

Video Sinematik Menggunakan Liveshoot dan Motion Graphic pada Atas Dasar Senang Coffee Street

Mohamad Ahlun¹, Nuri Cahyono^{2*}

^{1,2}Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi S1 Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta, Sleman, Indonesia

Author Email: mohamad.ahlun@students.amikom.ac.id¹, nuricahyono@amikom.ac.id^{2*}

Abstrak. Dalam bisnis tentunya sangat penting untuk menggunakan media promosi sebagai informasi yang efektif kepada konsumen sehingga menarik minat kepada konsumen untuk membeli produk yang di jual, Atas Dasar Senang (ADS) coffee street adalah UMKM yang berdiri sejak juni 2024. ADS street coffe berada di Daerah Istimewa Yogyakarta tepatnya berada di sisi selatan Embung Tambakboyo, condongcatur,sleman. ADS street coffee memiliki ciri khas yang unik dimana kopi di racik di atas motor, dengan suasana embung tambakboyo yang asri dan nikmatnya kopi dari ADS street coffee menjadikan salah satu pilihan untuk menikmati kopi di sore hari yang indah. ADS street coffee membutuhkan sebuah media promosi berupa video sinematik yang berguna untuk mengenalkan tempat dan produk dari ADS street Coffee lebih luas kepada masyarakat sekitar untuk dapat bersaing dengan pesaing seperti pebisnis lain di daerah sekitar. Video sinematik dengan implementasi Teknik liveshoot dapat menangkap tempat dan produk yang di tawarkan lebih inovatif dan menarik serta, impelementasi Teknik Motion Graphic dapat membantu informasi pengenalan produk dan lokasi tempat yang diberikan secara efektif dan fleksibel sehingga video sinematik menjadi lengkap dan dapat meningkatkan kualitas promosi.

Kata kunci: Liveshoot, motion graphic, sinematik, street coffee

1. PENDAHULUAN

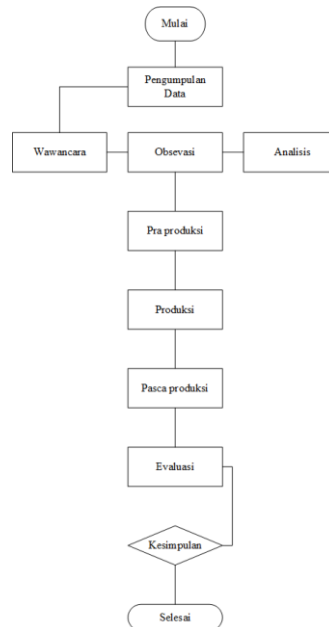
Pemilik Atas Dasar Senang Coffee Street menginginkan media promosi berupa video promosi seperti video sinematik di social media mereka di Instagram dengan implementasi live shoot dan motion graphic agar bisa bersaing dengan bisnis lain, namun terbatasnya sumberdaya mereka kurang mampu bersaing dengan pesaing mereka, terbatasnya sumberdaya manusia video promosi atau iklan tersebut sulit untuk di realisasikan. Atas Dasar Senang menginginkan Video promosi sebagai media untuk menarik pelanggan datang ke lapak dari ADS street coffee[1][2]. Anak anak muda menjadi tujuan utama pada tempat dan produk ADS yang di tawarkan. Dengan permasalahan seperti itu, penulis tertarik membuat video iklan untuk Atas Dasar Senang coffee street dengan menggunakan live shoot serta menyajikan laporan skripsi yang berjudul “Video Sinematik menggunakan Teknik Live shoot dan Motion Graphic pada Atas Dasar Senang Coffe street” video iklan akan menyesuaikan dengan kebutuhan dan ketentuan ADS street Coffee serta syarat ketentuan Instagram[3][4].

2. METODOLOGI

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, peneliti melakukan pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi dan analisis swot[5]. Wawancara adalah metode yang di gunakan untuk pengumpulan data, yang mana peneliti mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari seseorang atau sasaran dalam penelitian atau berbincang dengan tatap muka bersama orang tersebut, jadi data akan diperoleh langsung dari responden yang membantu dalam metode observasi[6][7]. Analisis SWOT merupakan identifikasi sistematis berbagai faktor untuk membangun strategis bisnis. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), sekaligus meminimalisir kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini di dasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif memaksimalkan kekuatan beserta peluang yang ada, sekaligus meminimalisir kelemahan dan ancaman. Jika dilakukan dengan benar, asumsi sederhana ini akan berdampak besar pada perancangan strategi yang sukses dan analisis lingkungan bisnis akan memberikan informasi yang di perlukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam bisnis dan usaha[8][9] Observasi menurut John W. Cresswell adalah aktifitas terhadap suatu proses pada objek yang bertujuan untuk pengumpulan data yang di lakukan langsung oleh peneliti dengan mengamati secara mendetail terhadap objek penelitian dan lingkunganya dalam kancanah riset[10].

2.1 Alur Penelitian

Berikut ini merupakan gambaran alur penelitian dari video sinematik yang akan di buat



Gambar 1. Alur Penelitian

Pada gambar 1 dapat di lihat alur penelitian yang di mana alur penelitian di mulai dengan pengumpulan data, wawancara, observasi, analisis, pra produksi, produksi, pasca produksi, evaluasi[9]. Dalam tahapan wawancara penulis melakukan wawancara dengan Gorgius gonda sebagai pihak pengelola dan pemilik dari Atas Dasar Senang coffe street untuk mendapatkan informasi terkait usaha-usaha dan tujuan pembuatan video sinematik tersebut[11] dalam tahapan observasi penulis mengamati lokasi yang akan di gunakan untuk pengambilan video sinematik dan juga mengumpulkan data berupa akun media online, ulasan, dan lokasi yang strategis[12]


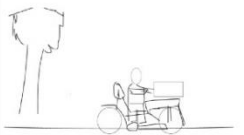
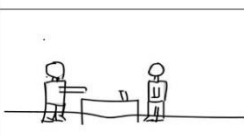
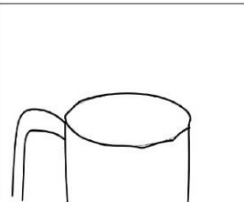
3. HASIL DAN DISKUSI

Hasil dan pembahasan dalam tahap ini penulis membahas pengembangan dari video sinematik pada Atas Dasar Senang coffee street. Perancangan ini membutuhkan sebuah strategi yang menarik dan memunculkan suatu pemikiran yang dapat menentukan langkah yang benar, supaya dapat tepat sasaran dalam menyampaikan pesan yang terdapat pada video sinematik yang akan dibuat dengan menggunakan tahapan berikut ini

- a. pra produksi untuk menyiapkan penulisan naskah dan storyboard
- b. produksi dalam tahap ini melakukan pengambilan gambar
- c. pasca produksi melakukan editing dan rendering
- d. evaluasi menggunakan perhitungan skala likert

3.1 Pra Produksi

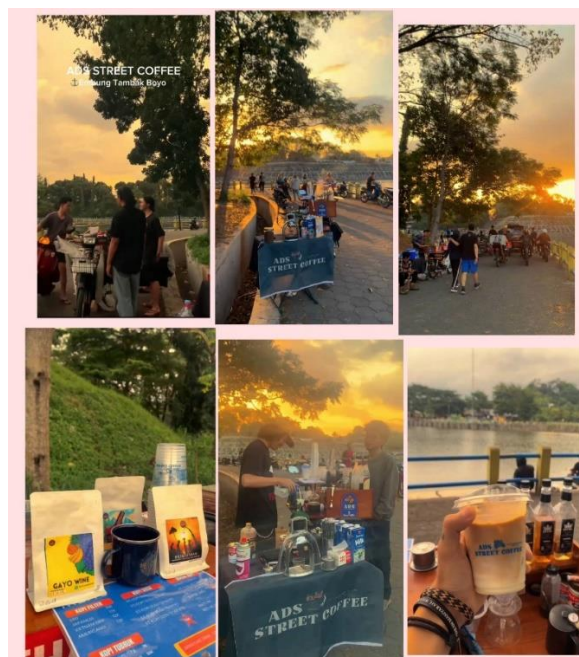
Dalam tahapan pra produksi penulis melakukan perancangan naskah dan storyboard seperti di bawah ini:

Scene	Keterangan
	<p>Action: intro logo dari ads street coffee Menampilkan lapak dari ADS street coffe dan talent membeli minuman</p> <p>Naskah: "kalo kalian lagi di daerah condong catur dan main ke tambak boyo jangan lupa mampir di ADS ini"</p> <p>Kamera: Eye level medium shot</p> <p>Durasi: 00:00 – 00:09 detik</p>
	<p>Action: Menampilkan lapak dan dagangan dari ADS street coffee</p> <p>Naskah: "Jadi ADS ini jualan kopi di atas motor sebagai ciri khususnya, ads ini menyediakan kopi dan juga non kopi mulai dari 10ribu – 15ribu sudah bisa mendapatkan minuman yang nikmat loh".</p> <p>Kamera: medium shot dan close up</p> <p>Durasi: 00:09 – 00:18</p>
	<p>Action: Menampilkan pemilik ADS yang meracik minuman, menerima pesanan dari konsumen lalu melihatkan sisi tambak boyo yang ramai pengunjung.</p> <p>Naskah: ADS ini mulai buka dari jam 4 sore hingga jam 7 malam</p> <p>Kamera: eye level, medium shot</p> <p>Durasi: 00:19-00:28</p>
	<p>Action: menampilkan minuman yang siap di sajikan untuk konsumen.</p> <p>Naskah: dengan view embung tambak boyo kita bisa menikmati kopi di bawah pohon ini jadi tunggu apalagi buruan ngopi di ads.</p> <p>Kamera: eye level, close up</p> <p>Durasi: 00:28 – 00:36</p>

Gambar 2. Storyboard

3.2 Produksi

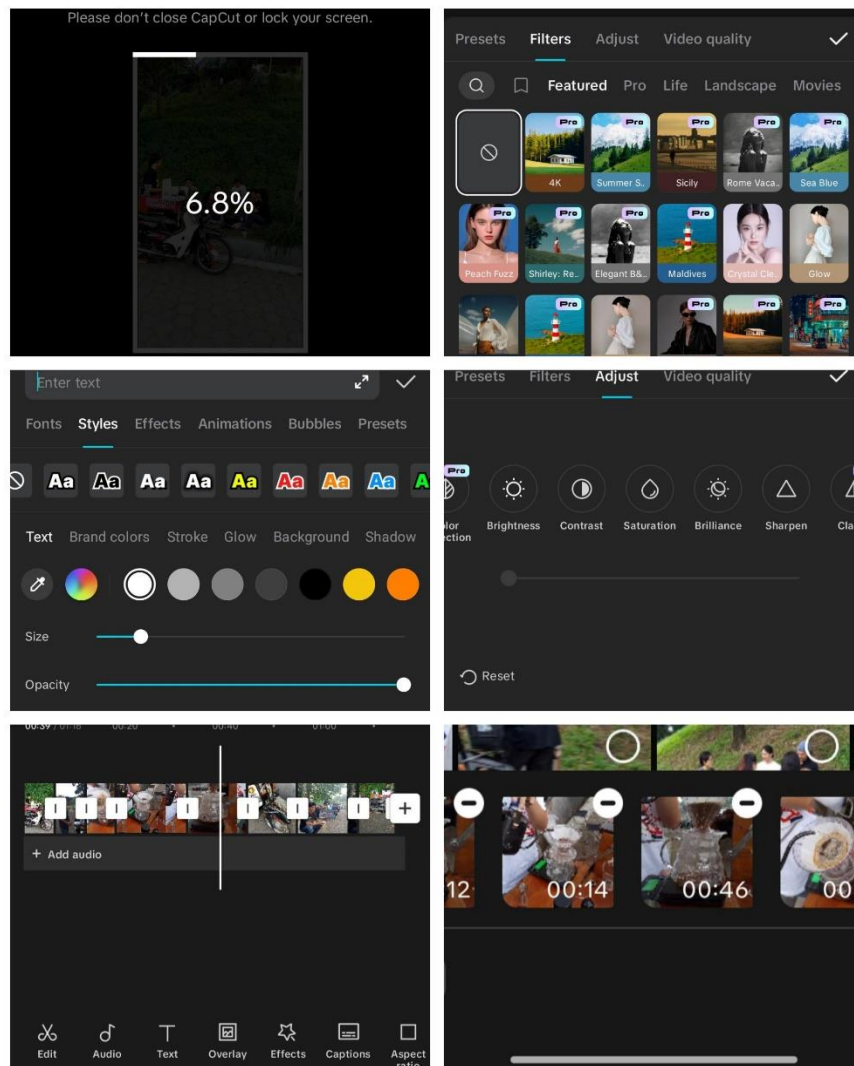
Tahap produksi merupakan tahapan dari kelanjutan dari pembuatan video sinematik yang bertujuan untuk promosi yang sesuai daengan rancangan storyboard, kegiatan dalam tahap ini adalah proses pengambilan gambar. Proses pengambilan gambar dilaksanakan pada tanggal 31 Januari 2025, yang berlokasi pada sisi selatan Embung tambak boyo, Condongcatur, Kabupaten sleman, DIY Yogyakarta proses pengambilan gambar ini menggunakan kamera handphone selluler Redmi 13 berikut adalah pengambilan gambar berdasarkan storyboard[13].



Gambar 3. Pengambilan Gambar

3.3 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahapan yang dilakukan setelah tahap produksi pada tahap ini terdapat beberapa kegiatan seperti editing dan rendering. editing adalah proses menyusun, memotong dan mengatur semua file gambar, teks, audio dan video hasil dari pengambilan gambar dari tahapan produksi menjadi sebuah video sinematik yang bertujuan untuk sarana promosi, dalam proses editing penulis menggunakan software capcut mobile apk versi 14.0.0. Rendering merupakan proses dari hasil penggabungan editan untuk menjadi sebuah video. Proses rendering video sinematik sebagai sarana promosi pada ads street coffe menggunakan format mp4, resolusi 1080 p, frame rate 30 fps dan ratio 9:16 dengan total durasi selama 36 detik dan estimasi ukuran 227 Mb.[14]



Gambar 4. Editing dan Rendering

3.4 Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan kegiatan evaluasi pada hasil video dilakukan setelah tahap pasca produksi telah selesai. Tahap evaluasi bertujuan untuk menilai layak atau tidaknya video sinematik bertujuan promosi untuk ditayangkan dan sesuai atau tidak dengan tahap analisa. Penulis menyebarkan kuisioner kepada konsumen dan masyarakat khususnya daerah istimewa Yogyakarta. Berikut ini adalah data yang diperoleh melalui pertanyaan dari kuisioner yang di bagikan sebelumnya [15].

Tabel 1. Kuisisioner Penghitungan Skala Likert

Point	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Nilai
5	28	23	23	27	23	27	27	23	201
4	10	18	26	21	18	25	24	18	160
3	14	11	3	2	4	0	1	8	43
2	0	0	0	2	7	0	0	3	12
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rata-rata									1,798

Pada tabel 1 setelah melalui perhitungan sesuai rumus skala likert, didapatkan seluruh nilai skor 1798 dari setiap pertanyaannya, kemudian jika di totalkan jumlahnya maka mendapatkan nilai skor sebesar 86%



Gambar 5. Evaluasi Kelayakan

Menurut perhitungan atau skala likert hasil yang di peroleh pada gambar di atas. Hasil yang di dapatkan mendekati nilai sangat baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kuisisioner dan jumlah responden yang diperoleh dari hasil perhitungan menggunakan pengukuran skala likert mencapai perhitungan sejumlah 86 %, dan hasil tersebut telah mencapai skor yang ideal berarti sangat baik.

Referensi

- [1] A. Tejawati, I. Indrajit, M. Taruk, and Z. Arifin, "Penerapan Motion Graphic Pada Video Promosi Wisata Pantai Panrita Lopi," vol. 8, no. 2, pp. 154–163, 2024.
- [2] A. Yulandina, C. Antoni, and A. Firmanda, "Optimalisasi Unsur Live Shoot Dan Motion Graphic Untuk Promosi Digital Lembaga Paud," *J. Digit. Educ. Commun. Arts*, vol. 1, no. 1, pp. 1–19, 2018, doi: 10.30871/deca.v1i1.588.
- [3] N. Cahyono and R. Bagus Candrahutomo, "Pengujian Animasi Motion Graphic Save the Planet Dengan Metode Alpha Dan Beta Testing," *JATI (Jurnal Mhs. Tek. Inform.,* vol. 7, no. 1, pp. 145–150, 2023, doi: 10.36040/jati.v7i1.6147.
- [4] F. Fersellia, M. A. Nugroho, G. Z. Muflih, and F. Fachri, "Pembuatan Video Iklan menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic untuk Media Promosi di Instagram," vol. 6, no. 02, pp. 382–395, 2024.
- [5] M. A. D. Fakhir and N. Cahyono, "Analisis dan Implementasi Paid Traffic untuk Optimasi Pendapatan Google AdSense," vol. 1, no. 2, pp. 40–45, 2024.
- [6] R. Damayanti *et al.*, "Pengolahan Hasil Non-Test Angket , Observasi , Wawancara Dan Dokumenter," no. 3, 2024.
- [7] M. Rizal and M. A. Pahany, "PERANCANGAN ANIMASI MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI STMIK AKBA Abstraksi Tinjauan Pustaka".
- [8] F. N. D. Fatimah, *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia, 2016.

- [9] J. Jurnal and I. Mea, “ANALISIS SWOT PENGGUNAAN MEDIA ONLINE INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PROMOSI DI CAFE KOPIPAPI JAKARTA JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi),” vol. 6, no. 3, pp. 1802–1818, 2022.
- [10] J. W. Creswell and J. Creswell, *Research design*. Sage publications Thousand Oaks, CA, 2003.
- [11] M. R. Mahdy, “Pengembangan Video Iklan Menggunakan Metode Live Shoot Sebagai Sarana Promosi,” *Indones. J. Comput. Sci. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 26–30, 2023, doi: 10.59095/ijcsr.v2i1.17.
- [12] I. R. Yunita, A. D. Pritama, and R. Waluyo, “Implementasi Teknik Motion Graphics Pada Video Promosi Produk Homecare,” *Vis. Herit. J. Kreasi Seni dan Budaya*, vol. 4, no. 3, pp. 261–268, 2022.
- [13] A. Mustopa and A. Juraidi, “Perancangan Video Profile CV. Bumi Raya Sekata Berbasis Motion graphic,” *J. Autom. Comput. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 73–80, 2023.
- [14] S. Permadani, “Perancangan Video Iklan PT. Stream Gaming Sebagai Upaya Meningkatkan Esport di Kota Medan”.
- [15] L. S. Nugroho and R. D. Utomo, “Implementasi Teknik Live Shoot Pada Media Promosi Makanan Khas Banyumas,” *J. Multimed. Trend Technol.*, vol. 1, no. 2, pp. 37–46, 2022.