

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPI SEEK MENGGUNAKAN
TEKNIK SINEMATOGRAFI**

SKRIPSI



disusun oleh

Rendi Wiratama

15.12.8650

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPI SEEK MENGGUNAKAN
TEKNIK SINEMATOGRAFI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Rendi Wiratama

15.12.8650

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPI SEEK MENGGUNAKAN

TEKNIK SINEMATOGRAFI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rendi Wiratama

15.12.8650

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 25 Februari 2021

Dosen Pembimbing

Akhmad Dahlan, S.Kom, M.Kom

NIK. 190302174

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPI SEEK MENGGUNAKAN
TEKNIK SINEMATOGRAFI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rendi Wiratama

15.12.8650

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 28 Juli 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Akhmad Dahlan, S.Kom, M.Kom

NIK. 190302174

Jaeni, S.Kom, M.Eng

NIK. 190302068

Tonny Hidayat, M.Kom

NIK. 190302182

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 4 Agustus 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

NIK. 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, Skripsi ini adalah karya saya (ASLI), dan isi dari skripsi ini tidak terdapat karya yang di ajukan orang lain untuk memperoleh gelar Akademis di sebuah instansi pendidikan tinggi di manapun, sejauh yang saya ketahui juga tidak terdapat karya orang di terbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di acu di dalam naskah ini dan di sebutkan di dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah saya buat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 12 Agustus 2021

Rendi Wiratama



NIM. 15.12.8650

MOTTO

Awali semua kegiatan dengan Bismillahirrahmanirrahim

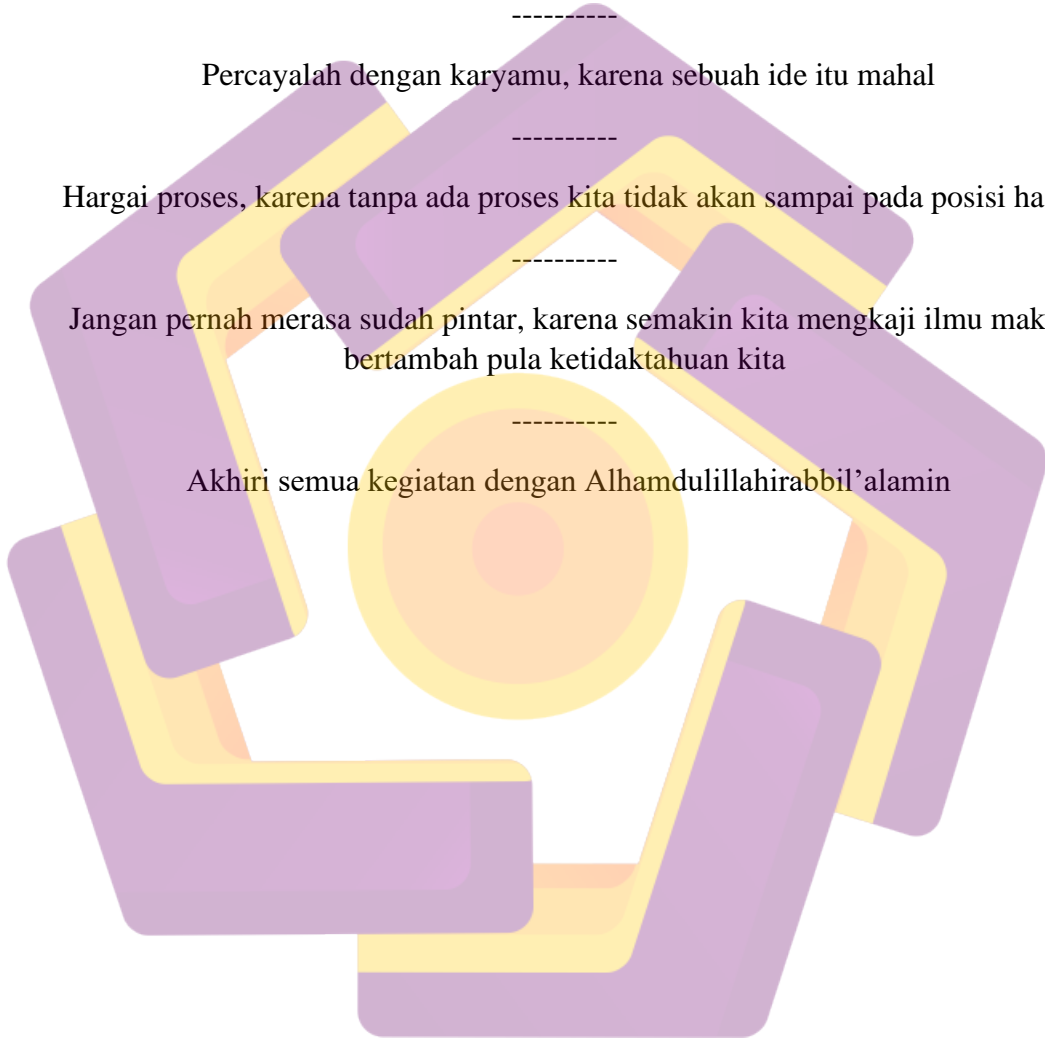
Tidak perlu malu belajar untuk menjadi bisa

Percayalah dengan karyamu, karena sebuah ide itu mahal

Hargai proses, karena tanpa ada proses kita tidak akan sampai pada posisi hasil

Jangan pernah merasa sudah pintar, karena semakin kita mengkaji ilmu maka bertambah pula ketidaktahuan kita

Akhiri semua kegiatan dengan Alhamdulillahirabbil'alam



PERSEMBAHAN

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahman-Nya dan Rahim-Nya kepada kita semua khususnya peneliti sendiri, sehingga peneliti sampai pada posisi sekarang yaitu untuk menyelesaikan skripsi ini.

Setelah peneliti selesai merampungkan skripsi ini, karya ilmiah ini peneliti persembahkan untuk :

1. Ibu bapak dan saudara saya yang tidak hentinya mendukung, menyemangati, dan mendoakan dalam setiap langkah saya.
2. Semua keluarga saya yang selalu mendukung dan memberikan perhatian.
3. Dosen Pemimbing Akhmad Dahlan, S.Kom, M.Kom yang selalu sabar menghadapi anak bimbingannya termasuk saya terimakasih pak.
4. Kawan-kawan anak kos yang sudah memberikan pengalaman dan dukungan.
5. Saudara seperantauan A.k.a Tim Sukses yang selalu mensupport sampai akhir.
6. Pihak kopi seek terimakasih banyak karena telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahman-Nya dan Rahim-Nya kepada kita semua khususnya peneliti sendiri, sehingga peneliti sampai pada posisi sekarang yaitu untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang peneliti angkat yaitu tentang Pembuatan Video Iklan Pada Kopi Seek Menggunakan Teknik Sinematografi.

Penerapan multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, *public relation*, dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Dengan ini kegiatan promosi Kopi Seek tentunya tidak terlepas dari kegiatan kita untuk mempromosikannya. Karya ilmiah ini diharapkan dapat menjadi salah satu solusi dalam mengatasi persoalan terkait kegiatan promosi tentang mengiklankan Kedai kopi.

Skripsi ini berisikan tentang proses pembuatan video iklan pada kopi seek menggunakan teknik sinematografi.

Pada Bab I diawali dari kegiatan mencari pokok persoalan yang melatar belakangi penelitian ini sampai kepada proses rancangan dan pembuatan sebuah video iklan berbasis multimedia yang lebih informatif dan komunikatif.

Pada Bab II berisikan tentang teori-teori yang membahas lingkup perancangan video, teori tentang promosi, teori tentang multimedia, teori tentang analisis.

Pada Bab III berisikan tentang analisa dan Pembuatan Video Iklan Pada Kopi Seek Menggunakan Teknik Sinematografi

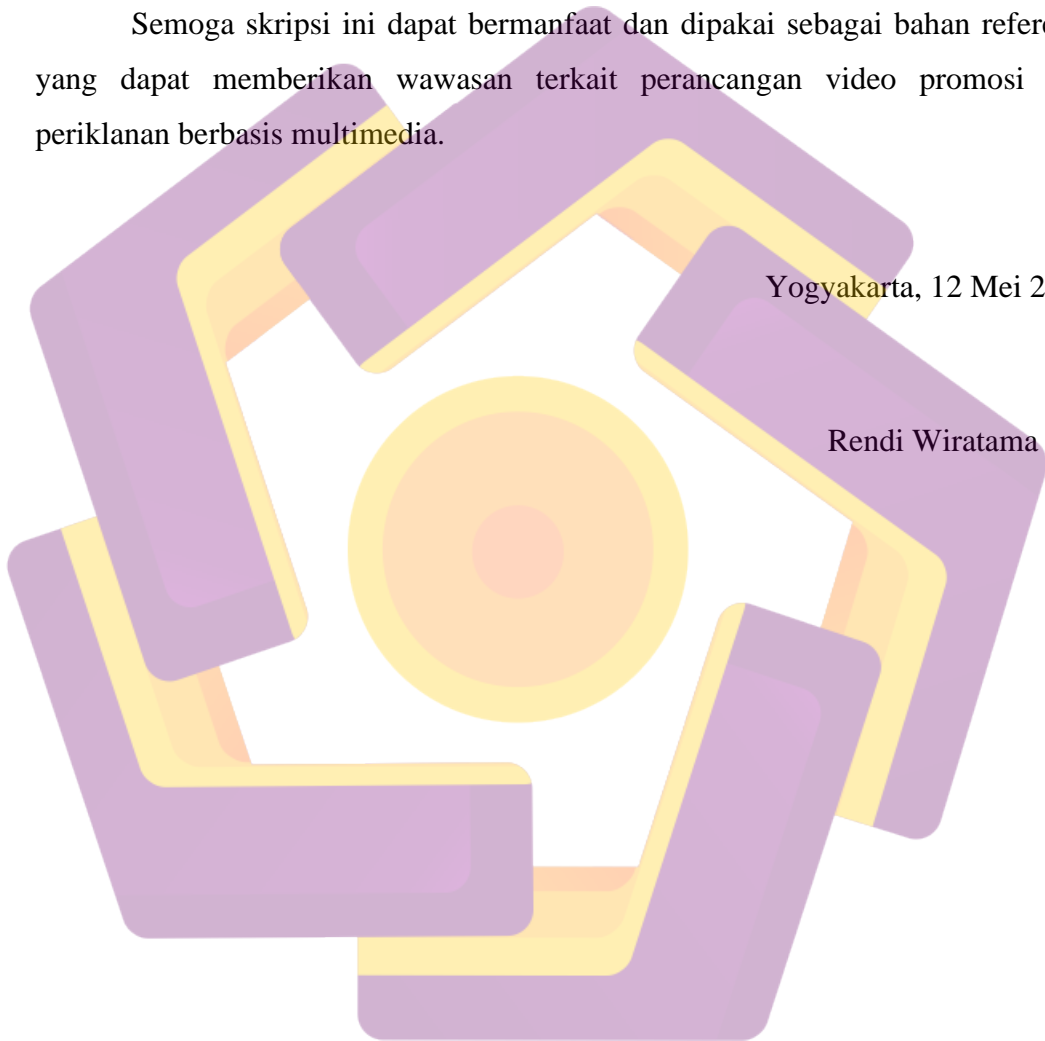
Pada Bab IV berisikan tentang proses pembahasan tentang Pembuatan Video Iklan Pada Kopi Seek Menggunakan Teknik Sinematografi

Peneliti sadar bahwa karya ilmiah ini sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan saran maupun masukannya untuk memperbaiki tulisan karya ilmiah ini. Tidak lupa peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua unsur yang telah membantu dalam proses pembuatan karya ilmiah ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dipakai sebagai bahan referensi yang dapat memberikan wawasan terkait perancangan video promosi dan periklanan berbasis multimedia.

Yogyakarta, 12 Mei 2019

Rendi Wiratama



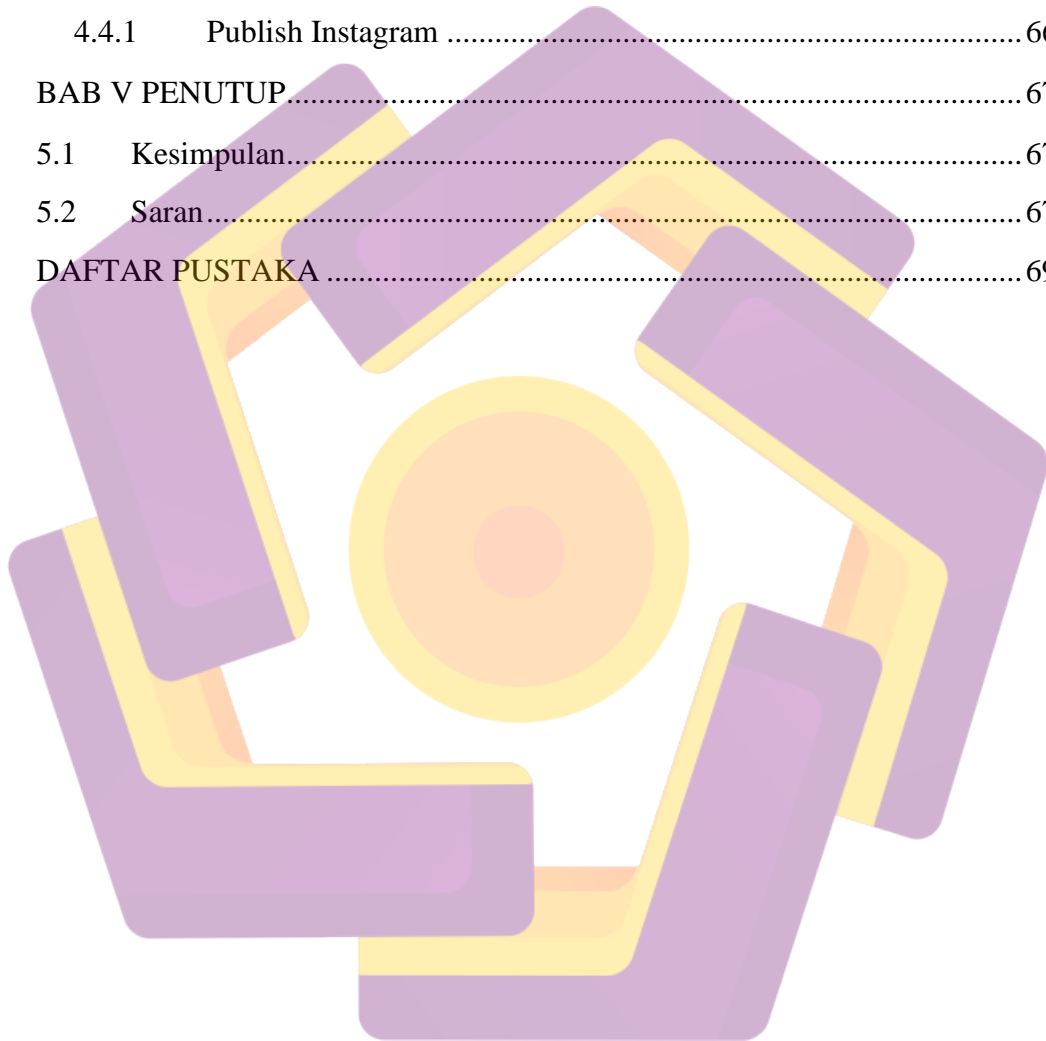
DAFTAR ISI

JUDUL	
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Maksud dan Tujuan	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.6.2 Metode Analisis.....	6
1.6.3 Metode Perancangan Iklan	7
1.6.4 Metode Pengembangan	7
1.6.5 Metode Evaluasi	7
1.7 Sistematika Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.2 Dasar Teori.....	13

2.2.1	Definisi Multimedia.....	13
2.2.2	Konsep Dasar Video.....	16
2.2.2.1	Pengertian Video.....	16
2.2.2.2	Fungsi Video.....	18
2.2.2.3	Standar Video.....	19
2.2.2.4	Resolusi.....	20
2.2.2.5	Frame PerSecond(FPS).....	20
2.2.2.6	Laju Frame.....	21
2.2.2.7	Kedalaman Bit.....	21
2.2.2.8	Video Analog.....	22
2.2.2.9	Video Digital.....	22
2.3	Iklan.....	23
2.3.1	Konsep Dasar Iklan.....	23
2.3.2	Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	23
2.4	Sinematografi.....	24
2.5	Metode Pengembangan.....	26
2.5.1	Pra-Produksi.....	26
2.5.2	Produksi.....	27
2.5.3	Pasca Produksi.....	28
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		29
3.1	Tinjauan Umum.....	29
3.1.1	Deskripsi Singkat Perusahaan.....	29
3.1.2	Visi Dan Misi.....	30
3.1.2.1	Visi.....	30
3.1.2.2	Misi.....	30
3.1.3	Logo Kopi Seek.....	30
3.1.4	Fasilitas.....	30
3.1.5	Alamat Perusahaan.....	31

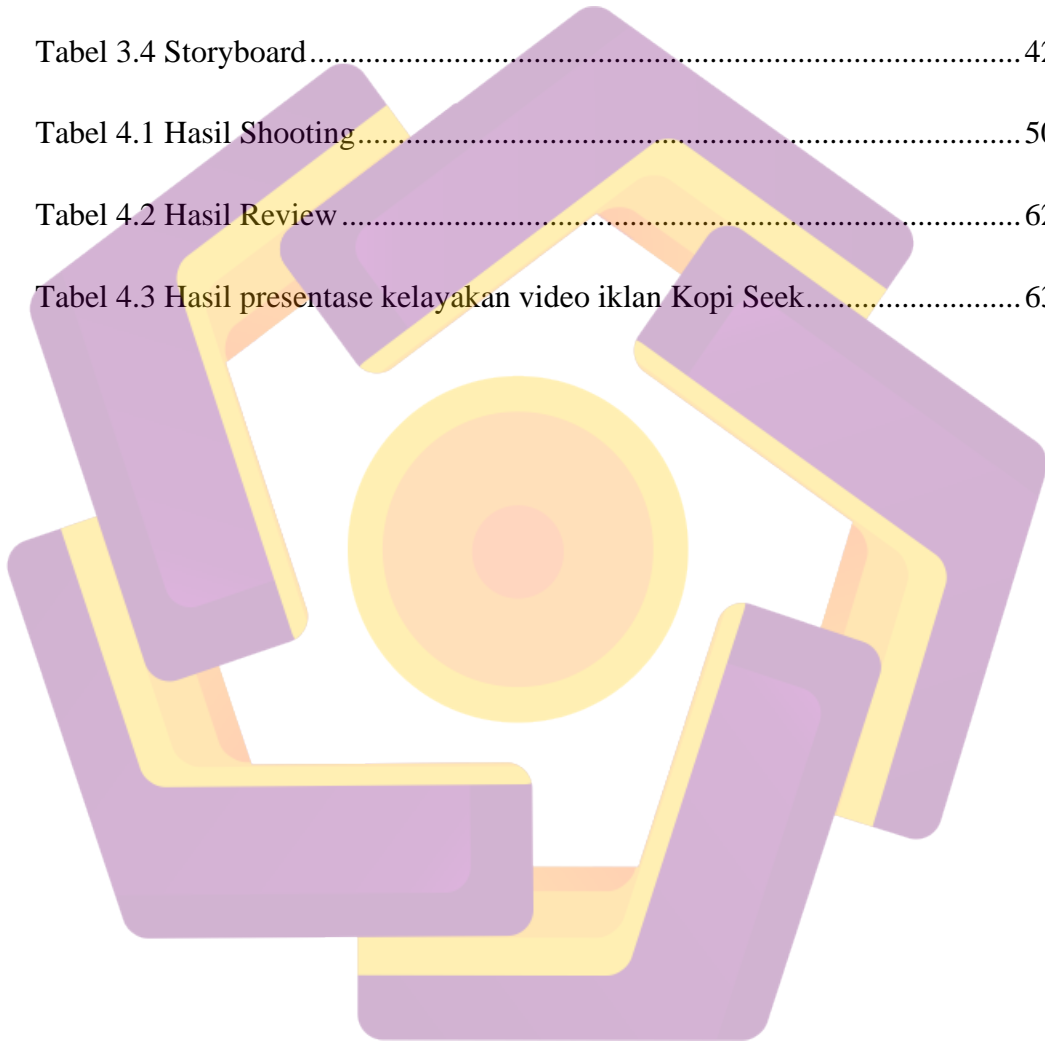
3.2	Metode Pengumpulan Data	31
3.2.1	Metode Observasi	31
3.2.2	Metode Wawancara	32
3.3	Analisis Masalah	32
3.3.1	Analisi SWOT	33
3.3.2	Solusi Yang Dapat Diterapkan	38
3.3.3	Solusi Yang Dipilih	38
3.4	Analisis Kebutuhan	38
3.4.1	Analisi Kebutuhan Fungsional	38
3.4.2	Analisi Kebutuhan Non Fungsional.....	39
3.4.2.1	Perangkat Keras(<i>Hardware</i>)	39
3.4.2.2	Perangkat Lunak(<i>Software</i>).....	40
3.4.2.3	Kebutuhan Sumber daya Manusia(<i>Brainware</i>).....	40
3.5	Tahap Pra Produksi.....	41
3.5.1	Ide Cerita	41
3.5.2	Tema Cerita	41
3.6	Storyboard	42
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Pembahasan	47
4.1.1	Alur Produksi.....	47
4.1.2	Produksi	48
4.1.2.1	Pemilihan Spot dan Menyiapkan yang Digunakan.....	48
4.1.2.2	Kamera	48
4.1.2.3	<i>Memory card</i>	49
4.2	Hasil Pengambilan Video	49
4.3	Pasca Produksi.....	55
4.3.1	Editing.....	55
4.3.2	Proses Compositioning dan Pengeditan Video	56

4.3.3	Proses Color Grading.....	56
4.3.4	Proses Rendering	58
4.3.5	Mastering	60
4.3.6	Hasil Pembuatan Video Profile.....	61
4.4	Implementasi	61
4.4.1	Publish Instagram	66
BAB V PENUTUP.....		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Persamaan Dan Perbedaan Penelitian.....	12
Tabel 3.1 Analisis SWOT	35
Tabel 3.2 Minimal Kebutuhan Perangkat keras yang Digunakan	39
Tabel 3.3 Daftar Sumber Daya Manusia.....	40
Tabel 3.4 Storyboard.....	42
Tabel 4.1 Hasil Shooting.....	50
Tabel 4.2 Hasil Review	62
Tabel 4.3 Hasil presentase kelayakan video iklan Kopi Seek.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kopi Seek	2
Gambar 2.1 Prosedur Produksi Program Video	17
Gambar 2.2 <i>Frame</i> Video	19
Gambar 2.3 Perbedaan Standar Video	20
Gambar 2.4 Ekspresi kamera melalui sudut-sudut pengambilan gambar	25
Gambar 3.1 Logo Kopi Seek.....	30
Gambar 3.2 Tampilan Instagram Kopi Seek.....	31
Gambar 4.1 Pra-Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.....	47
Gambar 4.2 Canon 700D.....	48
Gambar 4.3 Sony Alpha 6000.....	49
Gambar 4.4 Memory Card Vgen 16gb.....	49
Gambar 4.5 Bagian Pasca Produksi Video Iklan Kopi Seek	55
Gambar 4.6 Memposisikan Shoot Per Shoot Dengan Naskah.....	56
Gambar 4.7 Menyisipkan Efek Warp Stabilizier	57
Gambar 4.8 Color Grading Pada Video Iklan.....	58
Gambar 4.9 Rendering Pada Video Iklan	59

Gambar 4.10 Hasil Akhir Editing 61

Gambar 4.11 Skala Kategori Kelayakan Hasil Uji dari Ahli Rekayasa Perangkat Lunak..... 65

Gambar 4.12 Upload Instagram 66



INTISARI

Multimedia merupakan salah satu cara untuk mempermudah menyampaikan informasi dalam bentuk audio ataupun visual. Multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik, salah satu penerapan multimedia adalah untuk memvisualisasikan video atau video iklan.

Dengan ini kopi seek memiliki sarana media promosi berupa video iklan. Dengan menggunakan video iklan ini diharapkan kopi seek dapat menggunakannya sebagai media promosi. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pustaka, observasi, wawancara, analisis, perancangan, pengambilan video dan capturing, editing, dan implementasi.

Perancangan menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2018 and Adobe Photoshop CC 2019. Setelah melalui beberapa tahapan dalam pembuatan video iklan ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya video iklan ini lebih memudahkan penyampaian ke masyarakat dan media sosial, karena dikemas dalam sebuah video.

Kata kunci: Multimedia, Media Promosi Iklan, Video Sinematografi.

ABSTRACT

Multimedia is one way to make it easier to convey information in the form of audio or visual. Multimedia is also able to make things more lively and interesting, one of the applications of multimedia is to visualize video or video advertisements.

With this, kopi seek has a promotional media facility in the form of video advertisements. By using this ad video, it is hoped that kopi seek can use it as a promotional medium. The research methodology used is literature, observation, interviews, analysis, design, video capture and capturing, editing, and implementation.

The design uses Adobe Premiere Pro CC 2018 and Adobe Photoshop CC 2019. After going through several stages in making this advertising video, it can be concluded that with this video ad it is easier to deliver to the public and social media, because it is packaged in a video.

Keywords: Multimedia, Advertising Promotion Media, Cinematography Video.

