga Pratama  
NIM. 17.12.0195

## MOTTO

*“Sometimes you find out what you are supposed to be doing by doing the things you are not supposed to be”*

*- Oprah Winfrey*

*“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang telah melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku. Dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”-*

*Umar bin Khattab*

*“Pikiran kuat membicarakan ide, pikiran rata-rata membicarakan peristiwa, pikiran lemah membicarakan orang.”*

*– Socrates*

*“Sebuah kata 'tidak' yang diucapkan dari keyakinan terdalam lebih baik daripada 'Ya' yang hanya diucapkan untuk menyenangkan, atau lebih buruknya, hanya untuk menghindari masalah.”*

*-Mahatma Gandhi*

*“Orang bijak berbicara karena mereka mempunyai sesuatu untuk dikatakan, orang bodoh berbicara karena mereka ingin mengatakan sesuatu.”*

*-Plato*

## PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada halaman persembahan ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada :

- Allah SWT yang telah memberikan rahmat berupa kesehatan, kekuatan, kesabaran, ketekunan, fokus, dan semangat sehingga seluruh rangkaian proses pengerjaan skripsi dapat berjalan dengan baik hingga skripsi ini selesai serta memperoleh hasil yang maksimal.
- Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- Bapak Bernadhed S.Kom.,M.Kom. selaku dosen pembimbing saya yang sudah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Ibu Bety wulan sari M.kom. selaku dosen wali saya yang selalu memberi pertimbangan, petunjuk dan nasehat kepada saya
- Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat bagi saya kedepannya
- Ayah dan ibu saya yang tidak bosan-bosannya memanjatkan do'a untuk keberhasilan saya.
- Keluarga besar 17-S1SI-03, yang selalu memberikan dukungan dan bantuan serta kerjasamanya.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah S.W.T, karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun dengan judul ***“PERANCANGAN VIDEO IKLAN SERUNI COFFEE & GUEST HOUSE SEBAGAI MEDIA IKLAN SOSIAL MEDIA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC”*** Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan di program Strata-1 Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Atas peran sertanya dalam membantu penyelesaian tugas akhir ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, S. Kom., M. Kom. selaku ketua jurusan Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Bernadhed S.Kom.,M.Kom. selaku dosen pembimbing saya yang sudah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh civitas akademik Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis mengikuti perkuliahan.
5. Keluarga dan teman – teman yang telah banyak memberikan pengalaman, motivasi dan kenangan.
6. Serta semua pihak yang telah membantu dan bekerja sama dalam pelaksanaan skripsi.

Yogyakarta, 29 Januari 2021



Yoga Pratama




## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.7 Sistematika Penelitian .....	7

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.2 Konsep Dasar Multimedia .....	11
2.2.1 Definisi Multimedia.....	11
2.2.2 Jenis-Jenis Multimedia .....	12
2.2.3 Elemen-Elemen Multimedia .....	12
2.3 Standar Video.....	16
2.4 Video Iklan.....	17
2.5 Pengertian Promosi.....	17
2.6 Media Sosial.....	18
2.7 Motion Graphic .....	19
2.8 Animasi.....	20
2.8.1 Pengertian Animasi.....	20
2.8.2 12 Prinsip Dasar Animasi .....	20
2.9 Teknik <i>Live Shoot</i> .....	24
2.10 Analisis SWOT .....	28
2.10.1 Strategi SWOT .....	30
2.10.2 Analisis Kebutuhan Sistem .....	31
2.11 Tahapan-Tahapan Produksi.....	32

2.11.1	Pra Produksi .....	32
2.11.2	Produksi .....	33
2.11.3	Pasca Produksi.....	34
2.12	Evaluasi .....	34
2.12.1	Sejarah Skala Likert.....	34
2.12.2	Skala Likert .....	34
2.12.3	Rumusan Presentase Skala Likert .....	35
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>37</b>
3.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	37
3.1.1	Sejarah Seruni Coffee .....	37
3.1.2	Visi dan Misi Seruni Coffee.....	37
3.1.3	Logo Seruni Coffee .....	38
3.2	Pengumpulan Data .....	38
3.2.1	Wawancara.....	38
3.2.2	Observasi.....	39
3.2.3	Pengamatan secara langsung.....	39
3.2.4	Media Sosial.....	40
3.3	Analisis .....	40
3.3.1	Analisis SWOT.....	40

3.3.2	Kelemahan dari Media Lama .....	43
3.3.3	Solusi yang Ditawarkan .....	43
3.3.4	Kesimpulan .....	43
3.4	Analisis Kebutuhan .....	43
3.4.1	Kebutuhan Fungsional .....	43
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional .....	44
3.5	Pra Produksi .....	46
3.5.1	Perancangan Ide dan Konsep .....	46
3.5.2	Perancangan Naskah .....	47
3.5.3	Perancangan Storyboard .....	48
3.5.4	Perancangan Jadwal .....	50
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>51</b>
4.1	Produksi .....	51
4.1.1	Pengambilan Gambar .....	51
4.1.2	Pembuatan Animasi .....	53
4.1.3	Perekaman Narasi .....	56
4.2	Pasca Produksi .....	59
4.2.1	Compositing .....	59
4.2.2	Editing .....	61



4.2.3	Rendering .....	63
4.3	Evaluasi.....	65
4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir .....	65
4.3.2	Kuisisioner Faktot Informasi .....	67
4.4	Implementasi.....	71
4.4.1	Publish Media Online .....	71
4.4.2	Upload Instagram .....	73
4.4.3	Penyerahan ke Pihak Seruni Coffee .....	74
	<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
5.1	Kesimpulan .....	75
5.2	Saran .....	76
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Label 2. 1. Perbandingan Video Profil Tinjauan Pustaka.....	10
Label 2. 2. Strategi SWOT .....	30
Label 2. 3. Evaluasi Skala Likert .....	35
Label 2. 4. Presentase Skala Likert .....	36
Label 3. 1. Analisis SWOT .....	41
Label 3. 2. Kebutuhan hardware .....	44
Label 3. 3. Kebutuhan software .....	45
Label 3. 4. Kebutuhan brainware .....	45
Label 3. 5. Storyboard .....	48
Label 3. 6. Jadwal pengambilan video.....	50
Label 4. 1. Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir .....	66
Label 4. 2. Tabel Kuisisioner Faktor Informasi.....	68
Label 4. 3. Tabel Bobot Nilai.....	69
Label 4. 4. Tabel Presentase Nilai .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Elemen-elemen multimedia .....	12
Gambar 2. 2. Jarak rambat suara .....	15
Gambar 2. 3. Squash and Strecth .....	20
Gambar 2. 4. Anticipation.....	21
Gambar 2. 5. Staging .....	21
Gambar 2. 6. Straight Ahead and Pose to Pose.....	22
Gambar 2. 7. Follow Through and Overlapping Action.....	23
Gambar 2. 8. Arch .....	23
Gambar 2. 9. Solid Drawing .....	24
Gambar 2. 10. Extreme Close Up.....	25
Gambar 2. 11. Big Close Up.....	25
Gambar 2. 12. Close Up.....	26
Gambar 2. 13 Medium. Close Up.....	26
Gambar 2. 14. Medium Shoot.....	27
Gambar 2. 15. Long Shoot.....	27
Gambar 2. 16. Extreme Long Shoot.....	28
Gambar 2. 17. Storyboard.....	33
Gambar 3. 1. Logo Seruni Coffee .....	38
Gambar 3. 2. Area depan Seruni Coffee .....	39
Gambar 3. 3. Instagram Seruni Coffee .....	40
Gambar 4. 1 Pengambilan Gambar depan Seruni Coffee .....	51

Gambar 4. 2 Pengambilan Gambar <i>bahan dan alat pembuatan coffee</i> .....	52
Gambar 4. 3 Pengambilan Gambar Di Tempat Seruni coffee .....	52
Gambar 4. 4 Pengambilan Gambar di Luar Seruni coffee.....	53
Gambar 4. 5. Compositing Setting .....	54
Gambar 4. 6. Pembuatan layer .....	54
Gambar 4. 7. Pembuatan title.....	55
Gambar 4. 8. Pengaturan scale .....	55
Gambar 4. 9. Pembuatan outline .....	56
Gambar 4. 10. Import file FL Studio .....	56
Gambar 4. 11. Melakukan normalize pada audio.....	57
Gambar 4. 12. Setelah proses normalize pada audio.....	57
Gambar 4. 13. Proses menghilangkan noise pada audio .....	58
Gambar 4. 14. Mengexport audio yang telah di hilangkan noise.....	58
Gambar 4. 15. Sequence setting .....	60
Gambar 4. 16. Import Video .....	60
Gambar 4. 17. Proses compositing .....	61
Gambar 4. 18. Proses pemotongan klip .....	62
Gambar 4. 19. Clip speed / Duration.....	62
Gambar 4. 20. Penyesuaian audio dengan klip .....	63
Gambar 4. 21. Export media .....	64
Gambar 4. 22. Export setting .....	64
Gambar 4. 23. Proses rendering .....	65



Gambar 4. 24. Penayangan video pada Instagram Kopi Dari Hati Petung.....72

Gambar 4. 25. Upload Instagram .....73

Gambar 4. 26. Penyerahan ke Pihak Seruni Coffee .....74



## INTISARI

Media promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image/perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi paling tua adalah mulut ke mulut. Media ini memang efektif, tetapi kurang efisien karena kecepatan dan ketepatan penyampaian kurang bisa diukur dan diperkirakan. Semakin berkembangnya teknologi berkembang juga media promosi dalam bentuk video profil

Untuk mengatasi hal tersebut, penulis akan membuat media promosi dalam bentuk video profil dengan menggunakan teknik Motion graphic teknik dan teknik live shoot ini sangat menarik dan inovatif sehingga mempunyai daya tarik tersendiri bagi yang melihatnya.

Video profil akan di bagikan berbagai sosial media seperti instagram dan youtube yang dimasa sekarang sosial media menjadi peluang baru sebagai sarana dalam mempromosikan suatu hal yang baru.

**Kata kunci : Media promosi, Video iklan, Teknik Motion Graphic, Teknik Live Shoot**



## ABSTRACT

*Promotion media is a tool to communicate a product / service / image / company or others to be better known by the wider community. The oldest promotional media is word of mouth. This media is indeed effective, but less efficient because the speed and accuracy of delivery can not be measured and estimated. The development of technology also develops promotional media in the form of profile videos.*

*To overcome this, the author will create promotional media in the form of profile videos using motion graphic techniques and live shoot techniques. These are very interesting and innovative so that they have a special attraction for those who see them.*

*Profile videos will be shared on various social media such as Instagram and YouTube, which are now becoming new opportunities as a means of promoting something new.*

***Keywords: promotional media, video profile, motion graphic technique, live shoot technique***

