

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PERIKLANAN
SELAKSA KOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Farizal Gilang Ramadhan

17.12.0499

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2022

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PERIKLANAN
SELAKSA KOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Farizal Gilang Ramadhan

17.12.0499

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PERIKLANAN
SELAKSA KOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang disusun dan diajukan oleh

Farizal Gilang Ramadhan

17.12.0499

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 30 Desember 2020

Dosen Pembimbing,

Harvoko, S.Kom, M.Cs

NIK. 190302286

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PERIKLANAN
SELAKSA KOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Farizal Gilang Ramadhan

17.12.0499

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal, 27 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rizky, M.Kom
NIK. 190302311

Banu Santoso, S.T., M.E
NIK. 190302327

Haryoko, S.Kom, M.Cs
NIK. 190302286

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 Desember 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Farizal Gilang Ramadhan
NIM : 17.12.0499

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Analisis Dan Perancangan Video Periklanan Selaksa Kopi Sebagai Media Promosi

Dosen Pembimbing : Haryoko, S.Kom, M.Cs

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 dikemudian 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, 27 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Farizal Gilang Ramadhan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulisan tugas akhir ini dipersembahkan kepada:

1. **Allah SWT** yang telah memberikan kelancaran, rahmat dan hidayah-Nya.
2. **Ibu dan Bapak** saya yang telah memberikan doa, motivasi dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. **Selaksa Kopi Yogyakarta** yang telah memberikan ijin dan bersedia untuk bekerja sama dalam pembuatan tugas akhir ini.
4. Kepada teman teman saya yang selalu memberi dukungan dalam pembuatan tugas akhir ini.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya persembahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan segala hal yang membantu saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Skripsi ini dikerjakan sebagai syarat kelulusan bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu juga menjadi bukti bahwa mahasiswa sudah menyelesaikan kuliah jenjang program Sarjana dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Amikom Yogyakarta karena telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom selaku ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Haryoko, S.Kom, M.Cs selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi kepada penulis sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan benar.
5. Farhani Akhfa Hapsari selaku *owner* Selaksa Kopi Yogyakarta yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian pada usaha yang dimilikinya.
6. Kedua orang tua yang sudah memberikan doa, dukungan dan semangat.
7. Teman-teman yang telah membantu memberikan dukungan dan masukan untuk tugas akhir ini.

Yogyakarta, 27 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	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
1.5 Metode Penelitian.....	2
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	2
1.6.1.1 Metode Kepustakaan.....	3
1.6.1.2 Wawancara.....	3
1.6.1.3 Observasi.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.2 Dasar Teori.....	8
2.2.1 Definisi Multimedia	8
2.2.2 Elemen Multimedia	9
2.2.3 Pentingnya Multimedia	9
2.2.4 Video	10

2.2.5	Pengambilan Gambar (<i>Shot</i>)	10
2.2.6	Teknik Pengambilan Gambar	10
2.2.7	Live Shot	17
2.2.8	Iklan	17
2.3	Metode Perancangan	18
2.3.1	Tahap Pra-Produksi	18
2.3.2	Produksi	18
2.3.3	Pasca produksi	18
2.3.4	Evaluasi	19
BAB III METODE PENELITIAN		21
3.1	Tinjauan Umum	21
3.1.1	Selaksa Kopi	21
3.1.2	Logo Selaksa Kopi	21
3.1.3	Lokasi Selaksa Kopi	21
3.1.4	Sosial Media	21
3.2	Alur Penelitian	22
3.3	Pengumpulan Data	23
3.3.1	Metode Observasi	23
3.3.2	Wawancara	24
3.4	Analisis Kebutuhan	26
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	26
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non – Fungsional	26
3.5	Tahap Pra Produksi	29
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Tahap Produksi	36
4.1.1	Pengambilan Gambar	36
4.1.2	Pencahayaan	36
4.2	Tahap Pasca Produksi	36
4.2.1	Proses <i>Compositing</i>	36
4.3	Implementasi Sosial Media	40
4.4	Evaluasi	42
4.4.1	Perbandingan Analisis Kebutuhan	42

4.4.2 Kuesioner	43
BAB V KESIMPULAN.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	52



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka.....	6
Tabel 2. 2 Tabel Evaluasi Skala Likert.....	19
Tabel 2. 3 Presentase Nilai.....	20
Tabel 3. 1 Proses Wawancara.....	24
Tabel 3. 2 Analisis Kebutuhan.....	26
Tabel 3. 3 Perangkat Keras (<i>Hardware</i>) Produksi.....	27
Tabel 3. 4 Perangkat Keras (<i>Hardware</i>) Pasca Produksi.....	27
Tabel 3. 5 Kebutuhan <i>Brainware</i>	28
Tabel 3. 6 Naskah Video Selaksa Kopi.....	29
Tabel 3. 7 <i>Storyboard</i>	33
Tabel 4. 1 Perbandingan Analisis Kebutuhan.....	43
Tabel 4. 2 Kuesioner Video Promosi Selaksa Kopi.....	43
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner.....	45
Tabel 4. 4 Lanjutan Hasil Kuesioner.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Bird Eye Level</i>	10
Gambar 2. 2 <i>High Angle</i>	11
Gambar 2. 3 <i>Low Angle</i>	11
Gambar 2. 4 <i>Eye Level</i>	12
Gambar 2. 5 <i>Frog Eye</i>	12
Gambar 2. 6 <i>Extreme Close Up</i>	13
Gambar 2. 7 <i>Big Close Up</i>	13
Gambar 2. 8 <i>Close Up</i>	13
Gambar 2. 9 <i>Medium Close Up</i>	14
Gambar 2. 10 <i>Medium Shot</i>	14
Gambar 2. 11 <i>Full Shot</i>	15
Gambar 2. 12 <i>Long Shot</i>	15
Gambar 3. 1 Logo Selaksa Kopi	21
Gambar 3. 2 Alur Penelitian	22
Gambar 3. 3 Instagram Selaksa Kopi	23
Gambar 4. 1 Menggabungkan Video dan Audio	37
Gambar 4. 2 Memberikan Efek Transisi Menggunakan Video Efek.....	38
Gambar 4. 3 Memberikan Efek Transisi	38
Gambar 4. 4 Mengatur Kecepatan Video	39
Gambar 4. 5 Proses <i>Rendering</i>	39
Gambar 4. 6 Implementasi Sosial Media Instagram	40
Gambar 4. 7 Mengatur Target Pemirsa.....	41
Gambar 4. 8 Rincian Promosi	42

INTISARI

Media promosi merupakan alat untuk menyampaikan informasi tentang produk/jasa/perusahaan atau lainnya agar lebih dikenal masyarakat luas. Media promosi yang paling sederhana untuk dilakukan ialah promosi dengan media mulut ke mulut. Media ini memang sangat efektif karena informasi dapat tersampaikan secara langsung dan lebih detail, namun penerapan media ini kurang efisien karena akan memakan waktu lama sampai informasi tersebut diketahui masyarakat luas.

Hal yang sama ditemukan pada Selaksa Kopi, masalah yang dihadapi Selaksa Kopi adalah belum memiliki media promosi yang efektif untuk menyampaikan informasi tentang produk yang mereka miliki kepada masyarakat. Selama ini mereka hanya mengandalkan promosi menggunakan media sosial instagram dan hubungan pertemanan. Instagram milik Selaksa Kopi juga sangat jarang diperbarui terkait informasi produk produk pada usaha ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis akan membuat media promosi berupa video iklan dengan menggunakan teknik *Live Shoot* agar dapat menjadi solusi untuk memberikan informasi yang lebih efektif serta sebagai media promosi di Selaksa Kopi. Metode yang akan digunakan adalah observasi, wawancara, analisis kebutuhan, dan kuesioner.

Kata Kunci : *Live Shoot, Video, Iklan, Selaksa Kopi.*

ABSTRACT

Promotional media is a tool to convey information about products/services/companies or others to be better known to the wider community. The simplest promotional media to do is promotion with word of mouth. This media is indeed very effective because information can be conveyed directly and in more detail, but the application of this media is less efficient because it will take a long time until the information is known to the wider community.

The same thing is found in Selaksa Kopi, the problem faced by Selaksa Kopi is that it does not have an effective promotional media to convey information about the products they have to the public. So far, they have only relied on promotions using instagram social media and friendships. Selaksa Kopi's Instagram is also very rarely updated regarding product information in this business.

Based on this description, the author will create promotional media in the form of advertising videos using the Live Shoot technique in order to be a solution to provide more effective information and as a promotional media in Selaksa Kopi. The methods to be used are observation, interviews, needs analysis, and questionnaires.

Keywords : Live Shoot, Video, Advertisement, Selaksa Kopi.

