

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA
MITULUNGI COFFE YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN B-ROLL**

SKRIPSI



disusun oleh

Gilang Oktavian Aji

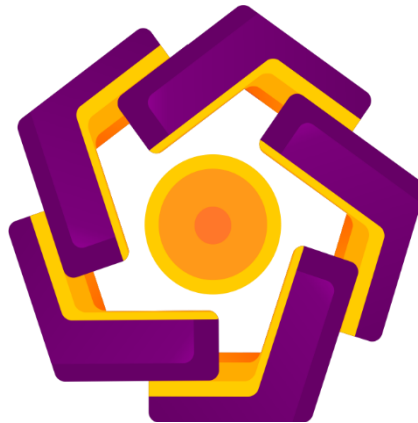
17.11.0964

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA
MITULUNGI COFFE YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN B-ROLL**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Gilang Oktavian Aji

17.11.0964

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MITULUNGI COFFE YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN B-ROLL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gilang Oktavian Aji

17.11.0964

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 9 Agustus 2021

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.

NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MITULUNGI COFFE YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN B-ROLL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gilang Oktavian Aji

17.11.0964

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 Agustus 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

M. Nuraminudin, M.Kom
NIK. 190302408

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 24 Agustus 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi saya 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, terkecuali 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 1 September 2021



Gilang Oktavian Aji

17.11.0964

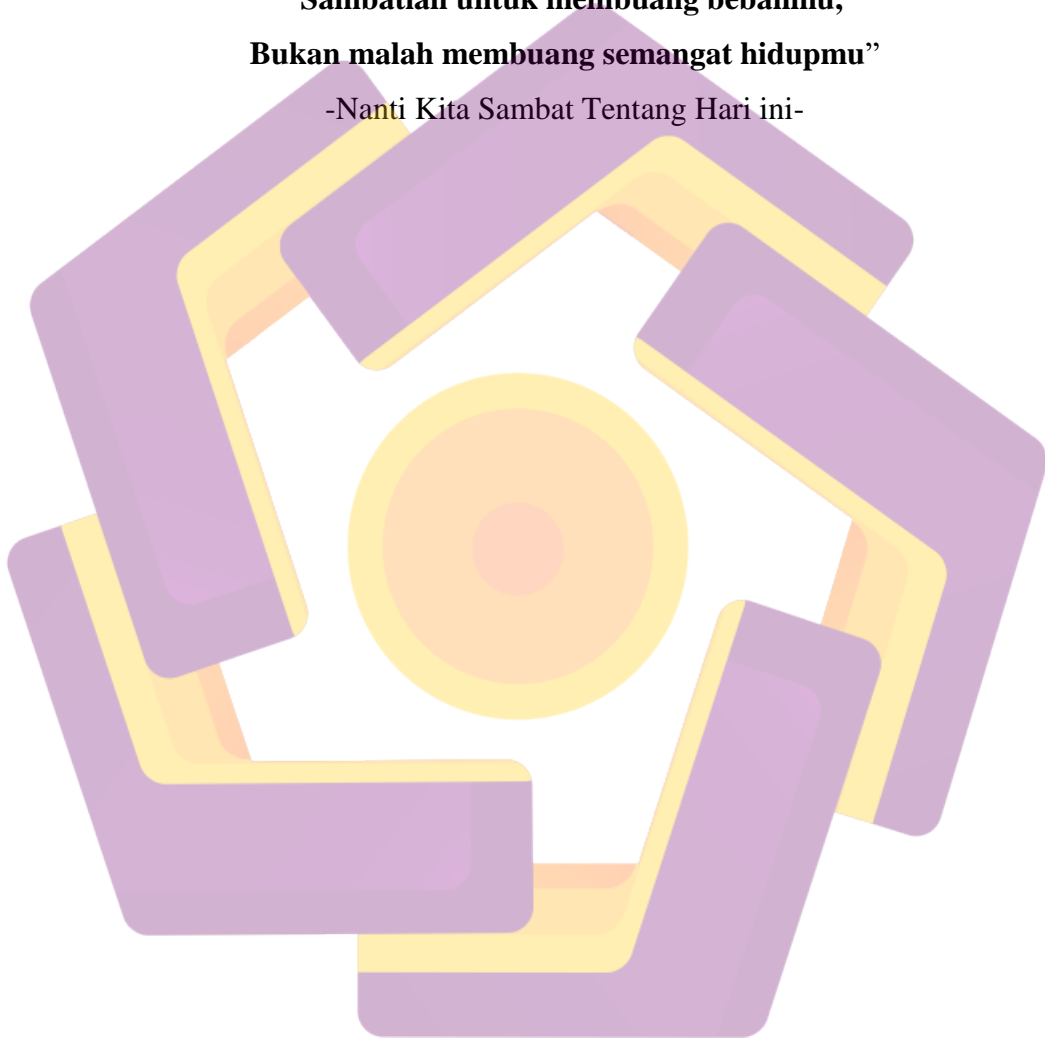
MOTTO

“Madang! ra madang semaput”

-Suroto YK-

**“Sambatlah untuk membuang bebanmu,
Bukan malah membuang semangat hidupmu”**

-Nanti Kita Sambat Tentang Hari ini-



PERSEMBAHAN

Puji Tuhan berkat kerja keras serta doa, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang tiada henti memberikan berkat serta kekuatan untuk dapat menyelesaikan skripsi. Dengan ini saya mempersembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak terlibat, yaitu untuk :

1. Kedua orang tua saya, ayah Sugiyono dan mama Mardiyati yang telah mendoakan dan bekerja keras untuk biaya perkuliahan selama ini.
2. Adik adik saya (Galeh Rozyan Anas, Ghea Syifa K.H & Gusta Alfa Rizqi).
3. Penyemangat yang selalu memberikan, mengingatkan dan membantu dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Dosen pembimbing saya bapak Rizqi Sukma, yang telah sabar dalam membimbing saya dari awal hingga akhir skripsi ini selesai.
5. Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan banyak sekali ilmu selama perkuliahan.
6. Sahabat sahabat S I D E H U S T L E dan Lord Azisun Fansclub yang telah membantu dan memberikan semangat kepada saya.
7. Teman sekelas 17 IF01 yang telah memberikan dukungan selama perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang berjudul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MITULUNGI COFFE YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN B-ROLL”** disusun sebagai salah satu syarat utama untuk menyelesaikan program sarjana pada Universitas AMIKOM Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, karena ini pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Ibu Windha Mega P.D, M.Kom selaku Ketua Program Studi Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu bijaksana dalam memberikan bimbingan serta nasehat dan waktunya selama pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom dan Bapak M.Nuraminudin, M.Kom. selaku dosen penguji. Terimakasih atas segala saran yang diberikan selama pengujian untuk memperbaiki penelitian menjadi lebih baik lagi.

Penulis menyadari bahwasanya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka, penulis menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun serta teguran dari semua pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca. Terimakasih.

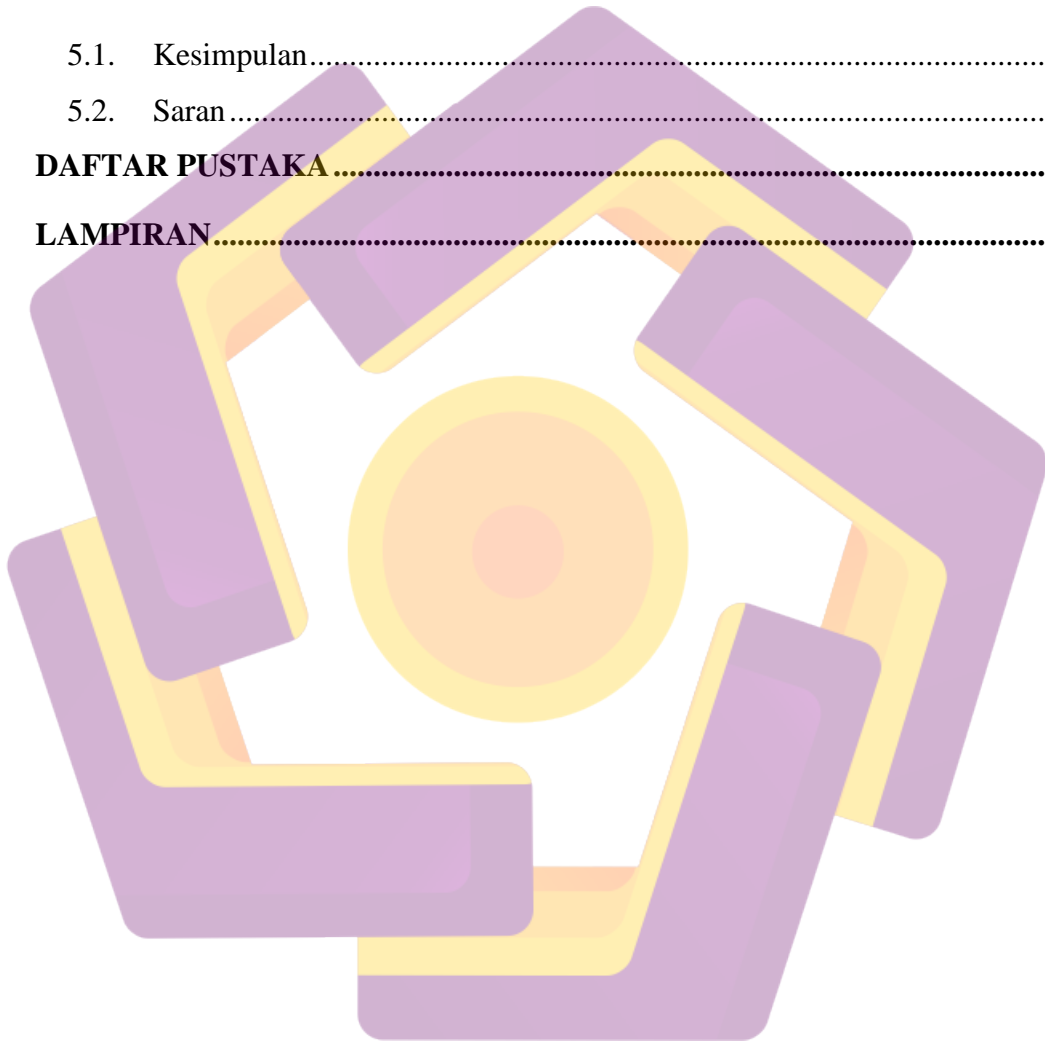
DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Penelitian.....	2
1.5. Manfaat Penelitian.....	2
1.6. Metode Penelitian.....	3
1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6.2. Metode Analisis	3
1.6.3. Metode Perancangan	4
1.6.4. Metode Evaluasi.....	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	4

BAB II	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.2. Dasar Teori	7
2.2.1. Multimedia	7
2.2.2. Elemen-Elemen Multimedia	7
2.3. Live Shoot	8
2.3.1. <i>Type Of Shoot</i>	9
2.4. B-roll	10
2.5. Metode Produksi	10
2.5.1. Pra Produksi	10
2.5.2. Produksi	12
2.5.3. Pasca Produksi	13
2.6. Iklan	13
2.6.1. Jenis – Jenis Iklan	13
2.7. Promosi	14
2.8. Instagram	15
2.8.1. Pentingnya Media Sosial Instagram	15
2.8.2. Tentang Beriklan di Instagram	16
2.8.3. Ketentuan dan Spesifikasi Video Iklan Instagram	17
2.9. Kuesioner	18
2.10. Skala	19
2.10.1. Skala Secara Umum	19
2.10.2. Skala Likert	21
2.11. Jumlah Responden	24
2.12. Analisis Masalah	25
2.12.1. Analisis SWOT	25
2.12.2. Strategi SWOT	26

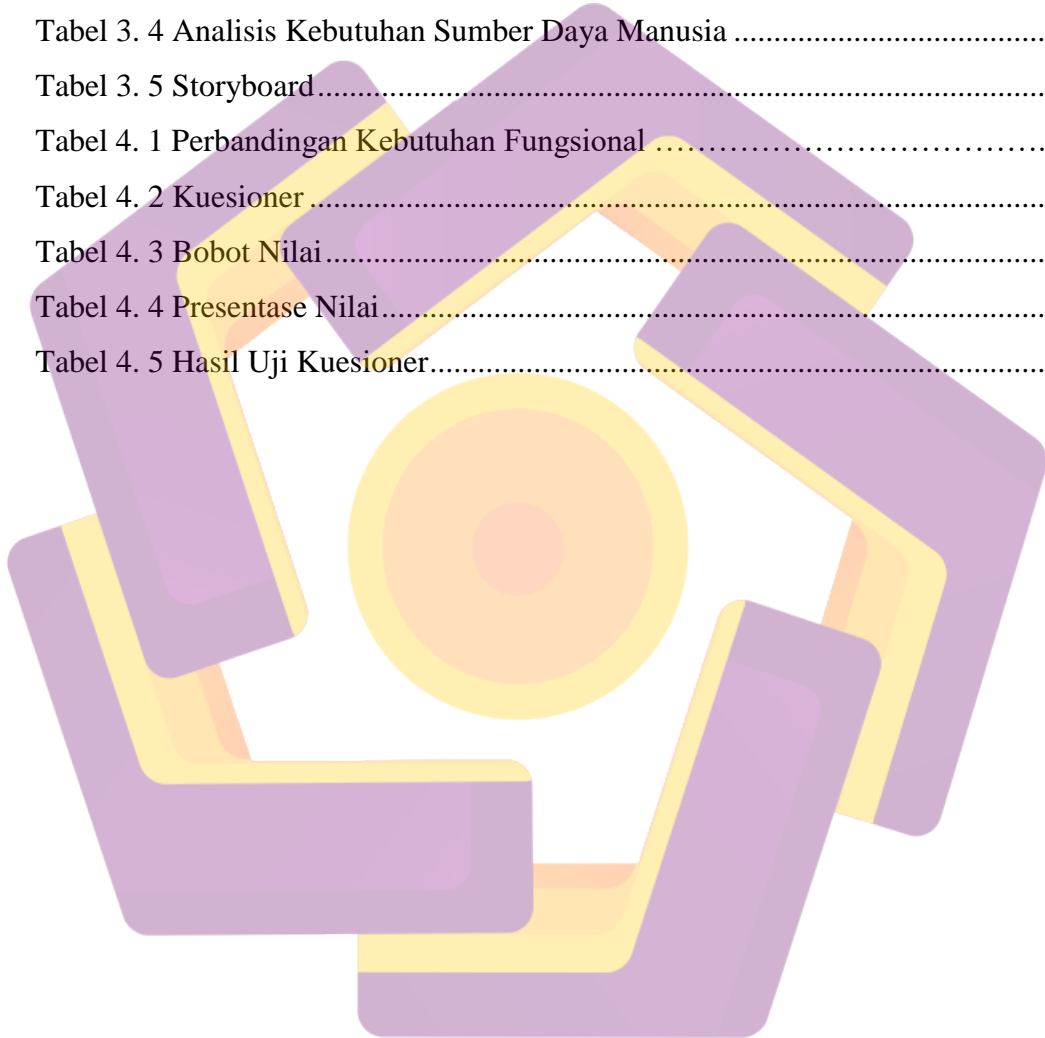
2.12.3. Analisis Kebutuhan Sistem	26
BAB III.....	28
3.1. Profile Perusahaan	28
3.2. Pengumpulan Data	29
3.2.1. Metode Wawancara.....	29
3.2.2. Observasi.....	30
3.2.3. Referensi Video.....	30
3.3. Metode Analisis.....	31
3.3.1. Analisis SWOT	31
3.3.2. Kelemahan Dari Media Lama	34
3.3.3. Solusi Yang Ditawarkan	34
3.3.4. Kesimpulan	34
3.4. Analisis Kebutuhan Sistem	34
3.4.1. Kebutuhan Fungsional	34
3.4.2. Analisis Kebutuhan Non Fungsional	35
3.5. Metode Perancangan	36
3.5.1. Pra Produksi	36
BAB IV	43
4.1. Produksi.....	43
4.1.1. Pengambilan Gambar Outdoor Mitulungi Coffee.....	43
4.1.2. Pengambilan Gambar Produk dari Mitulungi Coffee	44
4.2. Pasca Produksi.....	45
4.2.1. Editing.....	46
4.2.2. Rendering	53
4.3. Evaluasi	54
4.3.1. Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir	54
4.3.2. Kuesioner	56

4.4. Implementasi	60
4.4.1. Penyerahan ke pihak Mitulungi Coffee	60
4.4.2. Posting Instagram.....	60
4.4.3. Perbandingan Insight Postingan.....	61
BAB V.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis SWOT	32
Tabel 3. 2 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	35
Tabel 3. 3 Kebutuhan Perangkat Keras.....	36
Tabel 3. 4 Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia	36
Tabel 3. 5 Storyboard.....	38
Tabel 4. 1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional	54
Tabel 4. 2 Kuesioner	57
Tabel 4. 3 Bobot Nilai.....	58
Tabel 4. 4 Presentase Nilai.....	58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Kuesioner.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Storyboard	11
Gambar 2. 2 Storyboard menurut Partono Soenyoto	12
Gambar 2. 3 Iklan Instagram.....	16
Gambar 3. 1 Logo Mitulungi Coffee	28
Gambar 3. 2 Instagram Mitulungi.....	30
Gambar 3. 3 Youtube Daniel Schiffer.....	31
Gambar 4. 1 Neon Box Mitulungi Coffee	43
Gambar 4. 2 Area Outdoor Mitulungi Coffee.....	44
Gambar 4. 3 Pengambilan gambar proses pembuatan Espresso	44
Gambar 4. 4 Pengambilan Gambar proses grinder biji kopi.....	45
Gambar 4. 5 Pengambilan Gambar proses penuangan susu uht	45
Gambar 4. 6 Membuat new scene	46
Gambar 4. 7 Tampilan New Sequence dan Source.....	47
Gambar 4. 8 Pengabungan scene	47
Gambar 4. 9 Cropping.....	48
Gambar 4. 10 Razor Tool.....	48
Gambar 4. 11 Time Remaping	49
Gambar 4. 12 Speed Duration.....	49
Gambar 4. 13 Pemberian keterangan informasi menggunakan Title.....	50
Gambar 4. 14 Pemberian Call Out menggunakan Title	50
Gambar 4. 15 Radial Wipe.....	51
Gambar 4. 16 Pemberian Transisi.....	52
Gambar 4. 17 Pemberian Sound Effect.....	52
Gambar 4. 18 Color Correction.....	53
Gambar 4. 19 Rendering Video	54
Gambar 4. 20 Penyerahan Video Ke Owner Mitulungi Coffee.....	60
Gambar 4. 21 Postingan Instagram Mitulungi	61
Gambar 4. 22 Perbandingan Insight Postingan Instagram	62
Gambar 4. 23 Perbandingan Insight Promosi Instagram	62

INTISARI

Mitulungi Coffee adalah salah satu Coffeeshop yang berada di Yogyakarta dan hadir dengan mengusung konsep *homey* yang menjadikan Mitulungi menjadi salah satu Coffee shop yang wajib dikunjungi. Dengan mengedepankan misi menciptakan suatu produk dan memberikan layanan penuh kepada customer. Media promosi yang ada saat ini di Mitulungi Coffee dirasa sudah cukup, akan tetapi ada beberapa keunggulan-keunggulan dari Coffee shop ini yang tidak dapat ditampilkan secara maksimal ketika hanya menggunakan gambar saja. Seperti salah satu informasi tentang produk unggulannya yaitu kopi.

Dari permasalahan diatas, penulis mengusulkan untuk merancang dan membuat sebuah video iklan yang dapat dijadikan sebagai penunjang promosi dan informasi dari Mitulungi kepada calon customer. Video iklan tersebut juga melibatkan unsur-unsur yang ada pada Multimedia, seperti suara dan video. Unsur-unsur tersebut telah mampu memvisualisasikan dan mengilustrasikan keunggulan-keunggulan yang ada pada Mitulungi Coffee itu sendiri.

Dari pernyataan diatas, penulis mencoba merancang dan membuat video iklan menggunakan teknik *Liveshoot* dan *B-roll* sebagai media promosi pada Mitulungi Coffee. Dalam pembuatan ini diharapkan akan menjadi solusi untuk promosi dan informasi tentang *vibes* dari Mitulungi dan pembuatan minuman yaitu kopi.

Kata Kunci : *Periklanan, Live Shoot, B-Roll, Kopi.*

ABSTRACT

Mitulungi Coffee is one of the Coffeeshops in Yogyakarta and comes with a homey concept that makes Mitulungi one of the must-visit Coffeeshops. With a mission to create a product and provide full customer service. The current media at Mitulungi Coffee is considered sufficient, but there are several advantages of this Coffee shop that cannot be displayed optimally when only using images. As one of the information about its superior product, namely Coffee.

From the problems above, it is proposed to design and create a video advertisement that can be used as a support for promotions and information from Mitulungi to potential customers. The video ad also involves elements that exist in Multimedia, such as sound and video. Not sure that it has been able to visualize and illustrate the advantages that exist in Mitulungi Coffee itself.

From the statement above, the author tries to design and create a video advertisement using Liveshoot and B-roll techniques as a promotional medium for Mitulungi Coffee. In making this it is hoped that it will be a solution for promotion and information about the vibes of Mitulungi and the manufacture of drinks, namely Coffee.

Keywords: Advertising, Live Shoot, B-Roll, Coffee.