

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA KEDAI
DUADUA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

SUHARTO ABDUL AZIZ

16.12.9268

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA KEDAI
DUADUA**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Sistem Informasi



Disusun oleh :

SUHARTO ABDUL AZIZ

16.12.9268

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER UNIVERSITAS
AMIKOMYOGYAKARTA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA KEDAI DUADUA

yang disusun dan diajukan oleh

Suharto Abdul Aziz
16.12.9268

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 19 November 2022

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA KEDAI DUADUA

yang disusun dan diajukan oleh

Suharto Abdul Aziz

16.12.9268

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 November 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Agung Nugroho, M.Kom
NIK. 190302242

M. Nur Aminudin, 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 19 November 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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 atay 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, 27 November 2022



Suharto Abdul Aziz

NIM 16.12.9268

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas segala nikmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Allah.

Untuk karya yang sederhana ini, maka saya persembahkan untuk :

- Ayah, Ibu, dan kakak saya

Apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat, dan juga air mata bagi saya. Terimakasih atas segala dukungan kalian, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita – cita.

- Sahabat dan seluruh teman

Tanpa kalian mungkin masa – masa kuliah saya akan menjadi biasa – biasa saja, untuk Agustinus Widodo, Taufiqurrohman, Renaldi Taufiq Al Hakim, Deri Yanto, Bintang Yoga Pamungkas, teman saya dikampus juga dikos terimakasih selalu membantu perihal tugas, kerja kelompok, dan tempat tinggal selama saya study, saya bisa lulus berkat bantuan kalian. Untuk teman saya sekaligus pemilik “KEDAI DUADUA” Mochamad Aziz Setyawan terima kasih atas support dan dukungan selama saya mulai hingga menyelesaikan skripsi ini.

- Dosen Pembimbing

Kepada Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku dosen pembimbing saya yang paling baik dan bijaksana, terimakasih karena sudah memberikan support dan bantuannya, sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT. Yang melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang judul “ PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA KEDAI DUADUA ” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis sada skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada:

1. Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer.
2. Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberi motivasi, saran dan bimbingan sejak penyusunan laporan dari awal hingga terselesainya laporan ini.
3. Dosen penguji yang telah banyak memberikan bantuan, serta motivasinya.
4. Kedua orang tua dan keluarga, terima kasih atas doanya, semangat dan dukungannya selama saya menjalankan hingga menyelesaikan studi.
5. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan bantuan, mendoakan serta memberikan dukungan moral dan material yang berharga bagi penulis.
6. Semua dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu selama menempuh kuliah.

Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saran dan kritik yang sifatnya membangun bagi penulis dan laporan ini saya harapkan berguna dan bermanfaat bagi pembaca, Terima kasih.

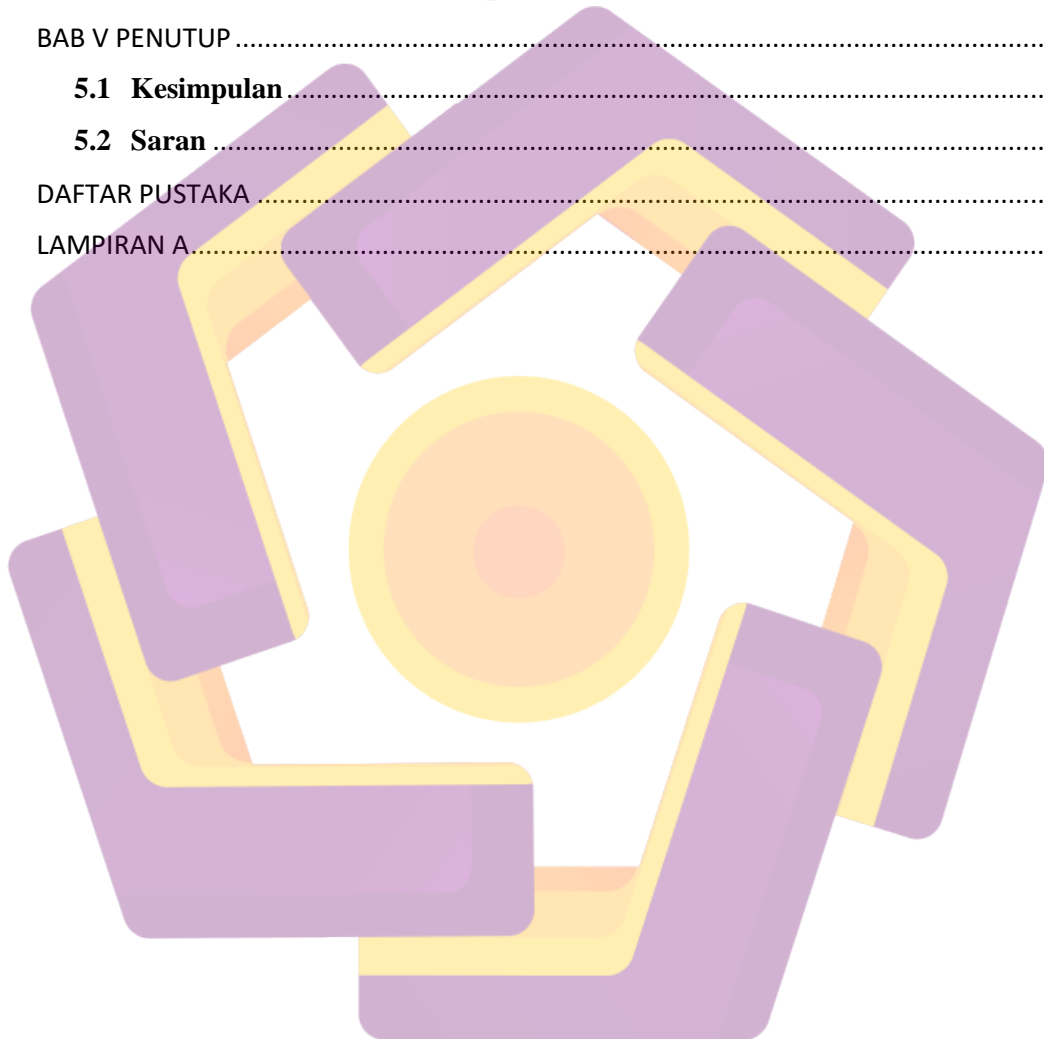
DAFTAR ISI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN SOSIAL MEDIA KEDAI DUADUA	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
<i>INTISARI</i>	vii
<i>ABSTRAK</i>	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.5.1 Menfaat Bagi Penulis	3
1.5.2 Manfaat Bagi Kedai Duadua	3
1.6 Metode Penelitian	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Analisis	4
1.6.3 Metode Perancangan	5
1.6.4 Metode Evaluasi	6
1.6.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Dasar Teori	13
2.2.1 Pengertian Multimedia	13
2.3 Konsep Dasar Iklan	13
2.3.1 Definisi Iklan	13

2.3.2	Jenis-Jenis Periklanan	14
2.3.2.1	Iklan Komersil	14
2.3.2.2	Iklan Tidak Komersil	14
2.3.3	Definisi Iklan	14
2.4	Media Sosial	15
2.4.1	Definisi Media Sosial	15
2.4.2	Instagram	16
2.5	Konsep Dasar Video	16
2.5.1	Pengertian Video	16
2.5.2	Standar Video	16
2.5.3	Jenis-Jenis Video	18
2.6	Live shoot	19
2.6.1	Definisi Live shoot	19
2.6.2	Type Live shoot	19
2.6.2.1	<i>Close Up (C.U)</i>	19
2.6.2.2	<i>Medium Close Up (M.C.U)</i>	20
2.6.2.3	<i>Extreme Close Up (E.C.U)</i>	20
2.6.2.4	<i>Medium Shoot (M.S)</i>	20
2.6.2.5	<i>Long Shoot (L.S)</i>	20
2.6.2.6	<i>Very Long Shoot (V.L.S)</i>	20
2.7	Analisis SWOT	20
2.8	Analisis Kebutuhan Sistem	22
2.9	Metode Perancangan	22
2.9.1	Pra Produksi	22
2.9.2	Produksi	23
2.9.3	Pasca roduksi	24
2.10	Metode Evaluasi	25
2.10.1	Skala Linkert	25
2.10.2	Rumus Skala Likert	26
2.10.3	Perhitungan Skala Linkert	27
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		29
3.1	Tinjauan Umum	29
3.1.1	Profile Kedai Duadua	29

3.1.2	Visi dan Misi	29
3.1.2.1	Visi	29
3.1.2.2	Misi	30
3.1.3	Alamat	30
3.1.4	Struktur Organisasi	30
3.2	Metode Pengumpulan Data	31
3.2.1	Metode Observasi	31
3.2.2	Metode Wawancara	32
3.3	Metode Analisis	35
3.3.1	Analisis SWOT	35
3.3.2	Identifikasi Masalah	36
3.3.3	Solusi Yang Ditawarkan	36
3.3.4	Solusi Yang Dipilih	37
3.4	Analisis Kebutuhan	37
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	37
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	38
3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware)	38
3.4.2.2	Kebutuhan Software	39
3.4.2.3	Kebutuhan Sumber Daya Manusia	39
3.5	Tahapan Pra Produksi	40
3.5.1	Ide/Konsep	40
3.5.2	Naskah	41
3.5.3	Storyboard	42
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Tahapan Produksi	46
4.1.1	Pengambilan Gambar (<i>Shooting</i>)	46
4.1.2	Pengumpulan Aset	47
4.1.3	Pengumpulan Audio	48
4.2	Tahapan Pasca Produksi	49
4.2.1	Editing	49
4.2.2	Rendering	54
4.3	Evaluasi	55
4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional Dengan Hasil Akhir	55

4.3.2	Kuesioner	57
4.3.2.1	Kuesioner Faktor Informasi	57
4.3.2.2	Kuesioner Faktor Multimedia	58
4.4	Implementasi	60
4.4.1	Publikasi Media	60
4.4.2	Penyerahan Video Kepada Pihak Kedai Duadua	65
BAB V PENUTUP		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN A		70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	10
Tabel 2. 1. Presentasi Skala Like	27
Tabel 3.1 Wawancara.....	32
Tabel 3.2 Analisa SWOT	35
Tabel 3.3 Kebutuhan perangkat produksi	38
Tabel 3.4 Kebutuhan perangkat editing	38
Tabel 3.5 Kebutuhan perangkat lunak	39
Tabel 3.6 Storyboard.....	42
Tabel 4.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional	55
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Faktor Informasi.....	57
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Faktor Multimedia.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Kedai Duadua	29
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kedai Duadua.....	30
Gambar 3.3 Tampilan Instagram Kedai Duadua.....	31
Gambar 4.1 Pengambilan Gambar Sesuai Storyboard.....	46
Gambar 4.2 Pengambilan Gambar Sesuai Storyboard.....	47
Gambar 4.3 Logo Kedai Duadua 1	48
Gambar 4.4 Logo Kedai Duadua 2	48
Gambar 4.5 Audio yang telah dikumpulkan	49
Gambar 4.6 Membuat Composisi Baru.....	50
Gambar 4.7 <i>Import Video dan Aset</i>	50
Gambar 4.8 Tampilan <i>Timeline</i>	51
Gambar 4.9 Menambahkan Warp Stabilizer.....	51
Gambar 4.10 Tampilan Speed / Duration	52
Gambar 4.11 Menambahkan Text.....	52
Gambar 4.12 Memberikan Transisi.....	53
Gambar 4.13 Perbandingan Video Sebelum Color Grading.....	53
Gambar 4.14 Perbandingan Video Sesudah Color Grading	53
Gambar 4.15 Export Settings Premiere Pro 2022	54
Gambar 4.16 Proses Rendering.....	54
Gambar 4.17 Menentukan Tujuan Iklan	61
Gambar 4.18 Menentukan Target Penonton	62
Gambar 4.19 Menentukan Target Lokasi Iklan	62
Gambar 4.20 Menentukan Minat Penonton	62
Gambar 4.21 Menentukan Usia dan Jenin Kelamin Penonton	63
Gambar 4.22 Menentukan Anggaran Biaya Iklan.....	63
Gambar 4.23 Informasi Promosi Iklan.....	64

INTISARI

Perkembangan dunia usaha cafe yang semakin pesat, menuntut kebutuhan akan informasi dan promosi agar Kedai Duadua semakin diminati oleh customer. Menurut Pemilik Kedai Duadua, promosi yang dilakukan untuk menarik konsumen sudah dilakukan dengan menggunakan media sosial instagram, akan tetapi pemilik Kedai Duadua sendiri hanya memanfaatkan media instagram tersebut hanya sebagai katalog untuk memberikan informasi – informasi terkait tentang Kedai Duadua dan seputar produk yang mereka jual.

Pemilik Kedai Duadua merasa metode promosi yang dilakukan tersebut dirasa masih belum cukup. Oleh karena, itu penulis menyarankan untuk membuat video iklan dengan Menggunakan Live Shoot agar mampu menarik minat masyarakat untuk berkunjung atau hanya Memesan kopi untuk di nikmati dirumah. Dengan ini penulis membuat penelitian dengan judul "Pembuatan Iklan Menggunakan Live Shoot Sebagai Media Promosi Di Kedai Duadua", dengan harapan dapat menjadi solusi dalam pemecahan masalah pada promosi, dan menaikkan jumlah pemasukan di Kedai Duadua.

Kata Kunci: Iklan, Promosi, Multimedia, Liveshoot.

ABSTRAK

The rapid development of the cafe business world demands the need for information and promotions so that Kedai Duadua is increasingly in demand by customers. According to the owner of Kedai Duadua, promotions carried out to attract consumers have been carried out using social media Instagram and Facebook, but the owners of Kedai Duadua themselves only use the Instagram media as a catalog to provide related information about Kedai Duadua and about the products they sell.

*The owner of Kedai Duadua feels that the promotional method used is still not enough. Therefore, the authors suggest making video advertisements using Live Shoot to attract people's *interest* to visit or just order coffee to be enjoyed at home. With this, the author makes a research entitled "Creating Advertisements Using Live Shoot as Promotional Media at Kedai Duadua ". with the hope that it can be a solution in solving problems in promotion, and increasing the amount of income at Kedai Duadua .*

Keywords: Advertising, Promotion, Multimedia, Liveshoot

