

**IMPLEMENTASI TEKNIK B-ROLL PADA PEMBUATAN VIDEO
IKLAN PRODUK BURGER-IN**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



diajukan oleh

MUHAMMAD NAUFAL ABDILLAH

18.11.2004

Kepada

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI INFORMATIKA

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

**IMPLEMENTASI TEKNIK B-ROLL PADA PEMBUATAN
VIDEO IKLAN PRODUK BURGER-IN**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



diajukan oleh

MUHAMMAD NAUFAL ABDILLAH

18.11.2004

Kepada

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI INFORMATIKA

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI TEKNIK B-ROLL PADA PEMBUATAN VIDEO IKLAN
PRODUK BURGER-IN**

yang disusun dan diajukan oleh
Muhammad Naufal Abdillah
18.11.2004

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 19 September 2022

Dosen Pembimbing,


M. Tofa Nurcholis, M. Kom

NIK. 190302281

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI TEKNIK B-ROLL PADA PEMBUATAN VIDEO IKLAN
PRODUK BURGER-IN**

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Naufal Abdillah

18.11.2004

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 September 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Mei P Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

NIK. 190302215

Muhammad Tofa Nurcholis, M.Kom

NIK. 190302281

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 19 September 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 : Muhammad Naufal Abdillah
NIM : 18.11.2004

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Implementasi Teknik B-Roll Pada Pembuatan Video Iklan Produk Burger-In

Dosen Pembimbing : M. Tofa Nurcholis, 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, 19 September 2022

Yang Menyatakan,



Muhammad Naufal Abdillah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas Akhir ini tidak lepas dengan bantuan – bantuan orang sekitar, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua, yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan semangat serta bekerja tak kenal lelah demi membantu menyelesaikan pendidikan penulis.
2. Bapak M. Tofa Nurcholis, M. Kom yang telah membimbing saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
3. Semua dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada saya selama perkuliahan.
4. Mas Dion dan Mba Bunga selaku owner Burger-In, objek penelitian ini yang sangat berperan penting dalam kelancaran penyusunan skripsi.
5. Athalla Zalfaa Albari, Much Sulaiman Khafidin yang telah menemani dan bersedia mengisi voice over dalam proses pembuatan video iklan dalam skripsi ini.
6. Izul Hakim yang telah membantu menghubungkan dengan pihak Burger-In.
7. Teman-teman grub whatsapp bebek terbang kelas informatika 03.
8. Semua teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI TEKNIK B-ROLL PADA PEMBUATAN VIDEO IKLAN PRODUK BURGER-IN”** dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Selanjutnya penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan, bimbingan, dukungan, semangat, dan nasehat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak M. Tofa Nurcholis, M. Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan kepada penulis.
3. Kedua orang tua, yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan semangat serta bekerja tak kenal lelah demi membantu menyelesaikan pendidikan penulis.
4. Burger-In selaku objek penelitian ini yang sangat berperan penting dalam kelancaran penyusunan skripsi.
5. Teman-teman yang telah memberikan dukungan, semangat, dan masukan kepada penulis.

Yogyakarta, 22 September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Literature Review	4
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Multimedia	7
2.2.2 <i>B-Roll</i>	8
2.2.3 Iklan	8
2.2.4 Instagram	9
2.2.5 Analisis <i>SWOT</i>	10
2.2.6 Proses Produksi	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Alur Penelitian	16
3.2 Pengumpulan Data	17
3.2.1 Wawancara	17

3.2.2	Observasi.....	22
3.2.3	Studi pustaka	23
3.3	Analisis Data	23
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	24
3.3.1	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	24
3.3.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	24
3.5	Tahap Pembuatan Video.....	25
3.5.1	Tahap <i>Pre-production</i>	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Implementasi	31
4.1.1	Tahap <i>Production</i>	31
4.1.2	Tahap <i>Post-production</i>	32
4.1.3	Publikasi.....	37
4.2	Pengujian	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		45
5.1	Kesimpulan	45
5.2	Saran	45
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN		48

DAFTAR TABEL

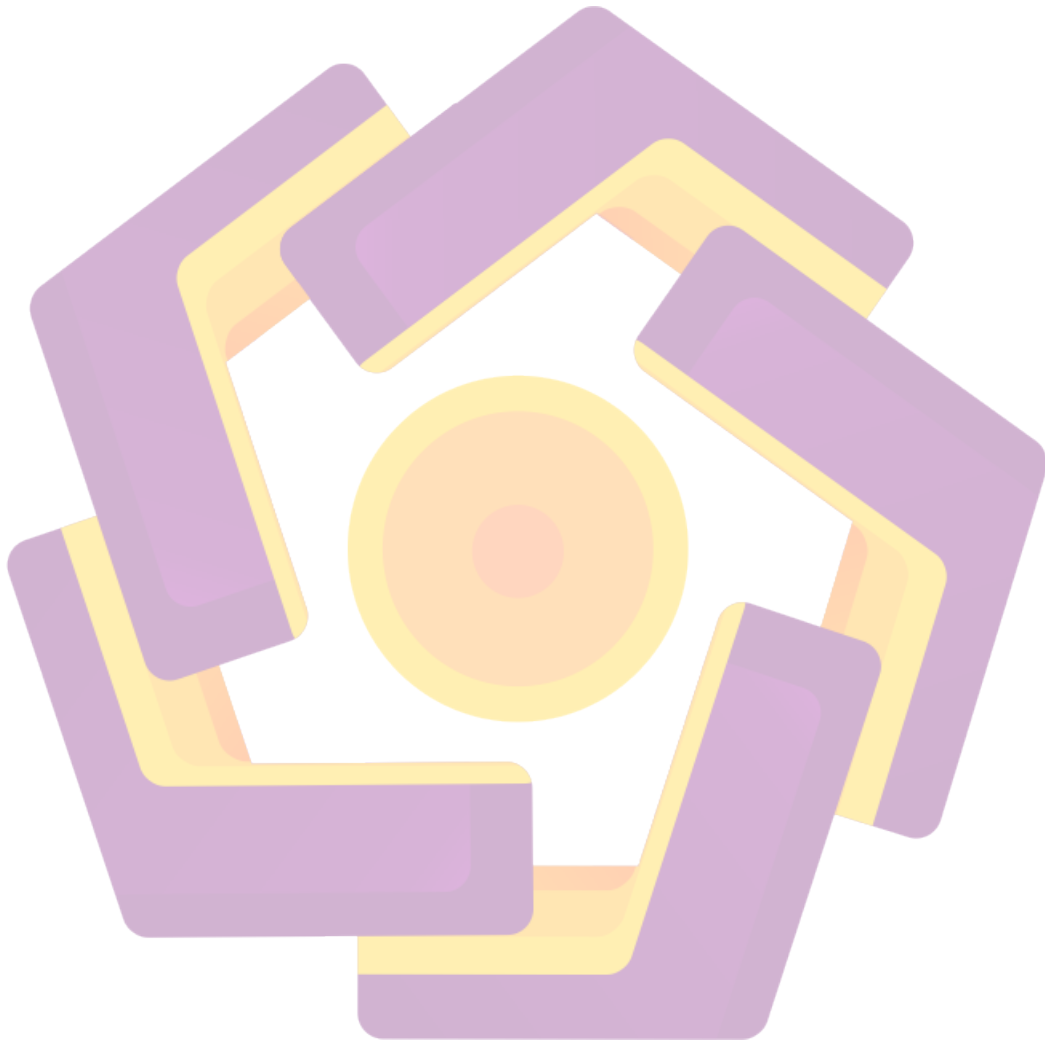
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Penjelasan Tentang Gambar 3.2.....	17
Tabel 3.2 Penjelasan Tentang Gambar 3.3.....	19
Tabel 3.3 Penjelasan Tentang Gambar 3.4.....	21
Tabel 3.4 Analisis <i>SWOT</i>	23
Tabel 3.5 Kebutuhan <i>Hardware</i>	24
Tabel 3.6 Kebutuhan <i>Software</i>	25
Tabel 3.7 Kebutuhan <i>Brainware</i>	25
Tabel 3.8 <i>Storyboard</i>	26
Tabel 3.9 Sumber Musik dan <i>Sound Effects</i>	29
Tabel 3.10 Alat Produksi dan Biaya Produksi	29
Tabel 3. 11 Kebutuhan Kru dan Aktor/Aktris.....	30
Tabel 4.1 Penjelasan Tentang Gambar 4.12.....	39
Tabel 4.2 Penjelasan Tentang Gambar 4.13.....	40
Tabel 4.3 Tabel 4.3 Penjelasan Tentang Gambar 4.14	42
Tabel 4.4 Penjelasan Tentang Gambar 4.15.....	44
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Menyeluruh.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Bagian Naskah Video di <i>Storyboard</i>	12
Gambar 2.3 Bagian dari <i>Storyboard</i>	13
Gambar 2.4 <i>Storyboard</i> dan Naskah disatukan	14
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	16
Gambar 3.2 <i>Insights</i> 13 – 26 Mei 2022 Bagian Akun Yang Dijangkau	17
Gambar 3.3 <i>Insights</i> 13 – 26 Mei 2022 Bagian Akun Yang Berinteraksi	19
Gambar 3.4 <i>Insights</i> 13 - 26 Mei 2022 Bagian Pengikut.....	21
Gambar 3.5 Halaman Burger-In	22
Gambar 3.6 Jarak Antara Burger-In Dengan Tugu Jogja	23
Gambar 4.1 Lokasi Perekaman Video	31
Gambar 4.2 Proses Perekaman Video.....	32
Gambar 4.3 Proses Penggabungan Video	33
Gambar 4.4 Proses Penambahan Suara.....	33
Gambar 4.5 Proses <i>Color Correction</i>	34
Gambar 4.6 <i>Before/After Color Correction</i>	35
Gambar 4.7 Proses <i>Effects</i> Logo.....	36
Gambar 4.8 Proses Pemberian <i>Effects Subtitle</i>	36
Gambar 4.9 Proses <i>Rendering</i>	37
Gambar 4.10 Tampilan <i>Export Setting</i> Adobe Media Encoder 2019	37
Gambar 4.11 Video Iklan Produk di Instagram Burger-In	38
Gambar 4.12 <i>Insights</i> 30 Juli - 12 Agustus 2022 Bagian Akun Yang Dijangkau. 39	
Gambar 4.13 <i>Insights</i> 30 Juli - 12 Agustus 2022 Bagian Akun Yang Berinteraksi	40
Gambar 4.14 <i>Insights</i> 30 Juli - 12 Agustus 2022 Bagian Pengikut	42
Gambar 4.15 Data Interaksi Antara 2 <i>Posts</i>	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 48



INTISARI

Burger-In merupakan tempat makan yang menyajikan berbagai macam makanan burger. Beroperasi sejak 2021 berlokasi di Yogyakarta. Dalam mempromosikan produknya Burger-In menggunakan Instagram sebagai media utama dan mereka masih menggunakan media visual statis contohnya poster, foto dan lainnya. Akan tetapi media sosial Instagram sedang membuat perubahan dimana lebih difokuskan pada konten video yang diunggah di fitur terbaru Instagram yaitu *reels* dibanding dengan konten poster atau foto.

Dalam penelitian ini, peneliti akan membuat video iklan produk Burger-In dengan menggunakan teknik *B-Roll* sebagai media promosi dan berupaya untuk meningkatkan interaksi pada akun sosial media Instagram Burger-In. Penelitian ini menggunakan metode penelitian wawancara, observasi, studi pustaka, analisis SWOT, dan metode pembuatan video yang berupa *pre-production*, *production*, *post-production*.

Dari penelitian ini telah dihasilkan video yang memuat tentang informasi produk burger *bull's flesh* dari Burger-In dan penggunaan video iklan dengan teknik *B-Roll* dapat meningkatkan interaksi pada akun sosial media Instagram Burger-In dibandingkan menggunakan media visual statis yaitu poster dan foto yang pernah Burger-In lakukan sebelumnya.

Kata kunci: *B-Roll*, video, promosi, interaksi

ABSTRACT

Burger-In is a place to eat that serves a variety of burgers. Operated since 2021 located in Yogyakarta. In promoting their products, Burger-In uses Instagram as the main media and they still use static visual media such as posters, photos and others. However, Instagram social media is making changes where it is more focused on video content uploaded on Instagram's newest feature, namely reels, rather than poster or photo content.

The researchers will create a video advertisement for Burger-In products using the B-Roll technique as a promotion media and seek to increase interaction on Burger-In's Instagram social media accounts. This research uses interview research methods, observation, literature study, SWOT analysis, and video making methods in the form of pre-production, production, post-production.

From this research, a video has been produced that contains information about Burger-In's burger bulls flesh and the use of video advertisements with the B-Roll technique can increase interaction on Burger-In's Instagram social media accounts compared to using static visual media, namely posters and photos that have been Burger-In do before.

Keywords: *B-Roll, video, promotion, interaction, instagram*

