

**ANALISIS DAN IMPLEMENTASI VIDEO IKLAN PARIWISATA
KABUPATEN PASER, KALIMANTAN TIMUR
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



**disusun oleh
Satria Nanda Isnaini Sani
14.12.7971**

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

2021

**PEMBUATAN VIDEO PROFIL KANTOR POS WONOSOBO SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN INFORMASI DENGAN TEKNIK LIVESHOOT DAN
MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Satria Nanda Isnaini Sani

14.12.7971

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2021

**PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**ANALISIS DAN IMPLEMENTASI VIDEO IKLAN PARIWISATA
KABUPATEN PASER, KALIMANTAN TIMUR**

SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Satria Nanda Isnaini Sani

14.12.7971

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal April 2021

Dosen Pembimbing,

Akhmad Dahlan, M.Kom

NIK. 190302174

PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS DAN IMPLEMENTASI VIDEO IKLAN PARIWISATA KABUPATEN PASER, KALIMANTAN TIMUR SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Satria Nanda Isnaini Sani

14.12.7971

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 22 April 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Ainul Yaqin, M.Kom

NIK. 190302255

Ferian Fauzi Abdulah, M.Kom

NIK. 190302276

Akhmad Dahlan, M.Kom

NIK. 190302174

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 22 April 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M.KOM

NIK. 190302096

PERNYATAAN

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 atau 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 April 2021



Satria Nanda Isnaini Sani

NIM. 14.12.7971

MOTTO

“Impossible We Do Miracle We Try” (BossMan)



PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi kelancaran dalam pembuatan video profil ini dan dengan hidayahnya saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang telah memberi kepercayaan penuh untuk memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Akhmad Dahlan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah menuntun saya dari awal hingga skripsi ini selesai.
3. Pihak Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Paser yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian skripsi.
4. Teman terbaik Helda zakia Fitiri.
5. Teman teman dari Sewarna Studios
6. Teman tman dari Continental
7. Teman teman kelas S1-SI-03 yang telah memberi masukan dan dukungan kepada saya.
8. Semua pihak yang telah membantu penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi tepat pada waktunya dengan judul “Analisis dan Implementasi Video Iklan Pariwisata Kabupaten Paser Kalimantan Timur Sebagai Media Promosi” Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir kuliah dan memenuhi syarat kelulusan program Pendidikan S1 Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Selama mengikuti pendidikan Strata 1 Sistem Informasi sampai dengan proses penyelesaian Skripsi, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing penulis untuk itu khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan kemudahan dalam menyelesaikan pendidikan.
2. Bapak Akhmad Dahlan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis selama penyusunan Skripsi ini.
3. Bapak/Ibu Dosen di Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membekali penulis dengan beberapa disiplin ilmu yang berguna.
4. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa S1 Sistem Informasi angkatan 2014, yang telah banyak berdiskusi dan bekerjasama dengan penulis selama masa pendidikan.

Penulis menyadari, Skripsi ini masih banyak kelemahan dan kekurangan. Karena itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati, semoga keberadaan Skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan kita, khususnya tentang Video Profil sebagai Media Promosi dan Informasi.

Yogyakarta, April 2019



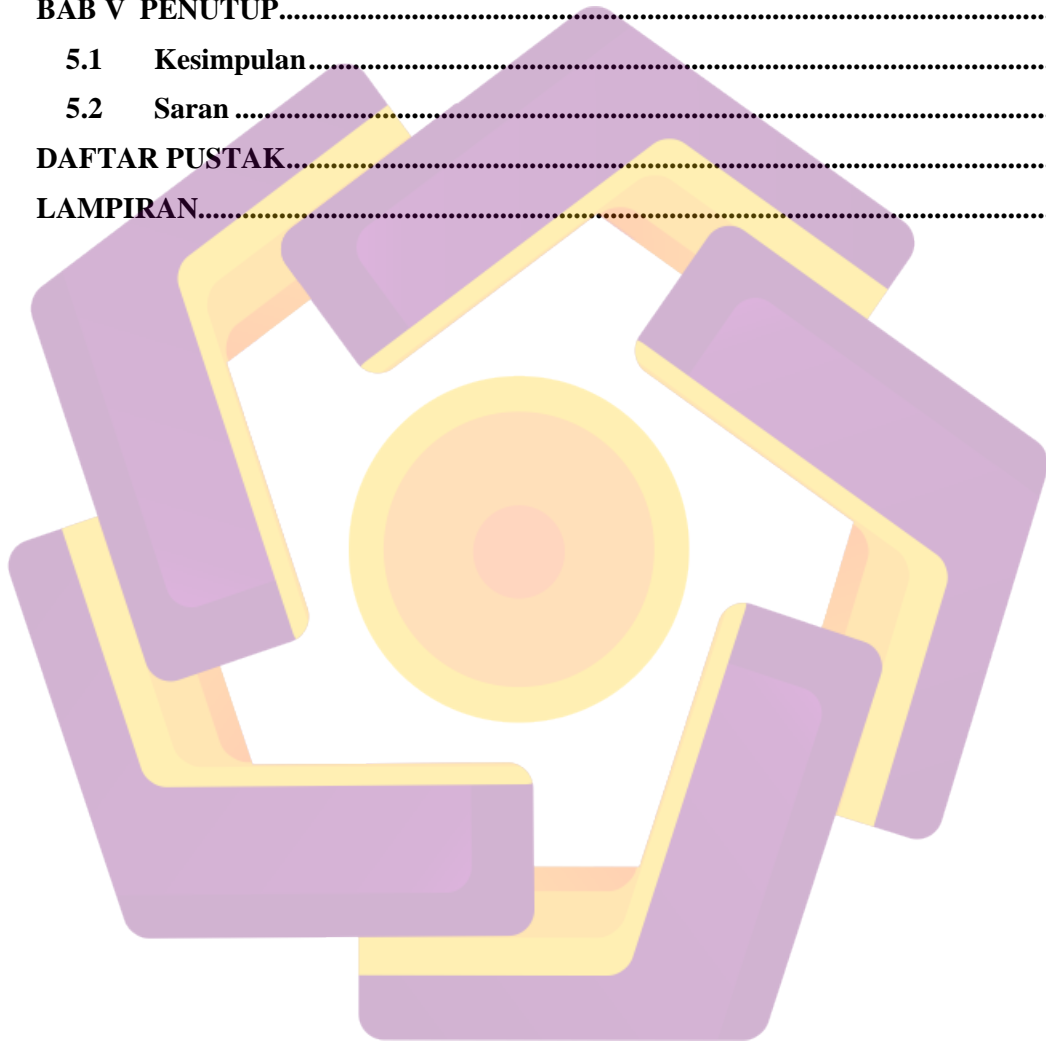
Penulis

DAFTAR ISI

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 Manfaat Bagi Penulis	3
1.5.2 Manfaat Bagi Kabupaten Paser	3
1.6 Metode Penelitian	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Analisis	5
1.6.3 Metode perancangan	5
1.6.2 Metode Evaluasi	5
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia	8
2.2.1 Elemen Multimedia	9
2.3 Promosi	10
2.3.1 Pengertian Promosi	10
2.3.2 Tujuan Promosi	11
2.4 Informasi	12
2.4.1 Pengertian Informasi	12
2.5 Video	12
2.5.1 Standar Video	12
2.5.2 Kategori Video	13
2.5.3 Format Video	14
2.6 Teknik Live Shoot	16
2.6.1 Tipe-Tipe Pengambilan Gambar	16
2.7 Teknik Hyperlapse	24
2.8 Teknik Timelapse	24
2.9 Analisis Masalah	25

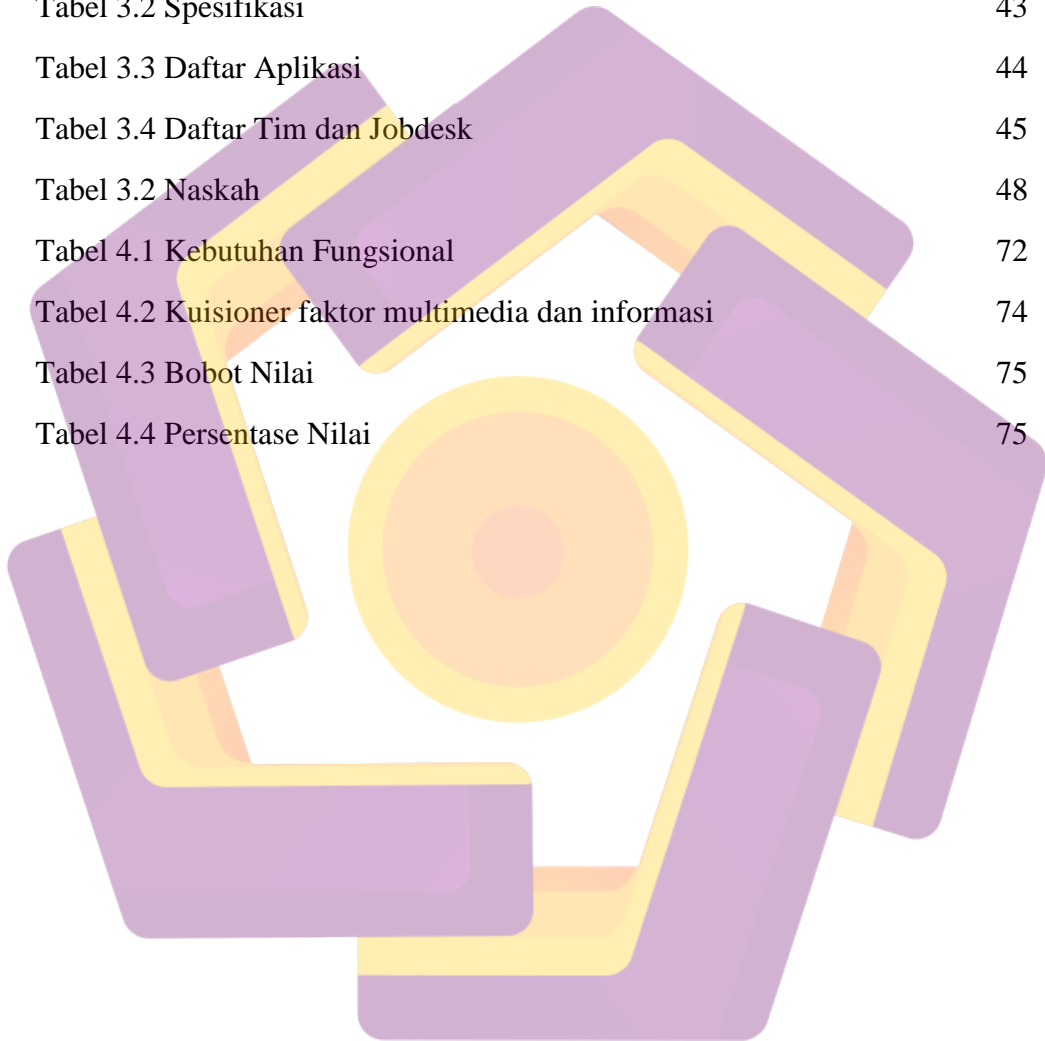
2.9.1	Analisis SWOT	25
2.9.2	Analisis Kebutuhan.....	26
2.10	Produksi.....	27
2.10.1	Pra Produksi.....	27
2.10.2	Produksi.....	30
2.10.3	Pasca Produksi	32
2.11	Pengolahan Data Kuisner.....	32
2.11.1	Skala Likert	32
2.11.2	Menentukan Interval	33
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN	35
3.1	Gambaran umum.....	35
3.1.1	Profil Kabupaten Paser	35
3.1.2	Logo Kabupaten Paser	36
3.1.3	Visi dan Misi.....	36
3.2	Pengumpulan Data.....	37
3.2.1	Observasi	37
3.2.2	Wawancara	37
3.3	Analisi Masalah.....	38
3.3.1	SWOT.....	38
3.4	Analisis Kebutuhan.....	42
3.4.1	Kebutuhan Non Fungsional	42
3.5	Perancangan Pembuatan Video.....	46
3.5.1	Penentuan Ide dan Konsep.....	47
3.5.2	Naskah.....	47
3.5.3	Story Board.....	50
BAB IV	IMPELEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1	Produksi.....	57
4.1.1	Pengambilan Gambar	57
4.1.2	Pengambilan Timelapse.....	60
4.1.3	Pengambilan Hyperlapse.....	60
4.2	Pasca Produksi	61
4.2.1	Compositing.....	61
4.2.2	Editing.....	65
4.2.3	Rendering.....	69

4.3	Pembahasan.....	70
4.3.1	Pengujian <i>Alpha</i>	71
4.3.2	Pengujian Beta.....	72
4.3.3	Perhitungan Sekala Likert	74
4.4	Penyerahan Ke Pihak Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kab.Paser 77	
BAB V PENUTUP.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAK.....		80
LAMPIRAN.....		81



DAFTAR TABLE

Tabel 2.1 Skala Likert Pertanyaan Positif dan Negatif	34
Tabel 2.2 Contoh Pengkategorian Skor Jawaban	35
Tabel 3.1 Hasil Analisis SWOT	40
Tabel 3.2 Spesifikasi	43
Tabel 3.3 Daftar Aplikasi	44
Tabel 3.4 Daftar Tim dan Jobdesk	45
Tabel 3.2 Naskah	48
Tabel 4.1 Kebutuhan Fungsional	72
Tabel 4.2 Kuisisioner faktor multimedia dan informasi	74
Tabel 4.3 Bobot Nilai	75
Tabel 4.4 Persentase Nilai	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5 Medium Long Shoot (MLS)	20
Gambar 2.6 Medium Close Up (MCU)	21
Gambar 2.7 Close Up (CU)	21
Gambar 2.8 Big Close Up (BCU)	22
Gambar 2.9 Extreme Close Up (ECU)	23
Gambar 2.10 Low Angel Shot	24
Gambar 2.11 Eye Level Shot	24
Gambar 2.12 Contoh Naskah	29
Gambar 2.13 Contoh Storyboard	30
Gambar 3.1 Logo Kabupaten Paser	37
Gambar 3.2 Website Kab.Paser	38
Gambar 3.3 Tahap Produksi	47
Gambar 4.1 Mesjid Agung Nurul Falah	58
Gambar 4.2 Festival budaya Kab.Paser	59
Gambar 4.3 Obyek Wisata Tahura Lati Petangis	60
Gambar 4.4 Expo Kab.Paser	60
Gambar 4.5 New Project Adobe Premier	63
Gambar 4.6 New Squence	63
Gambar 4.7 Import bahan timelapse	64
Gambar 4.8 Squence	64
Gambar 4.9 Speed duration	65
Gambar 4.10 Squence	65
Gambar 4.11 New Project Adobe Premier	67
Gambar 4.12 New Squence	67
Gambar 4.13 import bahan	68
Gambar 4.14 Squence	68

Gambar 4.15 Mengatur durasi video dengan drag	69
Gambar 4.16 Razor tool	69
Gambar 4.17 Memotong Video dengan razor tool	70
Gambar 4.18 Speed Duration	70
Gambar 4.19 Rander	71



INTISARI

Pada era teknologi sekarang ini, multimedia merupakan salah satu cara yang tepat untuk mempermudah menyampaikan informasi. Salah satu penerapan multimedia adalah video iklan pariwisata. Kab Paser merupakan salah satu daerah yang berada di provinsi Kalimantan Timur, dengan luas wilayah saat ini adalah 11.603,94km² terdiri dari 10 kecamatan dengan 139 desa dan 5 kelurahan, jumlah penduduk pada tahun 2019 mencapai 254.503 jiwa.

Media yang digunakan Kabupaten Paser masih menggunakan pameran dan menyebarkan brosur, informasi yang disampaikan oleh Masyarakat melalui orang ke orang, dan melalui Sosial Media. Sehingga Promosi yang dilakukan dengan cara seperti ini mempunyai kelemahan yaitu tidak memberi gambaran secara rinci tentang objek lokasi, budaya dan suasana. Dari hal di atas, penulis terdorong untuk membuat sebuah video profil yang dapat dijadikan sebagai media promosi yang menggunakan unsur-unsur multimedia seperti, teks, audio, dan video.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dalam pembuatan video profil ini telah memenuhi syarat dalam aspek multimedia dan aspek informasi.

Kata Kunci: *multimedia, video profil, promosi, informasi, live shoot, hyperlapse, Timelapse.*

ABSTRACT

In today's technological era, multimedia is one of the right ways to make it easier to convey information. One of the multimedia applications is the video tourism advertisement. Paser Regency is one of the areas in the province of East Kalimantan, with a current area of 11,603.94 km² consisting of 10 sub-districts with 139 villages and 5 sub-districts, the total population in 2019 reached 254,503 inhabitants.

The media used by Paser District still uses exhibitions and distributes brochures, information conveyed by the community through person to person, and through social media. So that the promotion that is carried out in this way has a weakness, namely it does not provide a detailed description of the object location, culture and atmosphere. From the above, the authors are encouraged to create a video profile that can be used as a promotional medium that uses multimedia elements such as text, audio, and video.

The results of the research that has been carried out in making this profile video have met the requirements in the multimedia aspect and the information aspect.

Keywords: *multimedia, video profile, promotion, information, live shoot, hyperlapse, timelapse.*