

**PEMBUATAN VIDEO KLIP UNTUK BRANDING PRODUK  
“TEENAGER ARE DEADLY” BERJUDUL  
SHIPWRECKS OF THE MODERN AGE**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Dwi Susilo Nugroho**

**09.12.4084**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2014**

**PEMBUATAN VIDEO KLIP UNTUK BRANDING PRODUK  
“TEENAGER ARE DEADLY” BERJUDUL  
SHIPWRECKS OF THE MODERN AGE**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

**Dwi Susilo Nugroho**

**09.12.4084**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2014**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO KLIP UNTUK BRANDING PRODUK  
“TEENAGER ARE DEADLY” BERJUDUL  
SHIPWRECKS OF THE MODERN AGE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Dwi Susilo Nugroho**

**09.12.4084**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 24 April 2013

**Dosen Pembimbing,**



**Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng.**  
**NIK. 190302105**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO KLIP UNTUK BRANDING PRODUK  
“TEENAGER ARE DEADLY” BERJUDUL  
SHIPWRECKS OF THE MODERN AGE**

yang disusun oleh

**Dwi Susilo Nugroho**

**09.12.4084**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 12 Agustus 2015

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Amir Fatah Sofyan, ST., M.Kom.**  
NIK. 190302047

**Melwin Svafrizal, S.Kom., M.Eng.**  
NIK. 190302105

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.**  
NIK. 190302215

**Tanda Tangan**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 28 Agustus 2015

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**

**Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.**  
NIK. 190302001

## 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, 26 Agustus 2015



Dwi Susilo Nugroho  
09.12.4084

## **MOTTO**

Live Your Life, Live It Right, Be Different, Do Different Things

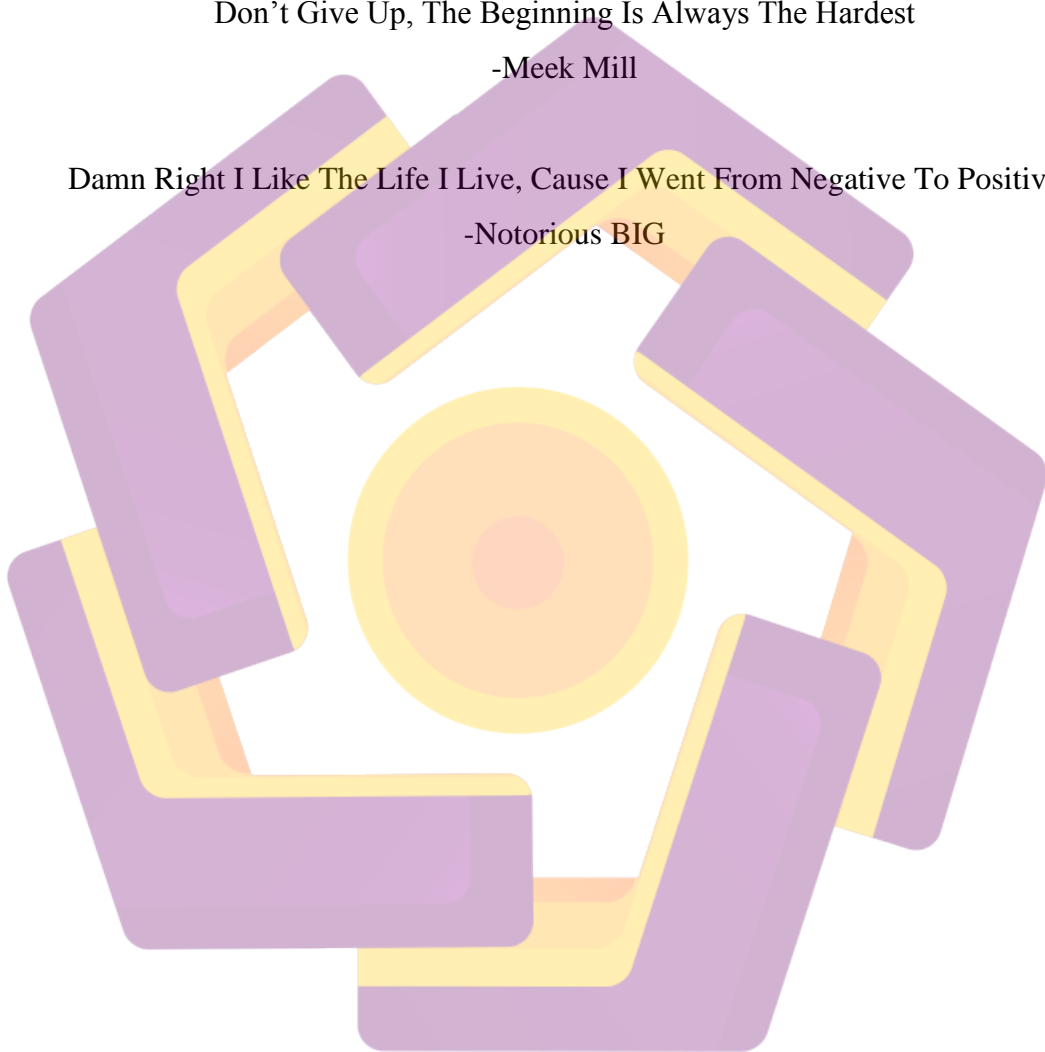
-Kendrick Lamar

Don't Give Up, The Beginning Is Always The Hardest

-Meek Mill

Damn Right I Like The Life I Live, Cause I Went From Negative To Positive

-Notorious BIG



## PERSEMBAHAN

Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan waktu luang disela sela kesibukan karir dan pekerjaan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih kepada orang tua yang selalu mendoakan dan tanpa pernah bosan mengingatkan untuk mengerjakan skripsi ini. Akhirnya skripsi ini telah selesai sesuai dengan apa yang orang tua harapkan. Semoga dengan karya yang telah saya buat ini dapat sedikit membanggakan orang tua saya. Terimakasih Ibu dan Bapak.

Terimakasih kepada dosen pembimbing skripsi Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng. yang telah membimbing, memberikan banyak masukan dalam pengerjaan skripsi.

Terimakasih kepada Raden Emil Hardian yang dengan senang hati mengizinkan melakukan penelitian dengan *brand* miliknya. Serta semua krew dan karyawan yang ada di *Teenager Are Deadly*. Thanks Bud!

Terimakasih kepada Yuli Nurcahyo dan Asep Ghan Ghan yang sudah menjadi teman baik semasa kuliah hingga kini. Terimakasih bantuannya.

Terimakasih Mechsa, Oni Anggoro tanpa kalian video klip ini nggak bakalan keren dan seru. Terimakasih kepada semua teman-teman PROPAGANDA BMX Ovi, Wendy, Vesbod dan semuanya yang telah membantu dalam proses pembuatan video klip untuk penyusunan skripsi ini.

Terimakasih Reni Tri Rahayu telah banyak membantu, memberikan doa, kasih sayang dan semangat dengan tulus dari awal sampai skripsi ini berhasil diselesaikan. Love You. Peace.

Terimakasih banyak kepada STMIK AMIKOM YOGYAKARTA yang menjadi tempat penulis belajar dan memberikan pengalaman dan semua dosen serta teman-teman yang telah berbagi ilmu dan pengalaman sebagai saran yang akan digunakan penulis di masa yang akan datang.

Thanks Y'all.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah skripsi dengan judul Pembuatan Video Klip Untuk *Branding* Produk *Teenager Are Deadly* berjudul *Ship Wrecks Of The Modern Age* dapat penulis selesaikan. Dorongan kuat untuk segera menyelesaikan *study* di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA dengan baik, membuat penulis terpacu untuk segera menyelesaikannya.

Pembuatan Video Klip Untuk *Branding* Produk *Teenager Are Deadly* berjudul *Ship Wrecks Of The Modern Age* ini memberikan gambaran bagaimana multimedia secara tehnik dan langkah tepat dapat membuat video klip dengan mudah secara efektif. Penulis juga memberikan strategi dalam pembuatan video klip dengan beberapa tahapan hingga selesai.

Penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng. dan rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, maka saran dan kritik penulis harapkan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan referensi yang memberikan wawasan luas dalam pembuatan video klip khususnya untuk keperluan *branding*.

Amin...

Dwi Susilo Nugroho



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
1.8 Jadwal Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.2 Video .....	8
2.2.1 Definisi Video.....	8
2.2.2 Kategori Video.....	9
2.2.3 Codec .....	10
2.3 Branding .....	10

2.4	Video Klip .....	11
2.4.1	Pembuatan Video Klip.....	11
2.4.2	Jenis-Jenis Video Klip .....	12
2.4.3	Pembuatan Video Klip.....	13
2.5	Konsep Dasar Multimedia .....	15
2.5.1	Pengertian Multimedia.....	15
2.5.2	Sejarah Multimedia.....	15
2.5.3	Objek Multimedia.....	16
2.6	Publikasi Video Branding ke Media Internet .....	17
2.6.1	Vimeo .....	18
2.7	Software yang Digunakan .....	19
2.7.1	Adobe AfterEffects CS6 .....	19
2.7.2	Adobe Premiere Pro CS6.....	20
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM.....</b>		<b>22</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	22
3.1.1	Latar Belakang Teenager Are Deadly .....	22
3.2	Visi dan Misi Teenager Are Deadly .....	22
3.2.1	Visi Usaha.....	23
3.2.2	Misi Usaha .....	23
3.3	Produk Teenager Are Deadly .....	23
3.4	Analisis Sistem .....	25
3.4.1	Analisis Kelemahan Sistem .....	25
3.4.4.1	Identifikasi Masalah.....	25
3.4.2	Analisis SWOT.....	25
3.4.3	Solusi yang Diterapkan.....	27
3.4.4	Solusi yang Dipilih .....	27
3.5	Pembuatan Video Klip <i>Branding</i> .....	27
3.5.1	Analisis Biaya Produksi.....	28
3.5.2	Tema dan Ide Video <i>Branding</i> Teenager Are Deadly .....	28
3.5.3	Lokasi dan Jadwal Syuting .....	29
3.5.4	Storyboard Video <i>Branding</i> Teenager Are Deadly .....	30

3.5.5	Perlengkapan Syuting .....	36
3.5.5.1	Kamera DSLR + Media Penyimpanan .....	36
3.5.5.2	Lensa Kamera .....	36
3.5.5.3	Camera Handle + Sepeda BMX .....	37
3.5.5.4	GlideCam .....	37
3.5.5.5	Tripod .....	38
3.5.5.6	LED Light .....	38
3.5.6	Pembentukan Kru dan Pemilihan Talent .....	39
3.5.7	Perancangan Kostum .....	39
<b>BAB IV</b>	<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1	Implementasi .....	41
4.1.1	Pengambilan Gambar .....	41
4.1.1.1	Gambar yang Harus Diambil Ulang .....	41
4.1.1.1.1	Missing Fokus .....	41
4.1.1.1.2	Over/Under Exposure .....	42
4.1.1.1.3	Unframe .....	42
4.1.1.2	Proses Pengambilan Gambar .....	43
4.1.2	Editing.....	56
4.1.2.1	Perlengkapan Editing.....	56
4.1.2.1.1	Komputer .....	56
4.1.2.2	Proses Editing .....	57
4.1.2.2.1	Capturing .....	57
4.1.2.2.2	Pembuatan Efek Visual.....	57
4.1.2.2.2.1	Persiapan Pembuatan Title .....	57
4.1.2.2.2.2	Pembuatan Efek Write On .....	58
4.1.2.2.3	Editing dan Penggabungan Footage .....	61
4.2	Pembahasan .....	70
4.2.1	Tampilan Hasil Video Branding .....	70
4.2.2	Pengetesan Video Branding.....	75
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
5.1	Kesimpulan.....	80

5.2 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>xvii</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Jadwal Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>Tabel 2.1 Perbedaan Hasil Pustaka.....</b>	<b>8</b>
<b>Tabel 3.1 Strategi Analisis SWOT .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel 3.2 Biaya Produksi.....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 3.3 Jadwal Shooting.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3.4 Storyboard .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3.4 Kru Pembuatan Video Branding .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 3.5 Perancangan Kostum .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4.1 Tampilan Hasil Video Branding .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.2 Questioner untuk Kalangan Mahasiswa dan Pelajar SMA.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4.3 Questioner untuk <i>Rider BMX</i> dan Praktisi Sinematografi.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4.4 Questioner untuk seluruh staff <i>Teenager Are Deadly</i> .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4.5 Hasil Questioner untuk Kalangan Mahasiswa dan Pelajar SMA....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4.6 Hasil Questioner untuk <i>Rider BMX</i> dan Praktisi Sinematografi .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4.7 Hasil Questioner untuk seluruh staff <i>Teenager Are Deadly</i> .....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan Umum Adobe After Effects CS6.....	20
Gambar 2.2 Tampilan Umum Adobe Premiere CS 6.....	21
Gambar 3.1 T-Shirt (kiri), Shirt (kanan).....	23
Gambar 3.2 <i>Men Wallet</i> .....	24
Gambar 3.3 <i>Backpack</i> .....	24
Gambar 3.4 <i>Jeans Short pant</i> (kiri) , <i>Parka Jacket</i> (kanan) .....	24
Gambar 3.5 Canon 5D Mark II dan Canon 600D .....	36
Gambar 3.6 <i>CF Card 16GB</i> dan <i>SD Card 16GB</i> .....	36
Gambar 3.7 Lensa Samyang 8mm <i>fisheye</i> dan lensa EFS 18-55mm.....	37
Gambar 3.8 <i>Camera Handle</i> dan sepeda BMX.....	37
Gambar 3.9 <i>GlideCam</i> .....	38
Gambar 3.10 <i>Tripod</i> .....	38
Gambar 3.11 <i>LED Light</i> .....	38
Gambar 4.1 Fokus meleset dan Fokus tepat.....	42
Gambar 4.2 Over, normal, dan under exposure .....	42
Gambar 4.3 Unframe dan Frame .....	42
Gambar 4.4 Tampilan video 01 .....	43
Gambar 4.5 Tampilan video 02 .....	43
Gambar 4.6 Tampilan video 03 .....	44
Gambar 4.7 Tampilan video 04 .....	44
Gambar 4.8 Tampilan video 05 .....	45
Gambar 4.9 Tampilan video 06 .....	45
Gambar 4.10 Tampilan video 07 .....	46
Gambar 4.11 Tampilan video 08 .....	46
Gambar 4.12 Tampilan video 09 .....	47
Gambar 4.13 Tampilan video 10 .....	47
Gambar 4.14 Tampilan video 11 .....	48
Gambar 4.15 Tampilan video 12 .....	48
Gambar 4.16 Tampilan video 13 .....	49

Gambar 4.17 Tampilan video 14 .....	49
Gambar 4.18 Tampilan video 15 .....	50
Gambar 4.19 Tampilan video 16 .....	50
Gambar 4.20 Tampilan video 17 .....	51
Gambar 4.21 Tampilan video 18 .....	51
Gambar 4.22 Tampilan video 19 .....	52
Gambar 4.23 Tampilan Video 20.....	52
Gambar 4.24 Tampilan Video 21.....	53
Gambar 4.25 Tampilan video 22 .....	53
Gambar 4.26 Tampilan video 23 .....	54
Gambar 4.27 Tampilan video 24 .....	54
Gambar 4.28 Tampilan video 25 .....	55
Gambar 4.29 Tampilan video 26 .....	55
Gambar 4.30 Tampilan video 27 .....	56
Gambar 4.31 Tampilan Awal <i>Adobe AfterEffects CS6</i> .....	57
Gambar 4.32 Pengaturan <i>Composition</i> .....	58
Gambar 4.33 Membuat Teks dengan <i>Text Tool</i> .....	58
Gambar 4.34 Membuat pola dengan <i>Pen tool</i> .....	59
Gambar 4.35 Pengaturan efek <i>Stroke</i> pada teks .....	59
Gambar 4.36 <i>Render Queue</i> .....	59
Gambar 4.37 Pengaturan <i>Output Module</i> .....	60
Gambar 4.38 Tampilan awal adobe premiere.....	60
Gambar 4.39 Tampilan <b>Jendela New Project</b> .....	61
Gambar 4.40 Tampilan <i>Adobe Premiere CS6</i> .....	62
Gambar 4.41 Pemotongan <i>footage</i> dengan <i>razor tool</i> .....	63
Gambar 4.42 Memasukkan <i>soundtrack</i> ke dalam <i>timeline</i> .....	64
Gambar 4.43 Efek transisi <i>cross dissolve</i> .....	64
Gambar 4.44 <i>Three-Way Color Corrector</i> .....	65
Gambar 4.45 Membuat video <i>slow motion</i> .....	66
Gambar 4.46 Pembuatan <i>credit title</i> .....	66
Gambar 4.47 <i>Credit Title</i> .....	67

**Gambar 4.48 Menganimasikan Title.....68**  
**Gambar 4.49 Menambahkan transisi *Bad TV*.....68**  
**Gambar 4.50 Pengaturan *Rendering*.....69**





## INTISARI

Perkembangan perusahaan-perusahaan pakaian (distro) di Indonesia saat ini semakin pesat, dan telah menjadi sasaran utama para pemuda pemudi dalam memenuhi kebutuhan sandang. Dalam hal menyampaikan media informasi ke publik, dibutuhkan media yang tepat dan interaktif untuk dapat digunakan sebagai sarana media informasi yang dapat memudahkan masyarakat dalam menerima informasi tersebut.

*Branding* merupakan salah satu unsur yang sangat vital karena dapat menjadi salah satu penentu apakah suatu produk dapat diterima oleh konsumen atau tidak. *Branding* lebih dipahami publik sebagai upaya memperkenalkan merk dagang sebuah produk tertentu dalam praktik-praktik niaga yang sengaja dilakukan produsen sebagai upaya strategi marketing.

Pada skripsi ini, penulis mencoba untuk membuat sebuah promosi produk menggunakan visualisasi multimedia yang berwujud video klip *branding* yang akan di unggah di internet. Melalui internet inilah orang akan mudah mengakses masuk melalui situs dunia maya, mengunduh secara cepat hanya melalui telepon genggam, laptop atau komputer. Multimedia adalah jenis media yang mencakup audio visual yang memiliki daya tarik tertentu, khususnya bagi anak muda sebagai segmentasi utama target *promoting*. Multimedia dengan cakupannya yang luas menjadi salah satu alat dinamis yang sesuai dengan semangat anak muda sebagai konsep dasar dari produk “Teenager Are Deadly” ini.

**Kata Kunci :** video, *branding*, multimedia.

## **ABSTRACT**

*The development of apparel companies (distro) in Indonesia is currently growing rapidly, and has become the main target of young men and women to meet the needs of clothing. In terms of media convey information to the public, it takes appropriate and interactive media to be used as a means to facilitate the retrieval of information from the public to receive information.*

*Branding is one element that is very vital because it can be one determinant of whether a product is acceptable to consumers or not. Branding the public understood more as an attempt to introduce a specific product brand name in commercial practices as a deliberate attempt producer marketing strategy.*

*In this thesis, the author tries to make a promotional product in the form of multimedia visualization video clips that will be uploaded on the internet. Through the internet is going to be easy to access in through the virtual world websites, quickly download only via mobile phone, laptop or computer. Multimedia is the kind of media that includes audio visual has a certain appeal, especially to young people as the main target of promoting segmentation. Multimedia with a broad scope to be one dynamic tool in accordance with the spirit of youth as the basic concept of the product "Teenager Are Deadly" is.*

**Keywords:** *video, multimedia, branding.*

