

**PERANCANGAN IKLAN PRODUK JOGJA DONUTS
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI
(Studi Kasus: Jogja Donuts)**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Irvan Febriansyah

15.11.8621

Kepada

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

**PERANCANGAN IKLAN PRODUK JOGJA DONUTS
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI
(Studi Kasus: Jogja Donuts)**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

Irvan Febriansyah

15.11.8621

Kepada

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

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN IKLAN PRODUK JOGJA DONUTS MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang disusun dan diajukan oleh

Irvan Febriansyah

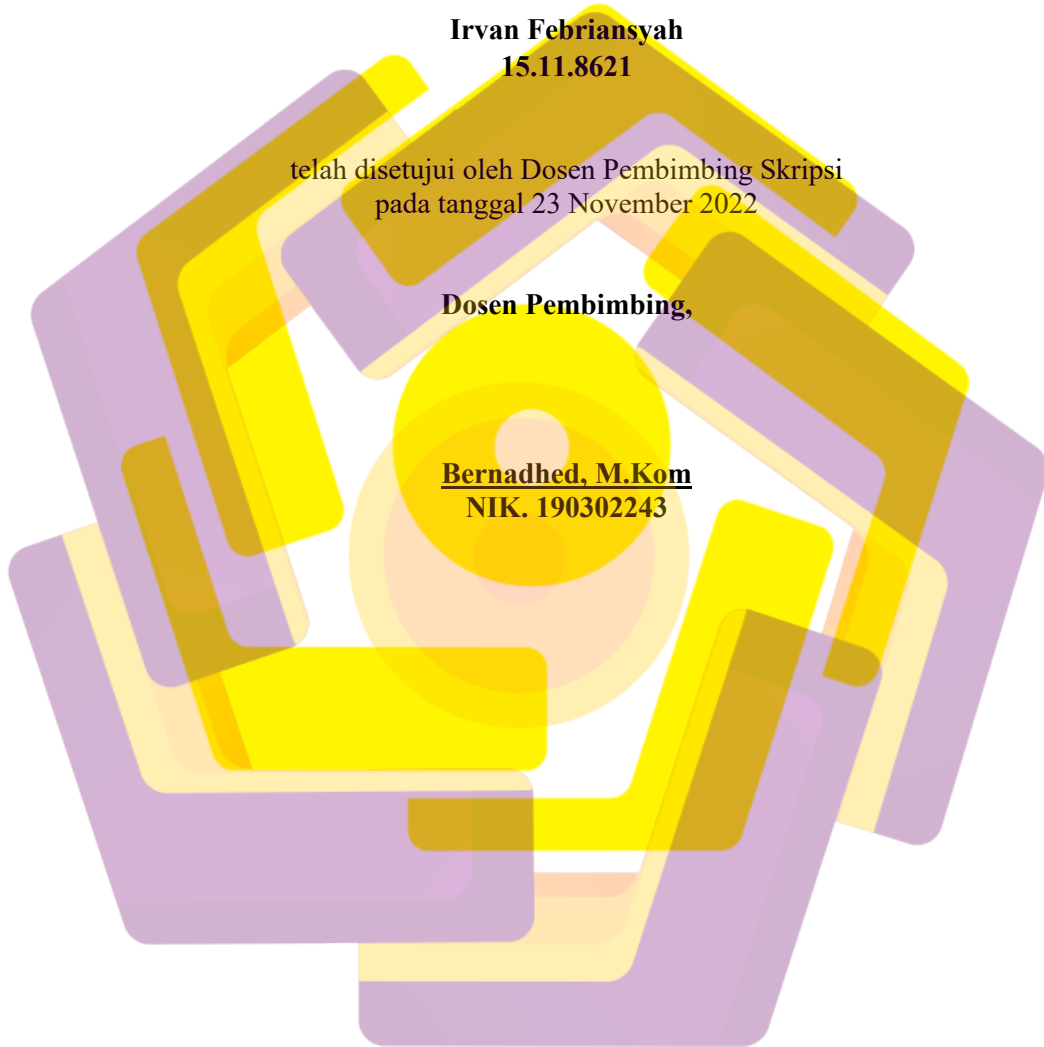
15.11.8621

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 23 November 2022

Dosen Pembimbing,

Bernadhed, M.Kom

NIK. 190302243



HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN IKLAN PRODUK JOGJA DONUTS MENGGUNAKAN TEKNIK
LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang disusun dan diajukan oleh

Irvan Febriansyah

15.11.8621

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 November 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

NIK. 190302164

Hanif Al Fataa, S.Kom., M.Kom

NIK. 190302096

Bernadhed, M.Kom

NIK. 190302243

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 23 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 : Irvan Febriansyah
NIM : 15.11.8621

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

PERANCANGAN IKLAN PRODUK JOGJA DONUTS MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Dosen Pembimbing : Bernadhed, 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, 23 November 2022

Yang Menyatakan,

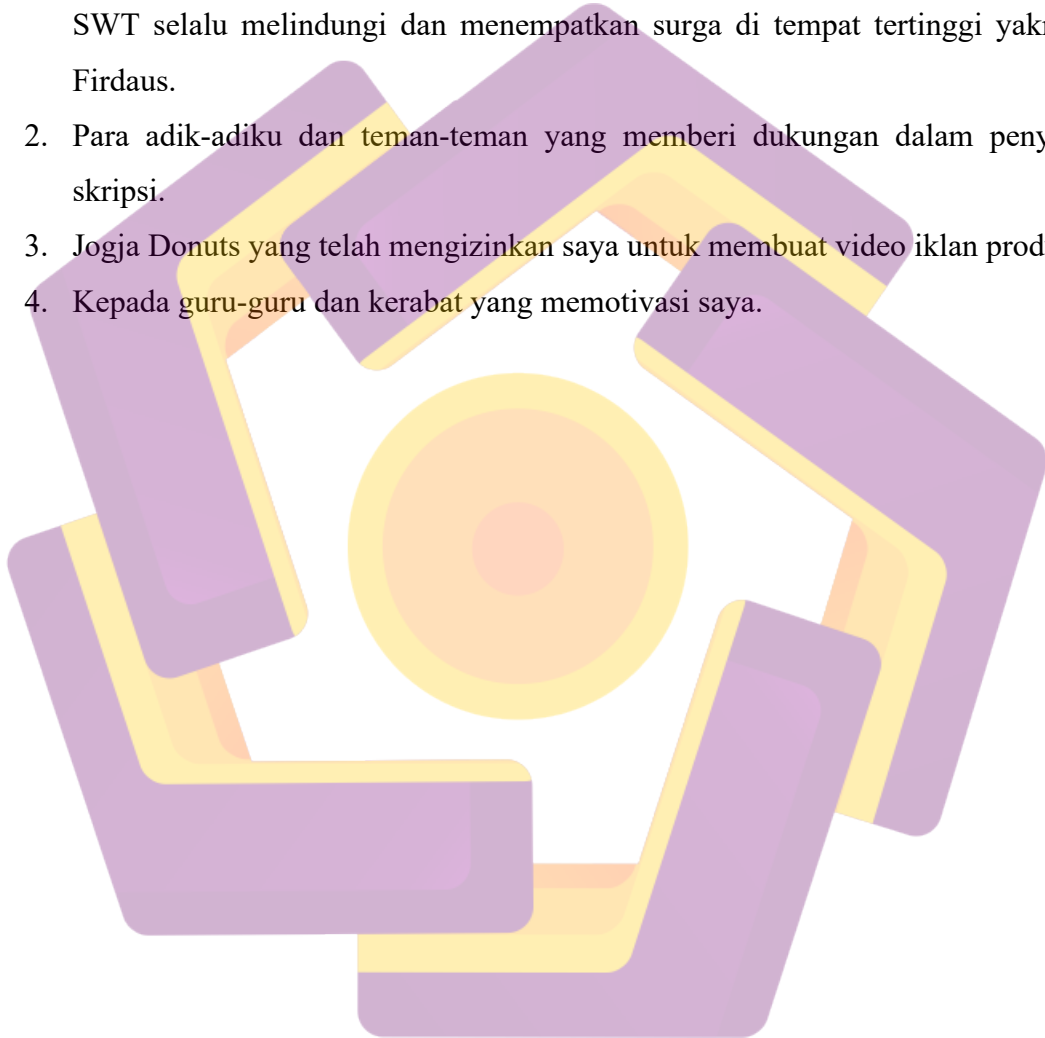


Irvan Febriansyah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah tidak lupa saya panjatkan kepada Allah SWT. Dia yang berkuasa atas segalanya dan Dia pula yang menentukan segalanya. Dengan rasa syukur yang mendalam skripsi ini kupersembahkan kepada.

1. Orang tua yang sudah mendukung penuh baik dari doa dan motivasi. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan menempatkan surga di tempat tertinggi yakni Surga Firdaus.
2. Para adik-adiku dan teman-teman yang memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi.
3. Jogja Donuts yang telah mengizinkan saya untuk membuat video iklan produk.
4. Kepada guru-guru dan kerabat yang memotivasi saya.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala kuasa dan nikmat yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERANCANGAN IKLAN PRODUK JOGJA DONUTS MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT SEBAGAI MEDIA PROMOSI”. Selain merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta, skripsi ini merupakan wujud aplikasi dari pengetahuan yang penulis peroleh selama mengikuti perkuliahan. Penulis mencoba merancang dan membuat video iklan produk Jogja Donuts. Penulis menyadari bahwa selesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari peran banyak pihak yang senantiasa membantu dan mendukung penulis. Penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan dan nasehat.
3. Bapak dosen penguji pertama dan kedua yang telah memberikan arahan dan masukan yang berarti demi penyempurnaan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan.
5. Jogja Donuts yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
6. Orang tua yang selalu mendoakan supportnya.
7. Para adik-adikku yang memberikan dukungan penuh.

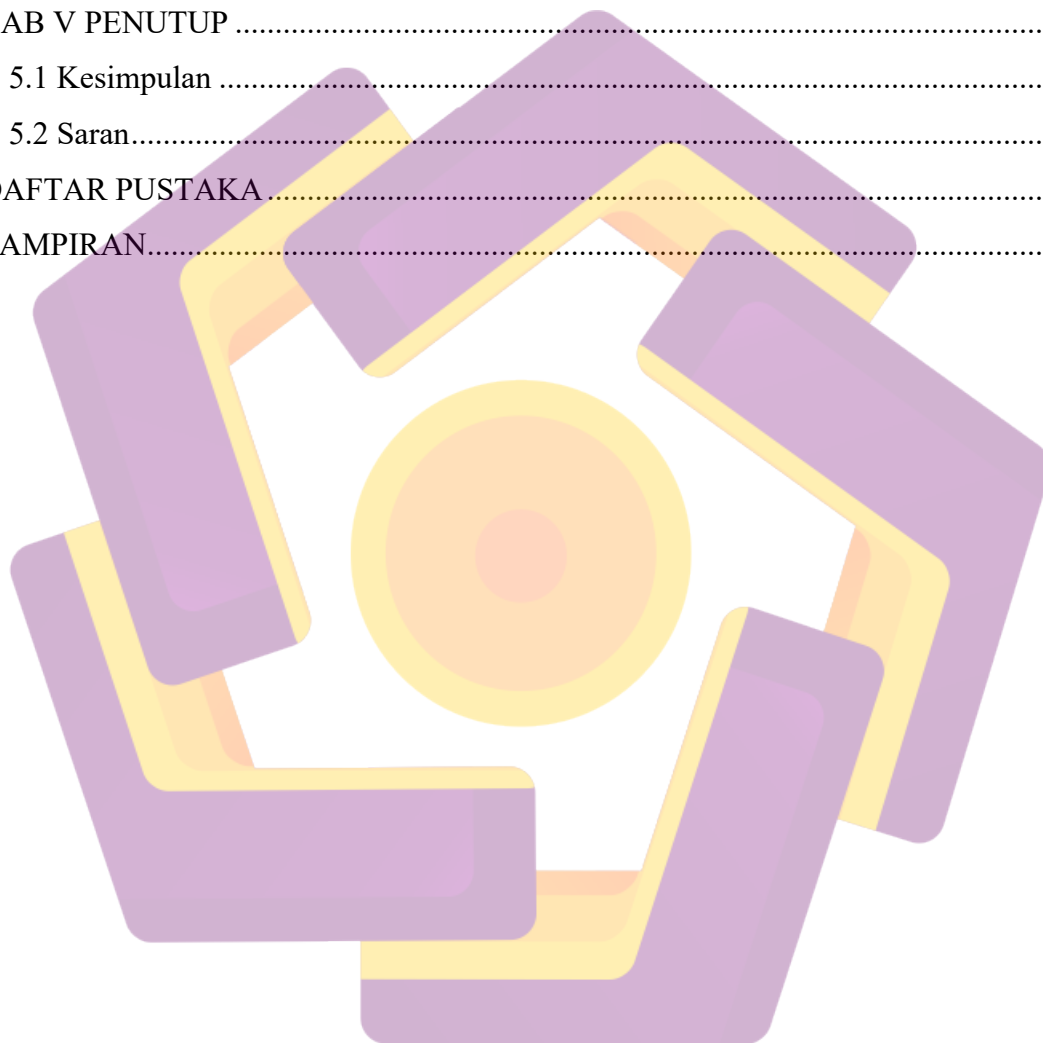
Yogyakarta, 23 November 2022
Irvan Febriansyah

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Batasan Masalah.....	1
1.4 Maksud dan tujuan penelitian	2
1.5 Manfaat penelitian.....	2
1.5.1 Bagi Peneliti	2
1.5.2 Bagi Universitas AMIKOM	2
1.6 Metode Penelitian.....	2
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	2
1.6.2 Metode Pembuatan Video Iklan Produk.....	3
1.6.3 Metode Implementasi	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Studi Literatur	5
2.2 Multimedia	6
2.2.1 Pengertian Multimedia	6
2.3 Videografi	8
2.3.1 Sudut Bidikan (Shot)	8
2.3.2 Sudut Pengambilan Gambar (Camera Angle)	8
2.3.3 Ukuran Pengambilan Gambar	10
2.3.4 Objek Bergerak.....	12
2.3.5 Gerakan Kamera (Camera Movement)	13
2.3.6 Three Point Lighting.....	16
2.4 Shot List	17
2.5 Storyboard.....	19

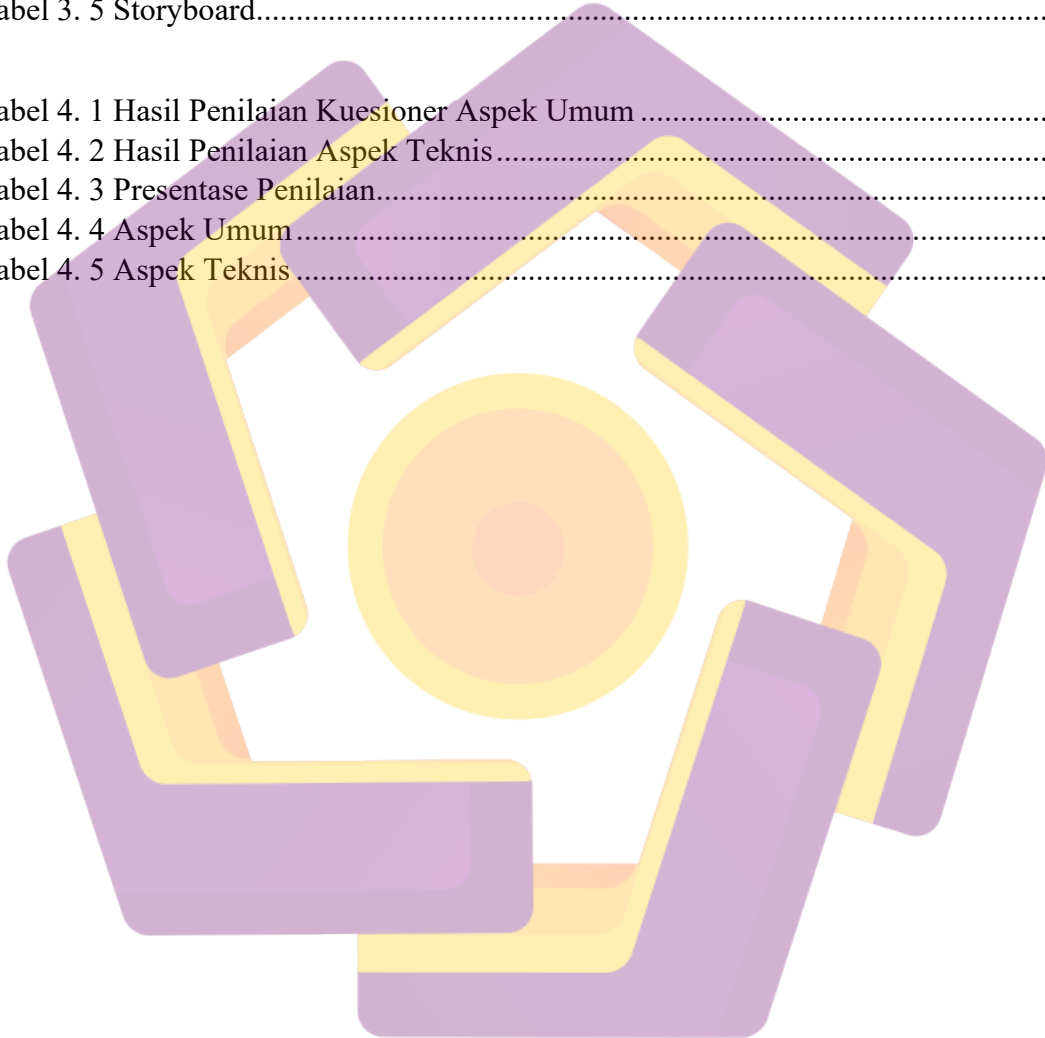
2.6 Editing	21
2.6.1 Offline Editing	21
2.6.2 Online Editing	21
2.7 Rendering	21
2.8 Iklan.....	21
2.8.1 Definisi Periklanan	21
2.8.2 Tujuan Periklanan.....	21
2.8.3 Jenis-jenis Iklan	21
2.8.4 Strategi Merancang Iklan	21
2.8.5 Tarif biaya iklan Instagram	22
2.9 Strategi Memproduksi Iklan.....	22
2.9.1 Pra Produksi.....	22
2.9.2 Produksi.....	22
2.9.3 Paska Produksi.....	22
BAB III METOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Objek Penelitian	24
3.1.1 Latar Belakang Jogja Donuts.....	24
3.2 Alur Penelitian (Flowchart).....	24
3.3 Pengumpulan Data	25
3.3.1 Wawancara	25
3.3.2 Observasi	25
3.4 Hasi Analisis	26
3.5 Analisa Kebutuhan Sistem	26
3.5.1 Kebutuhan Fungsional.....	26
3.5.2 Kebutuhan Non Fungsional.....	26
3.5.3 Analisa Kebutuhan Sumber Daya Manusia.....	27
3.6 Perancangan	28
3.7 Pra Produksi	29
3.7.1 Shot List.....	29
3.7.2 Storyboard	30
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Pembahasan.....	35
4.1.1 Produksi.....	35
4.2 Tahapan Produksi.....	36
4.2.1 Penataan Kamera	36
4.2.2 Penataan Cahaya.....	37
4.2.3 Penataan Mini Studio	38

4.2.4 Perekaman Video Live Shoot.....	39
4.3 Paska Produksi	40
4.3.1 Offline Editing Video.....	40
4.3.2 Online Editing Video.....	45
4.3.3 Rendering	49
4.4 Evaluasi	50
4.4.1 Evaluasi Penulis.....	50
4.4.2 Evaluasi Data.....	51
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel studi literatur.....	5
Tabel 3. 1 Kebutuhan perangkat lunak	26
Tabel 3. 2 Kebutuhan perangkat keras.....	26
Tabel 3. 3 Tahapan pembuatan video	28
Tabel 3. 4 Shot List.....	29
Tabel 3. 5 Storyboard.....	31
Tabel 4. 1 Hasil Penilaian Kuesioner Aspek Umum	51
Tabel 4. 2 Hasil Penilaian Aspek Teknis.....	52
Tabel 4. 3 Presentase Penilaian.....	54
Tabel 4. 4 Aspek Umum.....	54
Tabel 4. 5 Aspek Teknis	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh gambar berupa pengambilan gambar (shot). (Hanoch, 2021).....	8
Gambar 2. 2 Contoh gambar berupa low angle. (Hanoch, 2021).....	9
Gambar 2. 3 Contoh gambar berupa high angle. (Hanoch, 2021).....	9
Gambar 2. 4 Contoh gambar berupa eye level. (Hanoch, 2021).....	10
Gambar 2. 5 Contoh gambar berupa frog eye. (Hanoch, 2021).....	10
Gambar 2. 6 Contoh gambar berupa long shot (kiri) dan extreme long shot (kanan). (Hanoch, 2021)	11
Gambar 2. 7 Contoh gambar berupa medium shot (kiri) dan medium close-up (kanan). (Hanoch, 2021).....	11
Gambar 2. 8 Contoh gambar berupa close-up. (Hanoch, 2021).....	12
Gambar 2. 9 Contoh gambar berupa full shot. (Hanoch, 2021).....	12
Gambar 2. 10 Contoh gambar berupa crane. (Nyfa, 2016).....	13
Gambar 2. 11 Contoh gambar berupa zoom in dan zoom out. (Hanoch, 2021).....	13
Gambar 2. 12 Contoh gambar berupa tilt. (Hanoch, 2021).....	14
Gambar 2. 13 Contoh gambar berupa panning. (Hanoch, 2021).....	14
Gambar 2. 14 Contoh gambar berupa track. (Hanoch, 2021).....	15
Gambar 2. 15 Contoh gambar berupa crab/truck. (Hanoch, 2021).....	15
Gambar 2. 16 Contoh gambar berupa swing. (Hanoch, 2021).....	16
Gambar 2. 17 Contoh gambar berupa three point lighting. (Hanoch, 2021).....	17
Gambar 2. 18 Contoh gambar berupa shot list.....	19
Gambar 2. 19 Contoh gambar berupa storyboard (Mark, 1999).....	20
Gambar 3. 1 Logo Jogja Donuts.....	24
Gambar 3. 2 Alur penelitian (flowchart).....	25
Gambar 4. 1 Langkah dalam pembuatan video iklan.....	35
Gambar 4. 2 Penataan kamera.	37
Gambar 4. 3 Penataan cahaya.	38
Gambar 4. 4 Penataan mini studio.	39
Gambar 4. 5 Perekaman video live shoot.	40
Gambar 4. 6 Membuat projek baru di Adobe Premiere Pro.....	41
Gambar 4. 7 Memasukkan footages ke Adobe Premiere Pro.....	41
Gambar 4. 8 Membuat sequence baru.....	42
Gambar 4. 9 Memilah dan menata footages.	43
Gambar 4. 10 Mengubah posisi footages.....	43
Gambar 4. 11 Proses pemotongan video yang diperlukan.....	44
Gambar 4. 12 Roughcut.	45
Gambar 4. 13 Memberi efek video di Adobe After.	46
Gambar 4. 14 Proses audio mixing.....	46
Gambar 4. 15 Proses audio mastering.....	47

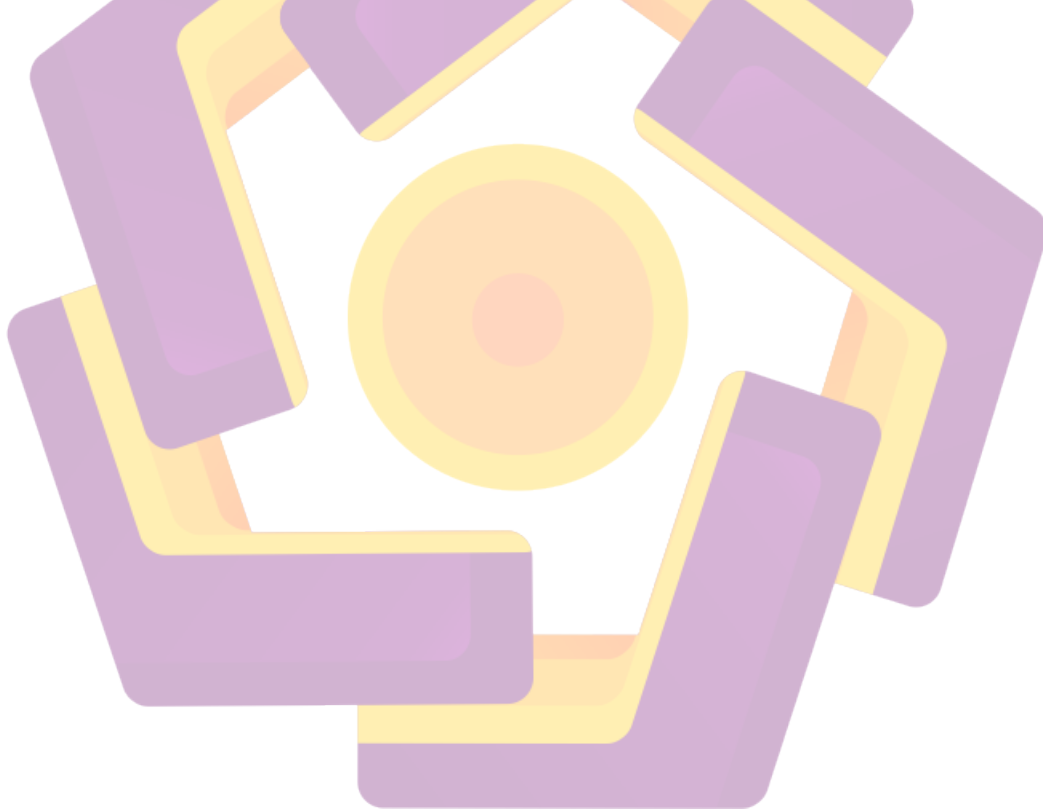
Gambar 4. 16 Membuat file xml dari Adobe Premiere Pro. 48
Gambar 4. 17 Proses color grading..... 49
Gambar 4. 18 Proses rendering..... 50



INTISARI

Periklanan adalah bentuk komunikasi untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada orang dengan melihat, membaca, atau mendengarnya. Dengan perkembangan teknologi di Indonesia saat ini sudah semakin maju dan sebagian besar masyarakat sudah menggunakan benda elektronik yang terhubung dengan internet sehingga pertukaran dan penyebaran informasi saat ini dapat dijangkau hampir seluruh daerah. Pertukaran dan penyebaran informasi bisa terkandung teks, gambar, foto, suara, atau video. Sarana promosi pada saat ini beragam jenisnya, salah satu diantaranya adalah melalui video. Dengan mengiklankan produk, pemilik usaha dapat memaksimalkan promosi produknya sehingga bisa lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas. Jogja Donuts adalah pelaku usaha dibidang *food and beverage* khususnya donut yang berbagai ragam topping. Perancangan dilakukan dengan sistem produksi media yaitu pra produksi, produksi, dan paska produksi. Hasil dari video iklan yang dirancang ini dimanfaatkan untuk dapat meningkatkan jumlah konsumen.

Kata Kunci: – Video Iklan, Promosi, Jogja Donuts



ABSTRACT

Advertising is a form of communication to convey messages and information to people by seeing, reading or hearing them. With the development of technology in Indonesia is now more advanced and most people are already using electronic objects that are connected to the internet so that the exchange and dissemination of information can now be reached in almost all regions. The exchange and dissemination of information may include text, images,

photos, sounds, or videos. Currently, there are various types of promotional tools, one of which is through video. By advertising products, business owners can maximize the promotion of their products so that they can be more widely known by the wider community. Jogja Donuts is a business actor in the food and beverage sector, especially donuts with a variety of toppings. The design is carried out with a media production system, namely pre-production, production, and post-production. The results of this designed video ad are used to increase the number of consumers.

Keywords: – Advertising Video, Promotion, Jogja Donuts

