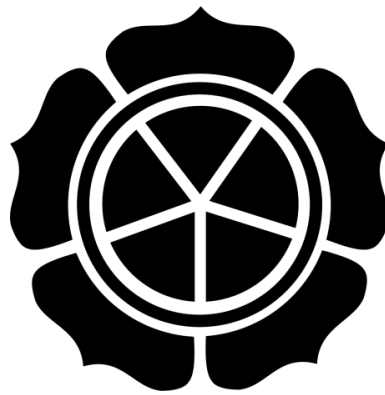


**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROFIL PADA BALE ROSO
RESTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh :

Ikke Nur Wulandari

11.12.6037

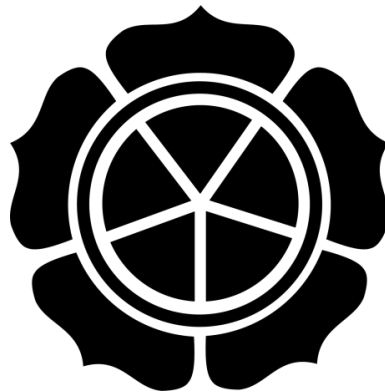
**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROFIL PADA BALE ROSO

RESTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI

SKRIPSI

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



disusun oleh :

Ikke Nur Wulandari

11.12.6037

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROFIL PADA BALE ROSO
RESTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

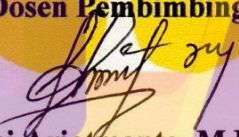
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ikke Nur Wulandari

11.12.6037

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 7 April 2015

Dosen Pembimbing,


Dhani Ariatmanto, M.Kom.

NIK. 190302197

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROFIL PADA BALE
ROSO RESTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan oleh

Ikke Nur Wulandari

11.12.6037

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 26 agustus 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

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

Dhani Ariatmanto, M.Kom.
NIK. 190302197

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK.190302215

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 2 September 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, 1 September 2015



Ikke Nur Wulandari

11.12.6037

MOTTO

- ✚ 12 Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu. (Q.S Al Insyirah : 6-8)
- ✚ Jangan berputus asa jika menghadapi kesulitan, karena tetes air hujan yang jernih berasal dari awan yang gelap.
- ✚ Segera laksanakan rencana keberhasilanmu di hari ini, jangan tunda lagi, jangan buang waktu, karena waktu tidak bisa menunggu.
- ✚ Orang yang malas telah membuang kesempatan yang diberikan Tuhan, padahal Tuhan tidak pernah menciptakan sesuatu dengan sia-sia. ~Mario Teguh
- ✚ Calon manusia sukses tidak akan pernah mengeluh, tapi akan sibuk memperbaiki diri dari kesalahan yang pernah dibuatnya

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

“Dia memberikan hikmah (ilmu yang berguna) kepada siapa yang dikehendakinya. Barang siapa yang mendapat hikmah itu Sesungguhnya ia telah mendapat kebajikan yang banyak. Dan tiadalah yang menerima peringatan melainkan orang-orang yang berakal”. (Q.S. Al-Baqarah: 269)

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT karena telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kusayangi

Bapak dan Mamaku tercinta,

Yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Bapak, mamak.. terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam hidupmu demi hidupku kalian ikhlas mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah, dalam lapar berjuang separuh nyawa hingga segalanya. Maafkan anakmu pak.. mak.. masih saja menyusahkanmu..

Adik dan saudara-saudaraku tersayang,

Terimakasih atas segala bantuan dan motivasinya, kalian adalah obat pelipur lara hatiku yang selalu menghiburku dalam keadaan terjatuh. Terima kasih.

Kesayanganku,

Sebagai tanda cinta kasihku, ku persembahkan karya kecil ini buatmu. Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga engkau pilihan yang terbaik buatku dan masa depanku. Terima kasih sayang..

Sahabatku ARISU & Teman kelas 11-S1SI-10

Buat sahabatku Rini, Arun, Shasha, dan Ajeng terima kasih atas bantuan, doa, nasehat, hiburan, traktiran dan semangat yang kalian berikan selama aku kuliah, aku tak akan melupakan semua yang telah kalian berikan selama ini. Dan teman-teman 11-S1SI-10 yang paling kompak.. Terima kasih.

Yogyakarta, 2 September 2015

Penulis

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur kepada Allah SWT, atas segala nikmat dan kesempatan mengenggam ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta sholawat salam kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan yang baik serta menjadi motivasi bagi penulis.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Komputer. Dengan selesainya skripsi yang berjudul “*Analisis Dan Perancangan Video Profil Pada Bale Roso Resto Sebagai Media Promosi*”, dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. M. Suyanto, MM., selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Dhani Ariatmanto, M.Kom., atas bimbingan, saran dan masukkan dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, MM., selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Kedua orang tuaku, Bapak Sumarso dan Mamak Istutik. Terima kasih.
5. Adikku Taufik dan saudaraku yang selalu memberikan semangat.
6. Untuk yang terkasih, yang selalu menyemangatiku dan selalu memberikan dukungan penuh untuk kelulusanku. Terima kasih.
7. Untuk sahabat-sahabat ku dan teman-teman S1-SI-10.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kekurangan karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan skripsi ini. Dan semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pengembangan pada bidang multimedia.

Yogyakarta, 2 September 2015

Penulis,

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	3
1.5.1 Pengumpulan Data	3
1.5.2 Metode Analisis	4
1.5.3 Metode Perancangan	4
1.5.4 Metode Pengembangan	4
1.5.5 Metode Testing	5
1.5.6 Metode Implementasi dan Pemeliharaan (Operasional)	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Video	9
2.2.1 Pengertian Video	9

2.2.2	Standar Video.....	9
2.2.3	Jenis-Jenis Video.....	11
2.2.4	Pengertian Periklanan.....	12
2.3	Company Profile.....	12
2.3.1	Pengertian Company Profile	12
2.3.2	Jenis-jenis Company Profile	13
2.3.3	Langkah Pengembangan Multimedia.....	15
2.4	Pengertian Visual Efek	17
2.5	Bahasa Gambar dan Gerakan Kamera	17
2.5.1	Bahasa Gambar	17
2.5.2	Bahasa Kamera	20
2.6	Tahapan Analisis	25
2.6.1	Analisis Kelemahan Sistem.....	25
2.6.2	Analisis Kebutuhan Sistem	30
2.6.3	Analisis Kelayakan Sistem.....	31
2.6.4	Testing.....	31
2.7	Fase Persiapan Produksi	31
2.7.1	Sinopsis	32
2.7.2	Storyboard.....	32
2.7.3	Skript.....	33
2.8	Fase Produksi.....	34
2.9	Post Production.....	35
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN	36
3.1	Tinjauan Umum.....	36
3.1.1	Latar Belakang Bale Roso Resto	36
3.2	Analisis	37
3.2.1	Analisis Kelemahan Video.....	37
3.2.2	Identifikasi Masalah	37
3.2.3	Analisis Kebutuhan Video Profil	42
3.2.4	Analisis Kelayakan Video Profil.....	45
3.3	Perancangan Video Profil.....	49

3.3.1 Tahapan Pra Produksi	50
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Implementasi	59
4.1.1 Persiapan Peralatan	60
4.1.2 Singkronisasi Jadwal Produksi.....	60
4.1.3 Proses Pengambilan Video (<i>Shooting</i>).....	61
4.1.4 Hasil Pengambilan Video.....	62
4.1.5 Compositing dan Editing	62
4.1.6 Mengevaluasi / <i>Review Editing</i>	69
4.1.7 Rendering	70
4.1.8 Mastering	70
4.1.9 Tampilan Hasil Video	71
4.2. Pembahasan	76
4.2.1 Kegunaan Lensa Kamera	76
4.2.2 Testing.....	79
4.2.2 Penerapan Video	80
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks SWOT	29
Tabel 2.2	Perancangan Produksi	32
Tabel 2.3	Contoh Skript	34
Tabel 3.1	Referensi Video Profil	37
Tabel 3.2	Hasil Wawancara	38
Tabel 3.3	Matriks SWOT	41
Tabel 3.4	Analisis Kelayakan Teknologi	46
Tabel 3.5	Hasil Analisis Kelayakan Strategik	48
Tabel 3.6	Biaya Produksi	49
Tabel 3.7	Rancangan Naskah Video Profil	51
Tabel 3.8	Rancangan Storyboard	54
Tabel 4.1	Tampilan Penggunaan Lensa	78
Tabel 4.2	Tabel Hasil Testing Pertama (<i>Alpha Test</i>)	79
Tabel 4.3	Tabel Hasil Testing Kedua (<i>Beta Test</i>)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Langkah Pengembangan Multimedia	16
Gambar 2.2	Long Shoot	18
Gambar 2.3	Full-leght shoot	18
Gambar 2.4	Extreme Wide Shoot	18
Gambar 2.5	Very Wide Shoot	18
Gambar 2.6	Medium Shoot (MS)	19
Gambar 2.7	Medium Close Up	19
Gambar 2.8	Extreme Close Up (ECU)	19
Gambar 2.9	Close Up (CU)	19
Gambar 2.10	Three Shot (3 shot)	20
Gambar 2.11	Two Shot (2 shot)	20
Gambar 2.12	Pan	20
Gambar 2.13	Tilt	21
Gambar 2.14	Dolly	22
Gambar 2.15	Track	22
Gambar 2.16	Pedestal (Boom) dan Crane	23
Gambar 2.17	Tiga camera angle yang berbeda	23
Gambar 2.18	High Angle	24
Gambar 2.19	Low Angle	24
Gambar 2.20	Straight Angle	24
Gambar 3.1	Diagram Perancangan Video Profil	49
Gambar 4.1	Bagan Produksi, Produksi dan Pasca Produksi	59
Gambar 4.5	Hasil Shooting	62
Gambar 4.6	Hasil Pengambilan Gambar (<i>Timelapse</i>)	63
Gambar 4.7	Proses editing Video <i>Timelapse</i>	64
Gambar 4.8	Rendering Tulisan Bale Roso Video Profil	65
Gambar 4.9	Menyusun Video dan Audio Pada Timeline	66
Gambar 4.10	Cutting pada Video	67
Gambar 4.11	Effects	67

Gambar 4.12 Coloring	68
Gambar 4.13 Lumetri Color	68
Gambar 4.14 Penambahan Titel	69
Gambar 4.15 Export Setting	70
Gambar 4.16 Tampilan Video 01	71
Gambar 4.17 Tampilan Video 02	71
Gambar 4.18 Tampilan Video 03	71
Gambar 4.19 Tampilan Video 04	72
Gambar 4.20 Tampilan Video 05	72
Gambar 4.21 Tampilan Video 06	72
Gambar 4.22 Tampilan Video 07	73
Gambar 4.23 Tampilan Video 08	73
Gambar 4.24 Tampilan Video 09	73
Gambar 4.25 Tampilan Video 10	74
Gambar 4.26 Tampilan Video 11	74
Gambar 4.27 Tampilan Video 12	74
Gambar 4.28 Tampilan Video 13	75
Gambar 4.29 Tampilan Video 14	75
Gambar 4.30 Tampilan Video 15	75
Gambar 4.31 Lensa Canon 18-200mm	76
Gambar 4.32 Lensa Helios 44M 58mm f/2	77
Gambar 4.33 Lensa Samyang 8mm f/3.5	77
Gambar 4.31 Tampilan Sharing pada Youtube	83
Gambar 4.32 Tampilan Akun Youtube Bale Roso	83
Gambar 4.30 Tampilan Video Profil Bale Roso	83

INTISARI

Iklan berupa video profil dapat diubah dan dikembangkan setiap saat dan hasilnya dapat ditayangkan saat itu juga dengan teknologi multimedia yang semakin berkembang yang dapat digunakan untuk membuat video iklan yang efektif. Masih kurangnya media promosi yang digunakan untuk memberikan informasi kepada pelanggan. Termasuk Bale Roso Resto yang bergerak pada bidang kuliner.

Selama ini Bale Roso Resto hanya dipromosikan melalui brosur, pamflet, dan media social seperti Facebook, dan melalui radio. Media tersebut masih dirasa minim dan cakupannya masih terbatas. Karena hanya menggunakan salah satu jenis teks, gambar, atau audio saja, tidak menggabungkan ketiganya. Maka dengan adanya media promosi berupa video profil membantu menyebarkan informasi tentang Bale Roso Resto dan bisa mencapai tujuan yang maksimal dari yang diharapkan karena kelebihan video dibanding materi posting lainnya adalah dapat menampilkan gambar dan suara di saat yang bersamaan.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan analisis kemudian memberikan hasilnya ditujukan kepada pihak Bale Roso untuk memberikan solusi atau saran dalam pembuatan media promosi. Peneliti juga membuat sebuah video profil yang nantinya dapat digunakan untuk membantu mempromosikan Bale Roso Resto.

Kata-kunci : Video Profil, Video Company Profil, Periklanan

ABSTRACT

Advertising in the form of videos and developed profiles can be changed at any time and the results can be displayed at that moment with the growing multimedia technology that can be used to create effective video ads. There is still a lack of a media campaign that used to provide information to customers. Including Bale Roso Resto engaged in the culinary field.

During Bale Roso Resto only promoted through brochures, pamphlets, and social media such as Facebook, and via radio. Media is still considered minimal and coverage is still limited. Because it only uses one type of text, images, or audio only, do not combine all three. So with the promotion of media such as video profiles help disseminate information about Bale Roso Resto and can achieve maximum goals than expected due to excess post material other than the video is able to display images and sound at the same time.

In this study, the researchers conducted an analysis and then provide the results to the Bale Roso intended to provide a solution or suggestion in the manufacture of a media campaign. Researchers also made a video profile which will

Keyword: *video profiles, company profiles, video advertising*