

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI MANTRAS
KOPI YOGYAKARTA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT
DAN B-ROLL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh
MOH IKHWAN
18.11.1882

Kepada

FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI MANTRAS
KOPI YOGYAKARTA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT
DAN B-ROLL**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh
MOH IKHWAN
18.11.1882

Kepada

FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI MANTRAS KOPI
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN
B-ROLL

yang disusun dan diajukan oleh

MOH IKHWAN
18.12.1882

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 November 2022

Dosen Pembimbing,

RAKHMA SHAFRIDA
KURNIA, S.Kom, M.Kom
NIK. 190302355

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI MANTRAS KOPI
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN
B-ROLL

yang disusun dan diajukan oleh

MOH IKHWAN

18.11.1882

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 November 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Nuri Cahyono, M.Kom

NIK. 190302278

Ika Nur Fajri, M.Kom

NIK. 190302268

Rakhma Shafrida Kurnia, S.kom., M.Kom

NIK. 190302355

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 25 November 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Moh Ikhwan
NIM : 18.11.1882

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI MANTRAS KOPI
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN B-ROLL**

Dosen Pembimbing : Rakhma Shafrida Kurnia, S.Kom., M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian **SAYA** sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 25 November 2022

Yang Menyatakan,



Moh. Ikhwan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan ridho Nya yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, dan kekuatan. Atas segala karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Selain itu saya berterima kasih kepada orang-orang yang sangat berarti dalam proses pembuatan skripsi ini :

1. Orang tua saya, bapak Suyono dan Ibu Titik Ekowati yang telah memberikan dukungan dan semangat moral, spiritual serta material yang tak ternilai harganya.
2. Dosen Pembimbing saya, Ibu Rakhma Shafrida Kurnia. S.kom M.kom yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman yang membantu dalam proses produksi Alex, Endra, Denny, Intan & Bima.
4. Kepada Bapak Sigit Purwadi selaku pemilik Mantras Kopi.
5. Semua teman-teman yang maaf sekali tak bisa saya sebutkan satu persatu karena keterbatasan tempat, karena banyak dari kalian sangat membantu dan mendukung saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wata'ala atas segala limpahan rahmat dan ridho-Nya yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, kemudahan, keteguhan, dan membekali anugerah ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI MANTRAS KOPI YOGYAKARTA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT DAN B-ROLL”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan di Program Strata-1 Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta. Banyak pihak yang telah mendukung terselesainya skripsi ini, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Rakhma Shafrida Kurnia. S.kom M.kom. Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, saran, semangat, motivasi selama bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat bagi saya kedepannya.
4. Dosen penguji, terima kasih atas saran dan kritiknya sehingga penelitian ini menjadi lebih baik lagi.

Penulis juga memohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis berhadap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 26 November
2022



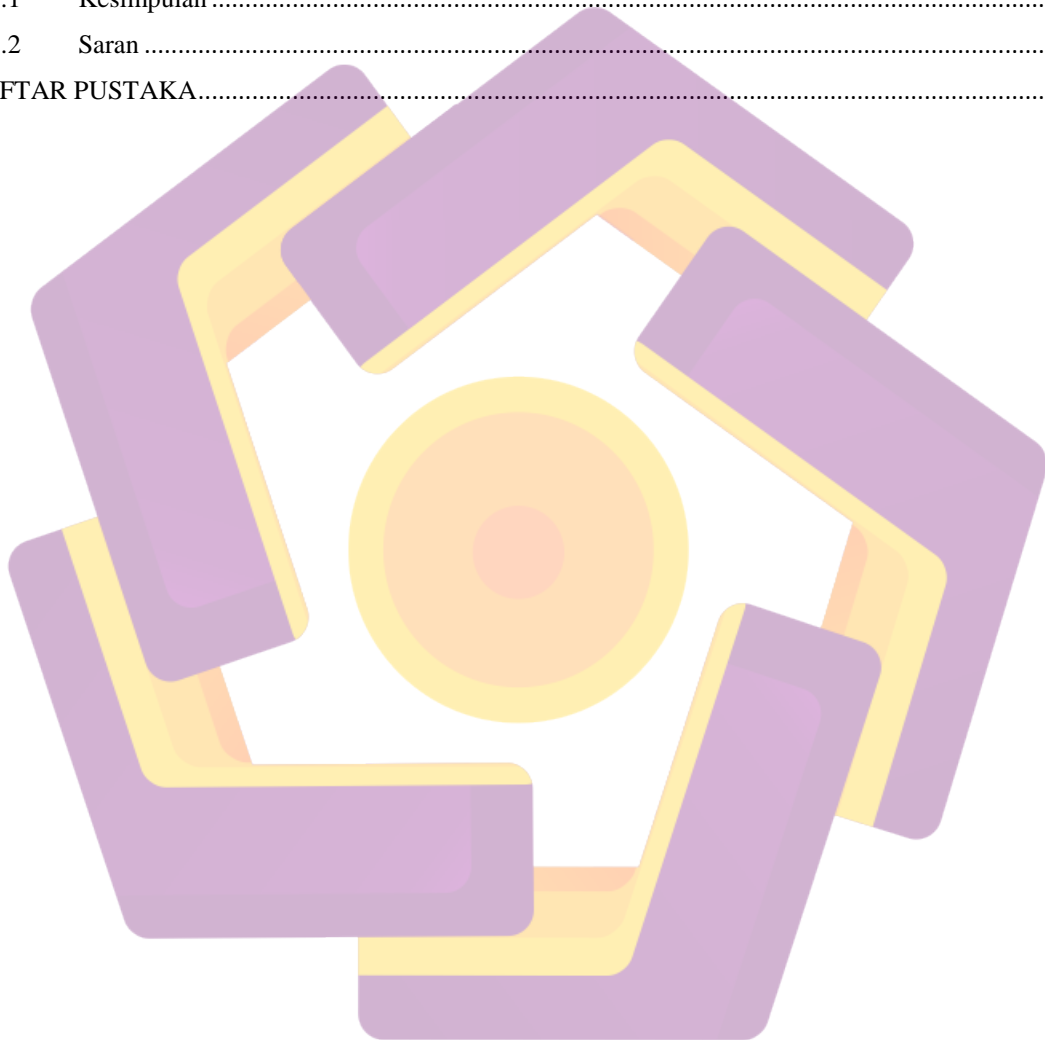
Moh. Ikhwan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	8
HALAMAN PERSETUJUAN	9
HALAMAN PENGESAHAN	10
HALAMAN PERSEMBAHAN	12
KATA PENGANTAR	13
DAFTAR ISI	14
DAFTAR GAMBAR	17
DAFTAR TABEL	18
INTISARI	19
ABSTRACT	20
BAB I PENDAHULUAN	21
1.1 Latar Belakang Masalah	21
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian	23
1.4 Manfaat Penelitian	23
BAB II	24
TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Studi Literatur	24
2.2 Dasar Teori	31
2.2.1 Multimedia	31
2.2.2 Pengertian Video	32
2.2.3 Video Promosi	33
2.2.4 Format video	33
2.2.5 Pengertian Presentasi	36
2.2.6 Iklan Instagram	37
2.2.7 Devinisi <i>Live shoot</i>	38
2.2.8 Teknik Pengambilan Gambar	38
2.2.9 Sinematografi	40
2.3 Metode Analisis	40
2.3.1 Analisis SWOT	40
2.3.2 Analisis Kebutuhan	44
2.4 Metode Perancangan	45

2.4.1	Tahap Produksi Video	45
2.5	Story Board	46
2.6	Metode Testing	47
2.6.1	Skala Likert	47
2.6.2	Skala Menentukan Interval	47
2.6.3	Rumus Presentase	48
2.6.4	B-roll	48
2.6.5	Mantras Kopi	49
BAB III	50
METODE PENELITIAN	50
3.1	Gambaran Umum	50
3.1.1	Visi dan Misi	50
3.1.2	Struktur Mantras Kopi	50
3.1.3	Desain Logo	51
3.2	Alur Penelitian	52
3.3	Metode Pengumpulan Data	53
3.3.1	Metode Wawancara	53
3.3.2	Metode Observasi	54
3.4	Analisis	55
3.4.1	Analisis SWOT	55
3.5	Solusi Yang Disarankan	58
3.5.1	Solusi Yang Dipilih	58
3.5.2	Analisis Kebutuhan Fungsional	58
3.5.3	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	58
3.6	Tahap Perancangan	60
3.6.1	Pra Produksi	60
BAB IV	67
HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1	Pembahasan	67
4.2	Tahap Produksi	67
4.2.1	Pengambilan gambar	67
4.3	Pasca Produksi	67
4.3.1	Persiapan Bahan	68
4.3.2	Editing	68
4.4	Evaluasi Hasil	74
4.4.1	Alpha Testing	74

4.4.2	Beta Testing.....	76
4.4.3	Kuesioner Faktor Informasi dan Aspek Multimedia.....	76
4.4.4	Implementasi Promosi Instagram Ads.....	83
4.4.5	Penyerahan Video Kepihak Mantras Kopi	84
BAB V.....		86
PENUTUP.....		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....		88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Storyboard.....	46
Gambar 2. 2 Rumus Interval.....	47
Gambar 3. 1 Desain Logo Mantras Kopi.....	51
Gambar 3. 2 Alur Penelitian.....	52
Gambar 4. 1 Folder Bahan Editing.....	68
Gambar 4. 2 Penggabungan Hasil Pengambilan Gambar.....	69
Gambar 4. 3 Animasi Logo Mantras Kopi.....	70
Gambar 4. 4 Jump Cut Antar Scene.....	71
Gambar 4. 5 Pembuatan Black bar.....	71
Gambar 4. 6 Color Grading.....	72
Gambar 4. 7 Sebelum Color Grading.....	72
Gambar 4. 8 Sesudah Color Grading.....	73
Gambar 4. 9 Rendering.....	74
Gambar 4. 10 Diagram Hasil Kuesioner.....	82
Gambar 4. 11 Insight Video Promosi Mantras Kopi.....	84
Gambar 4. 12 Pengiriman Video ke Email Owner Mantras Kopi.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang relevan.....	25
Tabel 2. 2 Matriks SWOT	42
Tabel 2. 3 Interval.....	48
Tabel 3. 1 Struktur Mantras Kopi.....	51
Tabel 3. 2 Wawancara	54
Tabel 3. 3 Analisis SWOT.....	56
Tabel 3. 4 Analisis Kebutuhan Hardware.....	59
Tabel 3. 5 Analisis Kebutuhan Software.....	59
Tabel 3. 6 Sumber Daya Manusia	60
Tabel 3. 7 Storyboard video promosi Mantras Kopi	61
Tabel 4. 1 Alpha Testing	75
Tabel 4. 2 Beta Testing.....	76
Tabel 4. 3 Kuesioner Faktor Informasi dan Aspek Multimedia.....	77
Tabel 4. 4 Interval Skala.....	80
Tabel 4. 5 Interpretasi Skor.....	80
Tabel 4. 6 Hasil Rekap Kuesioner Factor Informasi dan Aspek Multimedia.....	81

INTISARI

Mantras kopi adalah *coffeshop* yang berasal dari kota Yogyakarta, Mantras kopi berdiri sejak tahun 2019 yang beralamatkan di Jl. Sidanti Joho, sambisari, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Usaha *coffeshop* ini menggunakan sosial media untuk mempromosikan produknya. Akan tetapi, karena Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemilik mantras kopi membuat *coffeshop* ini kurang di kenal di yogyakarta. Mempertimbangkan fakta yang telah di dapat, maka diperlukan media promosi yang baru untuk mempromosikan *coffeshop* mantras kopi. Strategi penelitian yang digunakan adalah *Linier Strategy*, hasil perancangan dari penelitian ini berupa media audio visual dalam bentuk video promosi, video promosi akan dibuat dengan durasi 60 detik akan upload ke media sosial instagram, dengan adanya perancangan video promosi ini diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen dan dapat membuat mantras kopi dikenal lebih luas.

Kata kunci: *coffeshop*, Media promosi, Video promosi, sosial media



ABSTRACT

Mantras Kopi is a coffee shop originating from the city of Yogyakarta, Mantras Kopi was established in 2019 which is located at Jl. Sidanti Joho, Sambisari, Condongcatur, Kec. Depok, Sleman Regency, Yogyakarta Special Region, This coffeeshop business uses social media to promote its products. However, due to the lack of promotion carried out by the owner of the Coffee Mantra, this coffeeshop is less well known in Yogyakarta. Considering the facts that have been obtained, a new promotional media is needed to promote coffee shop mantras kopi. The research strategy used is Linear Strategy, the results of the design of this study are audio-visual media in the form of promotional videos, promotional videos will be made with a duration of 60 seconds and will be uploaded to social media Instagram, with the design of this promotional video, it is expected to increase consumer buying interest and can make coffee mantras more widely known.

Keywords: *coffeeshop, promotion media, promotional video, social media*

