

Pembuatan Vidio Promosi Café Luminary Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic

Intan Gelar Nusa¹, Agusdi Syafrizal², Subhan Hartanto³

^{1,2,3} Teknologi Informasi, Teknik Informatika Multimediai, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 31 Januri 2026

Revisi Akhir: 01 March 2026

Diterbitkan Online: 01 April 2026

KATA KUNCI

Video Promosi, Live Shoot, Motion Graphic, Café Luminary, Pemasaran Digital.

Keywords:

Promotional video, live shoot, motion graphics, Café Luminary, digital marketing.

KORESPONDENSI

E-mail: iingelarnusa27@gmail.com

A B S T R A K

Café Luminary, yang terletak di Samarinda, mengusung konsep klasik dengan area indoor dan outdoor. Promosi café selama ini hanya mengandalkan Instagram dan komunikasi dari mulut ke mulut, sehingga kurang optimal dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk membuat video promosi dengan memanfaatkan teknik live shoot dan motion graphic. Teknik live shoot digunakan untuk menangkap suasana autentik café dan aktivitas pelanggan, sedangkan motion graphic menambahkan elemen visual dinamis agar informasi disampaikan dengan lebih menarik. Penelitian ini dilakukan melalui tiga tahap utama: pra-produksi (perancangan ide, penulisan skenario, dan storyboard), produksi (pengambilan video langsung dan pembuatan elemen grafis), dan pasca-produksi (penyuntingan video menggunakan CapCut). Video promosi berdurasi 1 menit 30 detik ini dipublikasikan melalui media sosial dan platform digital lainnya. Hasilnya menunjukkan bahwa kombinasi teknik ini efektif dalam meningkatkan daya tarik visual dan daya saing promosi. Video promosi yang dihasilkan diharapkan mampu memperkuat branding Café Luminary, meningkatkan kesadaran masyarakat, serta menarik lebih banyak pengunjung.

A B S T R A C T

Café Luminary, located in Samarinda, carries a classic concept with indoor and outdoor areas. The promotion of the café has so far only relied on Instagram and word-of-mouth communication, making it less optimal in reaching a wider audience. This research aims to create a promotional video by utilizing live shoot and motion graphic techniques. The live shoot technique is used to capture the authentic atmosphere of the café and customer activities, while motion graphics add dynamic visual elements to make the information more interesting. This research was conducted through three main stages: pre-production (idea design, screenwriting, and storyboarding), production (live shooting and creating graphic elements), and post-production (video editing using CapCut). The 1-minute 30-second promotional video was publicized through social media and other digital platforms. The results show that this combination of techniques is effective in increasing the visual appeal and competitiveness of the promotion. The resulting promotional video is expected to strengthen Café Luminary's branding, increase public awareness, and attract more visitors.

PENDAHULUAN

Kebiasaan duduk santai saat makan dan minum di Cafe telah menjadi bagian dari gaya hidup dan pergaulan di kalangan anak muda dan keluarga modern. Cafe sudah lama ada di kota-kota besar. Café dulunya dianggap sebagai tempat pergaulan mewah, tetapi sekarang lebih banyak dan memiliki pelanggan dari kelas menengah dan bawah. Bahasa Prancis mengambil kata "*Café*", yang secara harfiah berarti "kopi" (minuman).

Perkembangan yang cepat saat ini telah digunakan oleh berbagai jenis media, termasuk penggunaan internet sebagai alat pemasaran online. Peran media visual dalam mempromosikan bisnis semakin diakui karena konten visual memiliki daya tarik tinggi dan dapat menyampaikan pesan secara efektif dalam waktu singkat. Salah satu bentuk konten visual yang sangat efektif adalah video promosi, yang mampu memberikan gambaran lengkap tentang suatu bisnis, termasuk visi, misi, produk, dan nilai-nilai yang diusung.

Salah satu cafenya adalah Luminary yang terletak di Jalan Trikora, Handil Bakti Kecamatan Palaran, Kota Samarinda. Café ini didirikan oleh arif pramono pada tanggal 3 februari 2021. Café Luminary memiliki konsep yang klasik serta memiliki 2 lantai yang menyediakan pilihan tempat indoor dan outdoor. Café ini memiliki tiga karyawan dan buka dari jam 17.00 WITA hingga 00.00 WITA.

Permasalahan yang ditemukan pada promosi Cafe Luminary adalah dalam hal promosi yang hanya menggunakan Instagram. Selain itu, tidak ada video promosi tentang café Luminary yang menggambarkan suasana café, aktivitas dan interaksi pelanggan. Promosi langsung juga hanya mengandalkan komunikasi langsung dari mulut ke mulut dengan pelanggan. Kurangnya video promosi yang menampilkan suasana kafe, proses pembuatan menu yang menarik, serta interaksi pelanggan, menyebabkan Café Luminary kurang dikenal di kalangan masyarakat luas. Padahal, dengan video promosi yang menarik dan autentik, Café ini dapat meningkatkan daya tariknya, memperkuat *branding*, dan menjangkau audiens yang lebih luas melalui media sosial.

Berdasarkan penjelasan di atas maka tujuan tersebut dapat dicapai dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Teknik *live shoot* kamera memungkinkan pengambilan gambar langsung di lokasi, sehingga suasana café, aktivitas, dan interaksi pelanggan dapat ditampilkan dengan lebih nyata dan autentik. Sementara itu, *Motion graphic* menambahkan elemen visual yang dinamis dan kreatif, yang mampu menyampaikan informasi dengan lebih menarik dan mudah dipahami kepada calon pelanggan

TINJAUAN PUSTAKA

1. Multimedia

Menurut beberapa ahli, multimedia adalah kombinasi dari setidaknya dua jenis media input dan output. Media ini dapat mencakup animasi, video, teks, grafik, gambar, dan suara (musik, suara) (Cahya firdaus dkk., 2022)

2. Video

Istilah "video" berasal dari bahasa Latin, dari kata "*vidi*" atau "*visum*", yang berarti "melihat" atau "memiliki penglihatan." (Apriansyah dkk., 2020)

3. Video Promosi

Konsep "video promosi" umumnya didefinisikan sebagai konten pemasaran yang memanfaatkan media video untuk mempromosikan produk atau jasa kepada pelanggan secara menarik dan efektif. Seiring dengan perkembangan teknologi dan tren pemasaran yang semakin beragam dan kompleks, definisi ini telah berubah untuk memenuhi kebutuhan saat ini (Cahyadi dan Tangsi, 2023)

4. Cafe Luminary

Café Luminary adalah café yang terletak di Jalan Trikora, Handil Bakti Kecamatan Palaran, Kota Samarinda. Yang didirikan oleh arif pramono pada tanggal 3 februari 2021. Café Luminary memiliki konsep yang klasik serta memiliki 2 lantai yang menyediakan pilihan tempat indoor dan outdoor yang cocok untuk bersantai, tempat nongkrong atau sekedar menikmati waktu luang bersama keluarga, teman, saudara, pacar atau yang lain. Café Luminary memiliki tiga karyawan dan buka dari jam 17.00 WITA hingga 00.00 WITA.

5. Live Shoot

Pengambilan gambar bergerak secara langsung disebut "*live shoot*", dan juga disebut "*video shooting*", yang berarti pengambilan video yang diedit untuk meningkatkan kualitas gambar (Bernadhed dan Ihwanudin, 2021)

6. Motion Grafis

Motion Grafis adalah seni yang menggabungkan animasi grafis dengan efek visual. Motion grafis memadukan elemen desain dan animasi berbasis media visual, menyatukan bahasa film dengan desain grafis, serta melibatkan berbagai elemen seperti dua dimensi atau tiga dimensi (Wynni Safenthi, 2023)

7. Capcut

CapCut adalah aplikasi pengeditan video untuk Android yang dikembangkan oleh Bytedance Pte. Aplikasi ini menjadi salah satu yang paling populer di Play Store karena fitur-fitur lengkap dan kemampuannya dalam mengolah video. CapCut banyak digunakan oleh YouTuber karena memudahkan pengeditan berbagai jenis video. Meskipun biasanya digunakan untuk mengedit video film, CapCut juga dapat digunakan untuk membuat animasi digital yang mendukung kebutuhan pembelajaran online. Aplikasi ini dirancang agar pengguna dengan berbagai tingkat pengalaman dapat mengedit video dengan mudah dan menghasilkan konten berkualitas (Setyadi dkk., 2024)

8. Celtx

Perangkat lunak yang disebut Celtx digunakan dalam proses kreatif pra-produksi untuk menulis skenario dan naskah untuk film, dokumenter, profil perusahaan, dan naskah pertunjukan seni teater. Pada tampilan awalnya, Celtx menyediakan template untuk berbagai jenis skenario, termasuk film, visual audio, pertunjukan teater, *audioplay*, *storyboard*, buku komik, dan novel (Darmoyo, 2020)

9. Naskah

Rancangan ide dasar atau gagasan cerita yang ditulis dengan teliti untuk mempermudah proses editing disebut skrip (Desrianti dkk., 2020)

10. Storyboard

Storyboard merupakan rangkaian alat perencanaan visual yang digunakan untuk menyusun urutan adegan dalam sebuah cerita. Melalui *storyboard*, kita dapat memvisualisasikan setiap adegan, mulai dari komposisi gambar, desain visual, hingga elemen audio seperti suara dan musik. Selain itu, *storyboard* juga berfungsi untuk menentukan durasi setiap adegan dan memberikan keterangan tambahan untuk memudahkan proses produksi (Dewi dkk., 2022)

11. Dasar Editing

Proses pengeditan video mencakup pemilihan gambar dan klip video terbaik, menyusun alur cerita, menambahkan efek, grafik, dan musik, serta mengubah gaya dan suasana, dan ritme gambar. Tujuannya adalah untuk memberikan perspektif yang menarik pada hasil rekaman (Aryani dkk., 2022)

12. Skala Likert

Metode ini digunakan untuk mengukur pendapat responden dalam menilai fenomena yang dibahas. Skala Likert dirancang agar responden memberikan jawaban dalam bentuk tingkatan. Selanjutnya, nilai dari setiap

pernyataan akan dihitung berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden menggunakan rumus tertentu (Apyani dkk., 2024) :

$$\text{Nilai (\%)} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

Setelah nilai dari setiap pernyataan diperoleh, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk menentukan nilai akhir dengan menggunakan rumus:

$$\text{Nilai Akhir (\%)} = \frac{\sum(\text{Persentase Nilai})}{\text{Jumlah Pernyataan}}$$

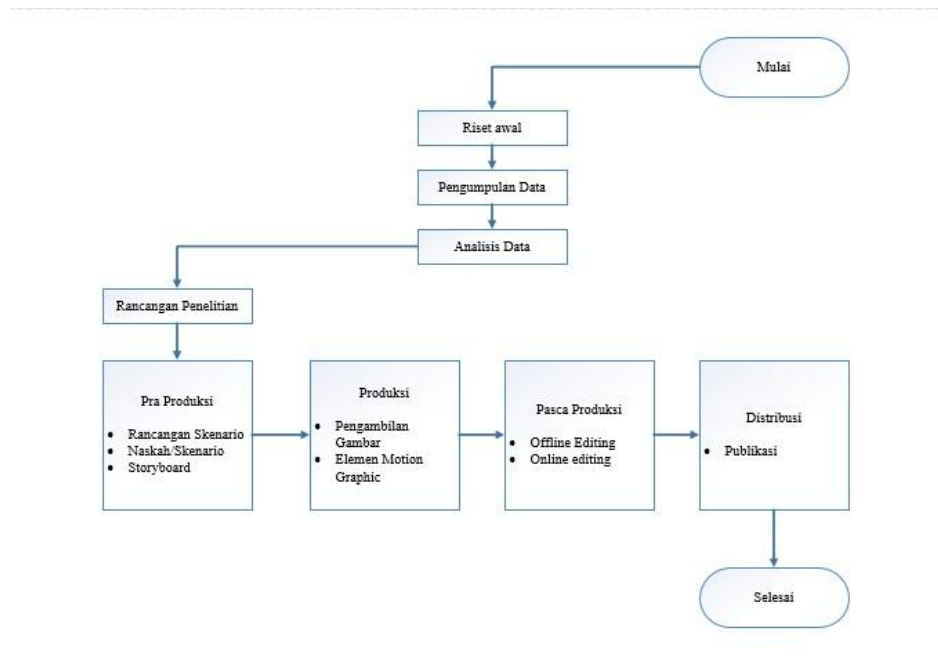
13. Type Of Shot

Tipe-tipe *shot* dibagi menjadi beberapa kategori, yang sangat berguna dalam komunikasi visual. Ketika kita bercerita atau menyampaikan informasi kepada penonton, penting untuk memberikan penekanan pada informasi yang krusial. Oleh karena itu, detail dalam penyampaian informasi menjadi penting, dan di sinilah berbagai tipe *shot* diperlukan. Berikut adalah penjelasan mengenai beberapa jenis tipe *shot*: (Sari dan Abdullah, 2020)

- Extream Close-up (ECU)*, Pengambilan gambar dengan jarak yang sangat dekat, yang hanya memperlihatkan bagian tertentu dari tubuh objek, bertujuan untuk menonjolkan detail-detail spesifik dari objek tersebut.
- Big Close-up (BCU)*, Pengambilan gambar yang hanya mencakup area dari kepala hingga dagu objek, dengan tujuan untuk menonjolkan ekspresi yang ditunjukkan oleh objek tersebut.
- Closeup (CU)*, Ukuran gambar mencakup area dari ujung kepala hingga leher. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang jelas tentang objek tersebut.
- Medium Close-up (MCU)*, Gambar yang diambil dari ujung kepala hingga dada. Tujuannya adalah untuk mempertegas profil seseorang agar penonton dapat melihat dengan jelas.
- Medium Shoot (MS)*, Tujuan pengambilan gambar adalah untuk menunjukkan sosok objek secara jelas dengan mencakup seluruh bagian tubuh dari kepala hingga pinggang..
- Kneel Shoot (KS)*, Pengambilan gambar yang mencakup bagian tubuh dari kepala hingga lutut, dengan tujuan yang hampir sama dengan *mid shot*.
- Full Shoot (FS)*, Pengambilan gambar secara utuh dari kepala hingga kaki, bertujuan untuk menampilkan objek beserta lingkungan di sekitarnya.
- Long Shoot (LS)*, Pengambilan gambar dengan jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan *Full Shoot*, bertujuan untuk menampilkan objek bersama dengan latar belakangnya.
- Extreem Long Shoot (ELS)*, Yaitu pengambilan gambar yang melampaui long shoot

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan melalui empat tahapan produksi video yaitu pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan distribusi.



Gambar 1. Tahapan pembuatan video

Tahapan Penelitian

1. Pra-Produksi

Fase pra-produksi mencakup beberapa kegiatan yaitu:

- Rancangan skenario
- Naskah/skenario
- Storyboard*

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap di mana semua dokumentasi yang telah direncanakan dilaksanakan. Proses ini mencakup pengambilan gambar *live shoot*, serta pembuatan elemen *motion graphic*. Meskipun sudah direncanakan dengan baik dalam pra-produksi, kondisi di lokasi syuting mungkin memerlukan perubahan. Contohnya, perubahan cuaca dapat mempengaruhi pengambilan gambar yang direncanakan

3. Pasca produksi

Pasca produksi dibagi menjadi dua tahap, yaitu:

- Offline Editing*
Proses ini melibatkan penyuntingan awal untuk menyatukan bahan rekaman *live shoot* menjadi satu cerita utuh.
- Online Editing*
Setelah penyuntingan *offline* selesai, video dipoles dengan penambahan pewarnaan, *editing* suara, efek suara, musik latar, dialog tambahan, dan grafis serta animasi *motion graphic* sesuai kebutuhan.

4. Distribusi

Distribusi adalah tahap akhir, hasil video akan didistribusikan dan dipublikasikan secara online agar dapat diakses oleh publik.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Melakukan wawancara kepada pengelola Café Luminary untuk mendapatkan informasi langsung dari pihak terkait seperti pemilik café dan pelanggan.

2. Observasi

Memahami kondisi dan suasana dengan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Pengamatan tentang aktivitas sehari-hari di Café Luminary, suasana, dan pelayanan yang diberikan serta mengidentifikasi elemen yang akan ditampilkan dalam video promosi.

Analisis Data

Setelah semua data terkumpul dan diverifikasi, data tersebut disusun ulang untuk dimasukkan ke dalam naskah atau skenario cerita. Proses rangkuman ini bertujuan untuk menyeleksi informasi penting yang relevan untuk ditampilkan dalam video, mengingat terbatasnya durasi.

Setelah video selesai diproduksi, akan dilakukan penyebaran kuisioner kepada responden dengan menggunakan skala Likert untuk mengevaluasi apakah video tersebut efektif atau tidak dalam menyampaikan pesan dan menarik minat audiens. Dengan interval penilaian likert sebagai berikut:

Tabel 1 Kriteria Interpretasi Skor

Kriteria interpretasi skor
Indeks 0% – 19,99% : Sangat Tidak Setuju
Indeks 20% – 39,99% : Tidak Setuju
Indeks 40% – 59,99% : Netral
Indeks 60% – 79,99% : Setuju
Indeks 80% – 100% : Sangat Setuju

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Pra Produksi

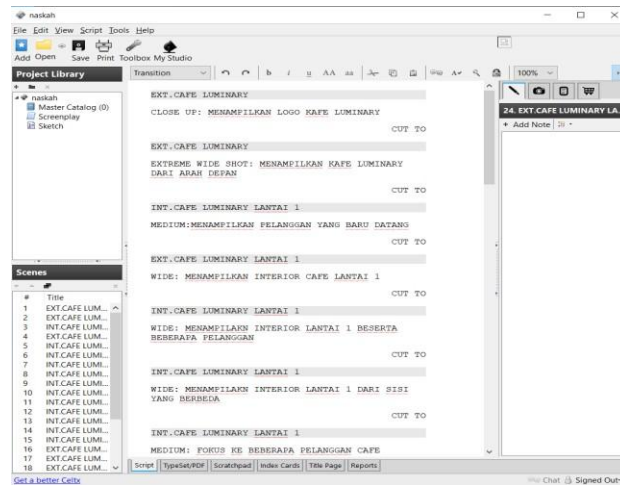
Tahap Pra Produksi adalah proses di mana peneliti mengumpulkan informasi awal yang akan digunakan sebagai panduan dalam pelaksanaan tahap produksi. Informasi yang diperoleh tersebut dimanfaatkan untuk merancang alur video yang akan diproduksi

1. Penentuan Ide

Café Luminary, yang berlokasi di Samarinda, menghadapi kesulitan dalam hal promosi karena hanya bergantung pada Instagram dan komunikasi dari mulut ke mulut. Keterbatasan promosi ini menyebabkan masyarakat kurang mengetahui tentang café tersebut. Untuk meningkatkan daya tarik dan visibilitasnya, diperlukan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti pembuatan video promosi. Teknik *live shoot* bisa digunakan untuk menggambarkan suasana café, aktivitas, dan interaksi pelanggan dengan cara yang lebih autentik, memberikan gambaran yang lebih jelas kepada calon pengunjung. Selain itu, penggunaan *motion graphic* dapat menambahkan elemen visual yang dinamis dan kreatif, sehingga informasi mengenai café dapat disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Dengan pendekatan ini, Café Luminary tidak hanya dapat memperkuat mereknya, tetapi juga menjangkau *audiens* yang lebih luas, meningkatkan jumlah pengunjung, dan membangun komunitas yang lebih solid di sekitarnya. Melalui promosi yang lebih inovatif, Café Luminary berpotensi menjadi destinasi favorit bagi anak muda dan keluarga modern di Samarinda.

2. Menulis Skenario

Setelah ide terkumpul, peneliti berlanjut ke tahap penulisan skenario cerita dengan memanfaatkan aplikasi *Celtx*.



Gambar 2 Penulisan Skenario Pada Aplikasi Celtx

3. Menentukan Lokasi

Pemilihan lokasi syuting dilakukan sebelum tahap produksi untuk memudahkan pengaturan ruang gerak aktor sesuai dengan kebutuhan skenario. Lokasi yang akan digunakan untuk pengambilan gambar adalah di Cafe Luminary.

4. Penyusunan cast and crew

Penentuan *cast* atau pemeran dilakukan berdasarkan karakter tokoh dalam skenario. Selain tokoh utama, terdapat pula tokoh figuran yang akan ditentukan saat proses pengambilan gambar. Tim *crew* diperlukan untuk mendukung setiap tahap, mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Berikut adalah daftar *cast* dan *crew* yang terlibat:

a. Cast

Karyawan 1 pembuat minuman	: Rina
Karyawan 2 Pelayan	: Gusti
Pelanggan 1	: Septi Widya Rani Rahyu
Pelanggan 2	: Nuridayati
Pelanggan 3	: Delvin Nuryadi

b. Crew

Produser	: Intan Gelar Nusa
Sutradara	: Intan Gelar Nusa
Penulis	: Intan Gelar Nusa
Penata kamera	: Intan Gelar Nusa
Kameramen	: Firjatullah
Editor	: Intan Gelar Nusa

Tahap Produksi

1. Pengambilan gambar

Dalam pengambilan video, terdapat dua kondisi utama, yaitu di dalam ruangan (interior/INT) dan di luar ruangan (exterior/EXT). Kondisi ini berpengaruh pada pemilihan teknik pengambilan video serta pencahayaan yang digunakan, agar sesuai dengan situasi dan suasana yang ingin disampaikan dalam video. Penggunaan *stabilizer* sangat efektif dalam pengambilan video yang melibatkan pergerakan, sehingga menghasilkan video yang lebih halus dan bebas dari guncangan. Hal ini memberikan pengalaman visual yang lebih nyaman bagi penonton. Selain itu, *stabilizer* juga mendukung kelancaran gerakan saat melakukan *tracking shot* atau *panning*.

Pengambilan dalam video ini menerapkan variasi yang dinamis dengan menggabungkan berbagai teknik *shot* dan sudut pengambilan. Kombinasi ini mencakup:

1. *Medium Shot* dan *Close-Up* untuk menampilkan emosi atau detail dari subjek.
2. *Wide Shot* untuk menunjukkan keseluruhan lokasi atau latar yang digunakan.
3. *Extrem Wide Shot* digunakan untuk menunjukkan lokasi atau setting secara keseluruhan, memberikan konteks kepada penonton tentang di mana aksi berlangsung

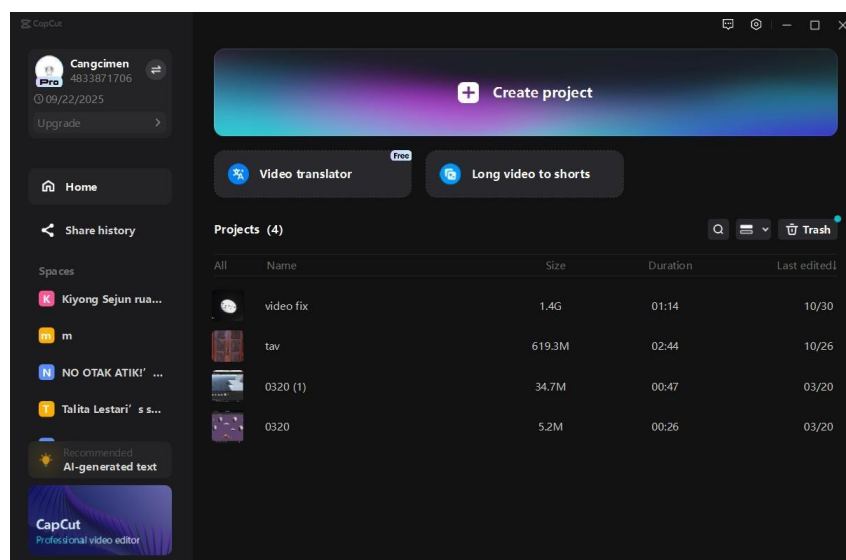
Tahap Pasca Produksi

Setelah menyelesaikan proses pengambilan gambar dan suara di tahap sebelumnya, langkah selanjutnya adalah memasuki tahap pasca produksi, di mana hasil dari tahap sebelumnya disatukan menjadi sebuah video utuh yang sesuai dengan rencana.

1. Offline Editing

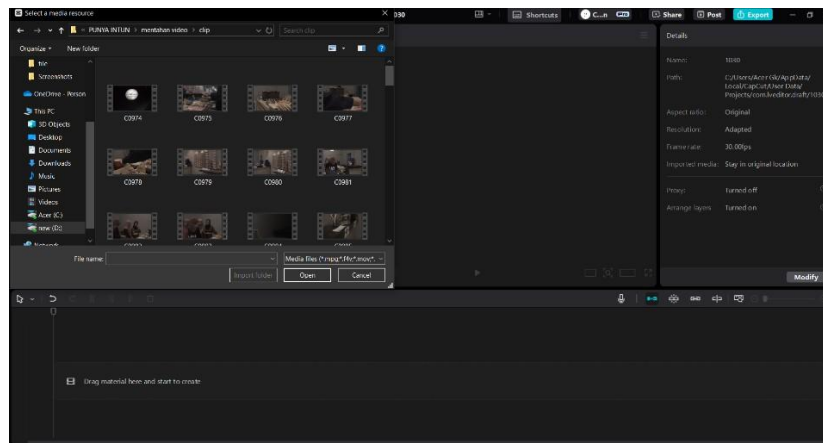
Pada tahap ini, *editor* menyatukan hasil rekaman gambar untuk menyusun alur cerita yang sesuai dengan skenario, dengan memanfaatkan aplikasi CapCut.

Pertama yang dilakukan adalah membuka aplikasi CapCut, lalu membuat project baru dengan meng-klik “*Start Creating*” dan memberikan judul atau nama project tersebut,



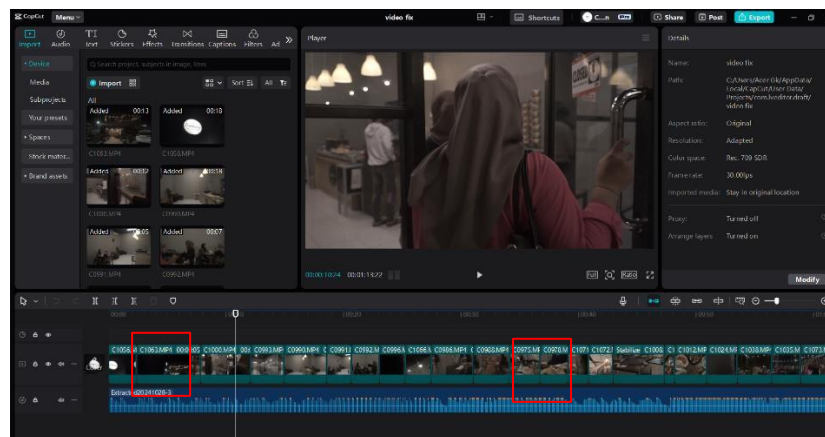
Gambar 3 Tampilan CapCut

Setelah *timeline* tersedia, *import* atau masukkan *file* hasil dari proses produksi sebelumnya ke dalam *project CapCut*,



Gambar 4 Tampilan File Folder

Setelah *import file* berhasil, selanjutnya memasang dan memutuskan video/foto/audio yang akan masuk ke dalam cerita hingga alur cerita dapat dipahami dan sesuai dengan rancangan skenario cerita,



Gambar 5 Tampilan CapCut

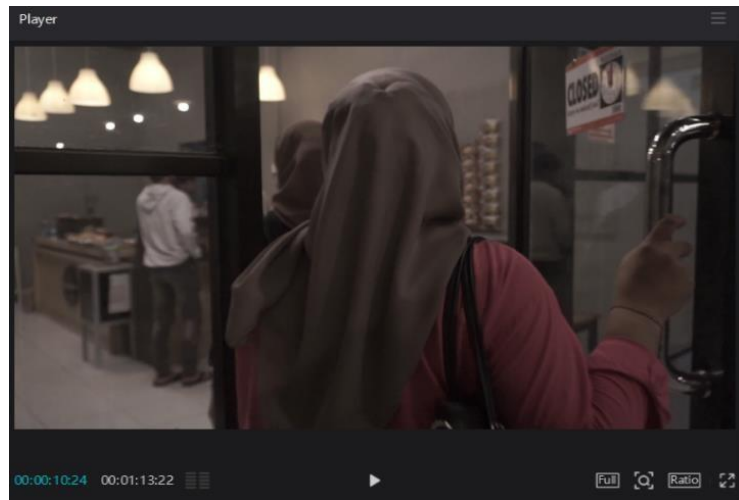
2. Online Editing

Setelah penyuntingan *offline* selesai, video dipoles dengan penambahan pewarnaan, *editing* suara, efek suara, musik latar, dialog tambahan, dan grafis serta animasi *motion graphic* sesuai kebutuhan.

Setelah proses pengeditan *offline* menghasilkan video yang sesuai dengan alur cerita dalam skenario, proses pengeditan *online* dilakukan untuk memperhalus dan menyempurnakan hasil tersebut. Tujuannya adalah untuk mendapatkan video akhir yang terbaik dan lengkap sesuai dengan rencana sutradara.

1. Aspect Ratio

Berdasarkan pada Gambar 4.19, Aspect ratio yang digunakan dalam video ini adalah jenis ratio 16:9, yaitu video akan terlihat full screen.



Gambar 6 Tampilan CapCut

2. Backsound Music

Backsound music yang digunakan pada video promosi Café Luminary adalah Extracted20241028-3 yang diterapkan dari scene 2 – selesai,



Gambar 7 Proses Penambahan Backsound Music

3. Color Grading

Merupakan proses mewarnai gambar agar terlihat lebih indah dan memiliki mood yang sesuai dengan latar suasana cerita. Color grading dilakukan dengan menggunakan filter yang telah di sediakan aplikasi CapCut yaitu Orange Blue,



Gambar 8 Proses ColorGrading

4. *Stabilizer*

Merupakan fitur yang tersedia pada CapCut yang berfungsi untuk menstabilkan video yang mana saat pengambilan gambar sedikit goyang, maka akan disempurnakan gambarnya dengan *stabilizer*,



Gambar 9 Proses penggunaan *stabilizer*

5. *Motion Graphic*

Menambahkan teks dan juga membuat animasi logo bergerak

a. Teks

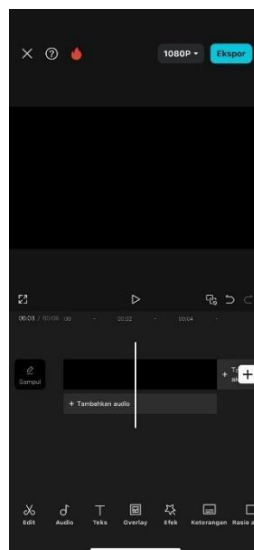
Merupakan proses menambahkan teks untuk menyampaikan informasi,



Gambar 10 Proses penambahan teks

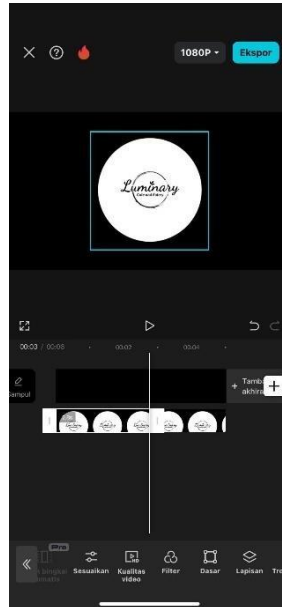
b. Logo

Pertama buka aplikasi CapCut lalu tambahkan baground hitam,



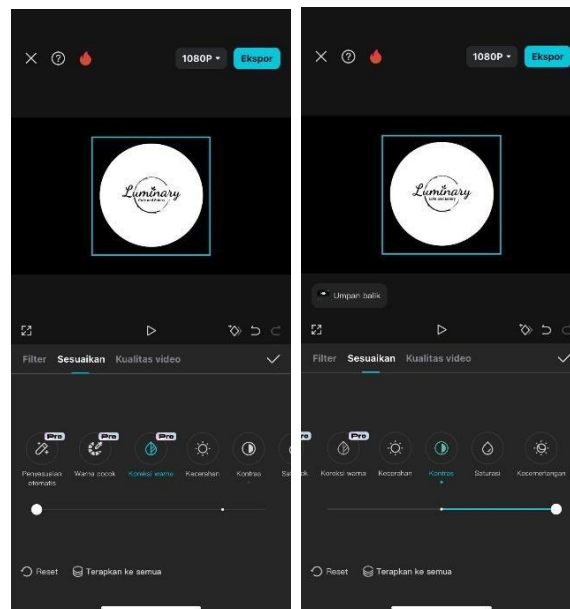
Gambar 11 *Baground Hitam*

Selanjutnya tambahkan *overlay*, lalu pilih logo Café, setelah itu klik bagi/potong, klik sesuaikan



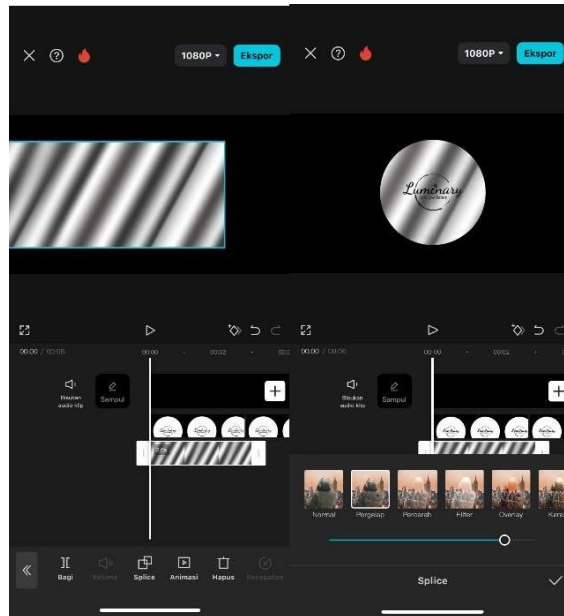
Gambar 12 Tambahkan Logo

Atur koreksi warna menjadi -50 dan kontras 50 agar gambar menjadi jelas dan tajam,

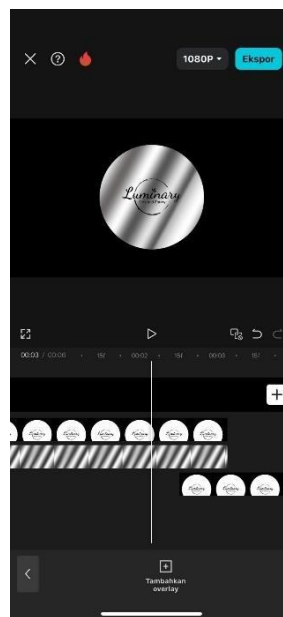


Gambar 13 Mengatur Koreksi Warna dan Kontras

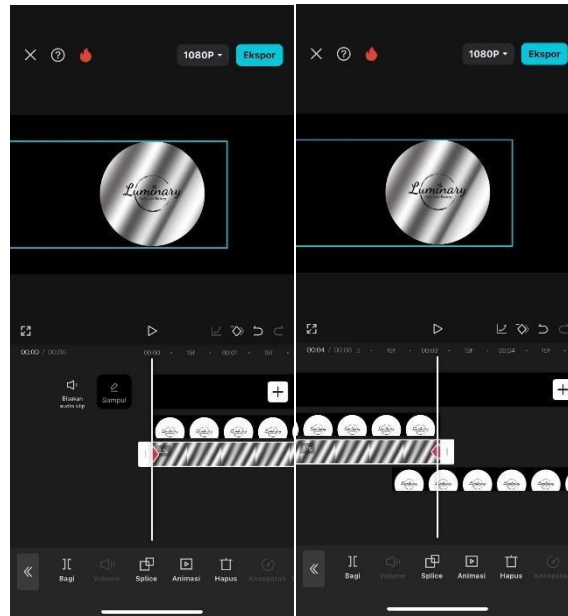
Tambahkan lagi *overlay* garis-garis, klik animasikan lalu pilih pergelap atur menjadi 85,



Gambar 14 Menambahkan *Overlay* dan Mengatur Animasi
Pindahkan potongan kedua kebawah *overlay* garis-garis,

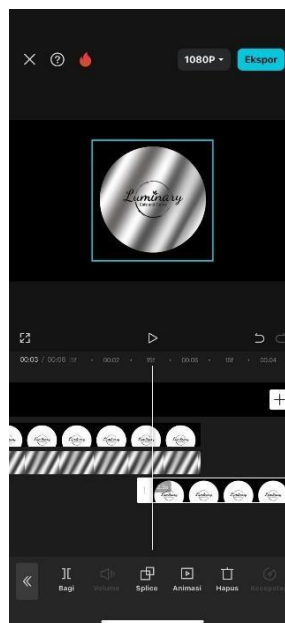


Gambar 15 Pindahkan Potongan Gambar
Lalu buat *keyframe* di bagian awal dan akhir



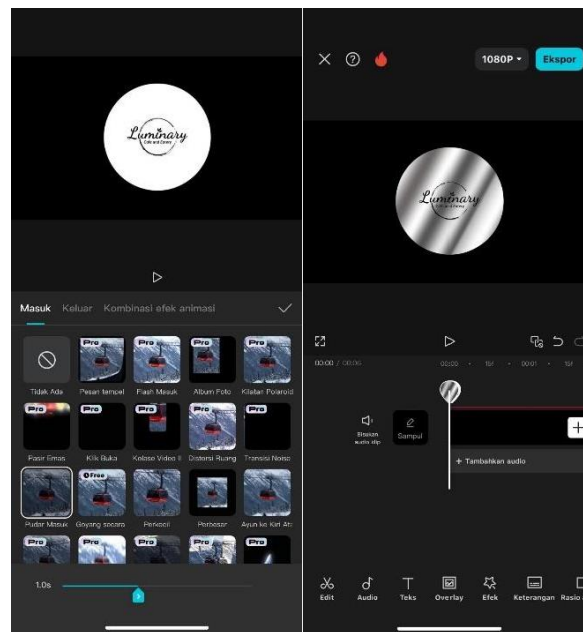
Gambar 16 Menambahkan *Keyframe* di Awal dan Akhir

Klik gabungkan lalu klik animasikan,



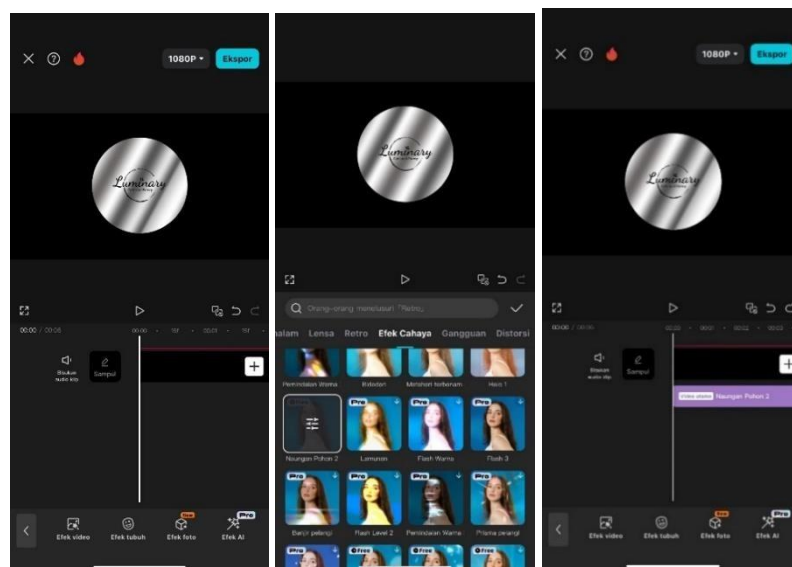
Gambar 17 Klik Gabungkan dan Animasikan

Pilih pudar masuk atur kecepatannya menjadi 1 detik, setelah itu klik efek, bisa dilihat pada Gambar 4.17



Gambar 18 Pilih Animasi Lalu Klik Efek

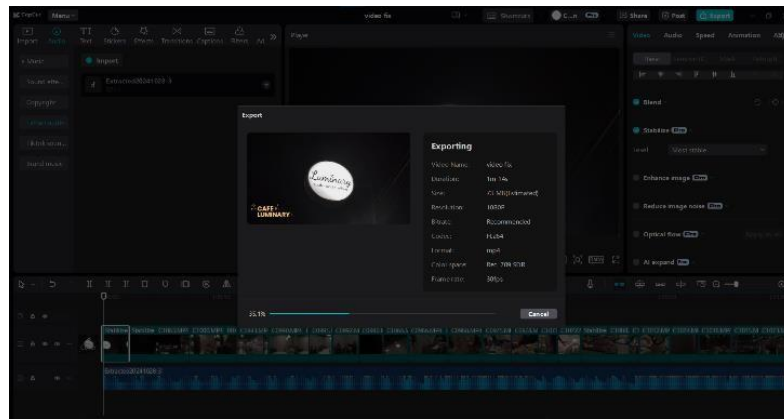
Pilih efek video, lalu cari naungan pohon 2,



Gambar 19 Pilih Efek Video, Naungan pohon 2

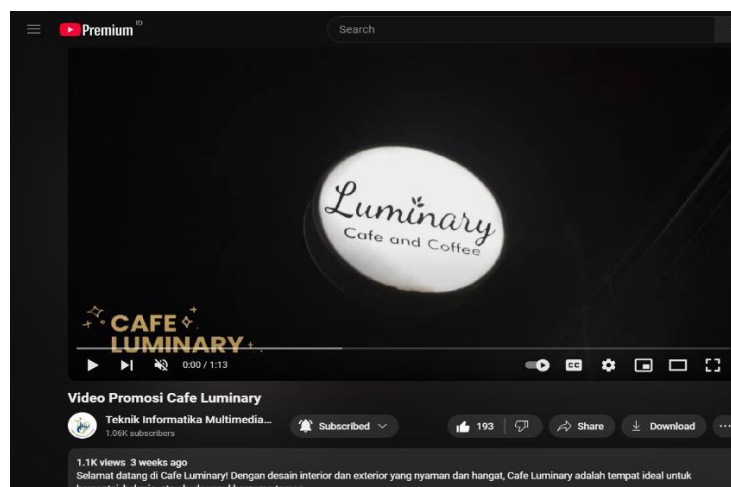
6. *Render*

Rendering merupakan sebuah proses berisi langkah – langkah untuk menggabungkan hasil editan berupa objek berupa foto, video, audio, teks, dan sebagainya.

Gambar 20 Proses *Rendering*

Tahap Distribusi

Video promosi yang telah selesai diproduksi kini telah dipublikasikan di platform media sosial *YouTube*, melalui tautan berikut: https://youtu.be/mm0kUVGO_MI. Video ini diunggah ke kanal *YouTube* resmi Teknik Informatika Multimedia Polnes dan telah berhasil meraih lebih dari 1000 penayangan serta lebih dari 100 *likes*. Hasil video dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 21 Video Yang Telah di Publikasikan

Analisis Data pelanggan

Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat perubahan signifikan pada jumlah pelanggan setelah video promosi diunggah. Total pelanggan meningkat dari 86 menjadi 110 orang. Hal ini menunjukkan bahwa video promosi memberikan pengaruh positif terhadap jumlah pelanggan Café Luminary

Kuisiomer Keefektifan Video

Kuesiomer ini disusun untuk mengevaluasi sejauh mana video promosi yang telah diunggah dapat mempengaruhi persepsi dan minat pelanggan terhadap Café Luminary. Hasil dari kuesiomer ini akan dihitung dan dianalisis menggunakan skala Likert untuk mendapatkan pemahaman yang lebih terukur mengenai efektivitas video promosi tersebut.

1. Pengukuran Skala Likert

Perhitungan skala Likert dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan tanggapan dari responden terhadap pernyataan yang diberikan, misalnya "Video ini mendorong minat saya untuk mengunjungi

Café Luminary." Jawaban yang diberikan oleh 72 responden akan dianalisis dengan menggunakan skala Likert.

Jawaban para responden, beserta hasil perhitungan menggunakan rumus skala Likert, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

P	SS	S	N	TS	STS	Total	Nilai (%)
Informasi dan Efektif							
P1	36	30	5	1	0	317	89,30%
P2	24	34	12	2	0	296	83,38%
P3	35	31	5	0	1	315	88,73%
P4	30	23	18	0	1	297	83,66%
Kesesuaian Teknik Live Shoot							
P5	26	34	11	1	0	301	84,79%
P6	29	32	9	2	0	304	85,63%
Kesesuaian Motion Graphic							
P7	32	29	10	1	0	308	86,76%
P8	24	40	7	1	0	303	85,35%
Suasana dan Ketertarikan							
P9	38	27	6	0	1	317	89,30%
P10	27	29	14	1	1	296	83,38%
Nilai Akhir							86,03%

Gambar 22 Hasil Perhitungan Skala Likert

Dari perhitungan tersebut didapatkan angka presentasi sebesar 86,03% yang mengartikan responden sangat setuju terkait kualitas video serta keefektifannya dalam meningkatkan minat audiens terhadap Café Luminary.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan mempertimbangkan uraian dan penjelasan secara keseluruhan, penulis dapat menyimpulkan bahwa video promosi Café Luminary menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic, antara lain:

- Proses pembuatan video promosi ini mencakup beberapa tahapan, termasuk tahapan pra produksi, tahapan produksi, tahapan pasca produksi, dan tahapan distribusi. Kombinasi *live shoot* dan *motion graphic* terbukti menghasilkan video promosi yang menarik dan informatif. Teknik ini mampu menampilkan suasana autentik kafe dan menambahkan elemen visual dinamis untuk menyampaikan pesan promosi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Selain itu, hasil publikasi menunjukkan potensi peningkatan kunjungan dan pendapatan kafe setelah video dipublikasikan.
- Penerapan teknik *live shoot* melibatkan penggunaan kamera dengan kualitas tinggi serta *stabilizer* untuk memastikan rekaman video yang stabil dan bebas guncangan. Pengambilan gambar dilakukan dari berbagai sudut, seperti *close-up*, *wide shot*, dan *extreme wide shot*, untuk memberikan variasi visual dan menonjolkan elemen-elemen penting dalam video. Sementara itu, *motion graphic* diterapkan dengan memasukkan animasi teks, logo, dan efek visual yang memperkuat narasi promosi. Proses ini didukung

oleh perangkat lunak pengeditan seperti CapCut, yang digunakan untuk tahap lanjut seperti penyesuaian warna (*color grading*), pengaturan audio, dan rendering hasil akhir video.

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, dan pengembang berikutnya harus mempertimbangkannya untuk memperbaikinya. Berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian:

- a. Disarankan untuk menggunakan perangkat yang lebih canggih seperti kamera dengan resolusi tinggi dan *stabilizer* yang lebih presisi untuk meningkatkan kualitas video.
- b. Pertimbangkan untuk bekerja sama dengan influencer lokal yang relevan untuk meningkatkan jangkauan video promosi dan membangun kredibilitas merek.
- c. *Motion graphic* adalah elemen penting dalam menarik perhatian audiens, namun perlu pengembangan lebih lanjut dengan menambahkan lebih banyak animasi dinamis dan elemen desain kreatif. Misalnya, pengenalan efek 3D atau transisi yang lebih halus bisa memberi kesan yang lebih modern dan memikat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Apriansyah, M. R., Sambowo, K. A., & Maulana, A. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. 9(1).
- [2] Apryani, A., Rohman, M. Z., & Metandi, F. (2024). Implementasi Animasi 3D Pada Video Profil UKM Jurnalistik Polnes Menggunakan Metode MDLC. 8(6), 11483–11490.
- [3] Aryani, D. N., Hariadi, S., Tjahjani, F., Zuchroh, I., Lating, A., Murtiningtyas, T., Kadarusman, Setyawan, Bunyamin, Munfaqiroh, S., & Utami, N. N. (2022). Penerapan Video Editing Berbasis Smartphone untuk Mengakselerasi Produk Unggulan Heritage. Malang: STIE Malangkecewara. Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 19(1), 30–80. <https://koinworks.com/blog/>
- [4] Bernadhed, B., & Ihwanudin, I. (2021). Video Iklan Layanan Masyarakat Command Center Dan Reserse Riminal Di Polda DIY Dengan Judul “Peningkatan Pelayanan Masyarakat Melalui Optimalisasi Command Center.” Respati, 16(3), 92. <https://doi.org/10.35842/jtir.v16i3.424>
- [5] Cahya firdaus, I., Wijoyo, A., & Mufti Prasetyo, S. (2022). Jamaika: Jurnal Abdi Masyarakat Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang Pembelajaran Multimedia (Studi Kasus : SMK Indonesia Global). JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat Program Studi Teknik Informatika, 1(1), 63–70.
- [6] Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). Dian Cahyadi. 2006, 2023. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/34278>
- [7] Darmoyo, D. (2020). Pembuatan Film Pendek Berjudul ‘Jangan Menyerah’ Dengan Menggunakan Kamera Smarphone. Journal of Information System and Technology (JOINT); Vol 1 No 1 (2020): Journal of Information System and Technology (JOINT)DO - 10.37253/Joint.V1i1.1373 , 08(08), 80–86. <https://journal.uib.ac.id/index.php/joint/article/view/1373>
- [8] Desrianti, D. I., Supriati, R., & Herdiana, K. (2020). Pemanfaatan Film Sebagai Peningkatan Media Promosi Pada Tempat Wisata. MAVIB Journal, 2(2), 143–155. <https://doi.org/10.33050/mavib.v2i2.1189>
- [9] Dewi, W. N., Nas, C., Aries, J., & Norhan, L. (2022). Perancangan Company Profile Cv. Aaf Print Cirebon Menggunakan Video Animasi Sebagai Promosi Usaha. Jurnal Digit, 12(2), 203. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i2.296>
- [10] Sari, R. P., & Abdullah, A. (2020). Analisis Isi Penerapan Teknik Sinematografi Video Klip Monokrom. Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi, 1(6), 418. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i1.9236>

- [11] Setyadi, H. A., Sardiarinto, Nugroho, W., & Perbawa, D. S. (2024). Penggunaan Aplikasi CapCut Untuk Menghasilkan Konten Video Kreatif Bagi Para Santri. *Jurnal Pengabdian ...*, 5(2), 1841–1848. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/3171%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/3171/2202>
- [12] Wynni Safenthi. (2023). Perancangan Template Video Profil Sebagai Media Promosi dengan Teknik Motion Graphic. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(1), 233–243. <https://doi.org/10.55123/insologi.v2i1.1640>