

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK MINUMAN MENU BARU DI
KEDAI SASTRA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT**

SKRIPSI

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



diajukan oleh

YUDI NURJANATA

15.12.8467

Kepada

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

2022

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK MINUMAN MENU BARU DI
KEDAI SASTRA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT**

SKRIPSI

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



diajukan oleh

YUDI NURJANATA

15.12.8467

Kepada

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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK MINUMAN MENU BARU DI KEDAI
SASTRA MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yudi Nurjanata

15.12.8467

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 9 November 2021

Dosen Pembimbing,

Akhmad Dahlan, M.Kom.

NIK.190302174

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN PRODUK MINUMAN MENU BARU DI KEDAI SASTRA
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOT**
yang disusun dan diajukan oleh

Yudi Nurjanata

15.12.8467

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Desember 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Uyock Anggoro Saputro, M.Kom.
NIK. 190302419

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

Akhmad Dahlan, M.Kom.
NIK. 190302174

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 20 Desember 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M.Kom.
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Yudi Nurjanata
NIM : 15.12.8467

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Pembuatan Iklan Produk Minuman Menu Baru di Kedai Sastra Menggunakan Teknik Live Shot

Dosen Pembimbing : Akhmad Dahlan, 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, 20 Desember 2021

Yang Menyatakan,



Yudi Nurjanata

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatan kehadirat Allah Yang Maha Esa, karena atas rahmat Nya penulis dapat menyelesaikan pembuatan Karya Tulis Ilmiah dengan judul “Pembuatan Iklan Produk Minuman Menu Baru di Kedai Sastra Menggunakan Teknik Live Shot.” Adapun Karya Tulis Ilmiah adalah sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Komunikasi.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya Karya Tulis Ilmiah ini, yaitu:

1. Bapak Nuryanto dan ibu Admini dan Muhammad Nurikhwan Rosyadi serta Nurachma Novi Wijayanti. Selaku orang tua dan kakak serta adik dari penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, nasehat serta doa yang tiada henti. Terimakasih atas segalanya kepada orang tua yang penulis cintai.
2. Dosen Pembimbing Akhmad Dahlan, M.Kom. dan teman-teman serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga seluruh pihak yang telah turut serta berperan dan membantu dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini mendapat balasan kebaikan yang berlimpah dari Allah SWT. Semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembacanya, peneliti lain, masyarakat, dan dunia kesehatan secara umum.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan serta kesalahan dalam penyusunan karya tulis ini, maka dari itu penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya serta mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi karya tulis ilmiah ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhamad SAW beserta keluarganya. Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan penulis untuk menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata penulis berharap semoga karya skripsi ini bermanfaat bagi orang lain yang membaca. Saya selaku penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kesalahan dalam penyusunan skripsi ini. Atas perhatiannya, saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 20 Desember 2021

Penulis

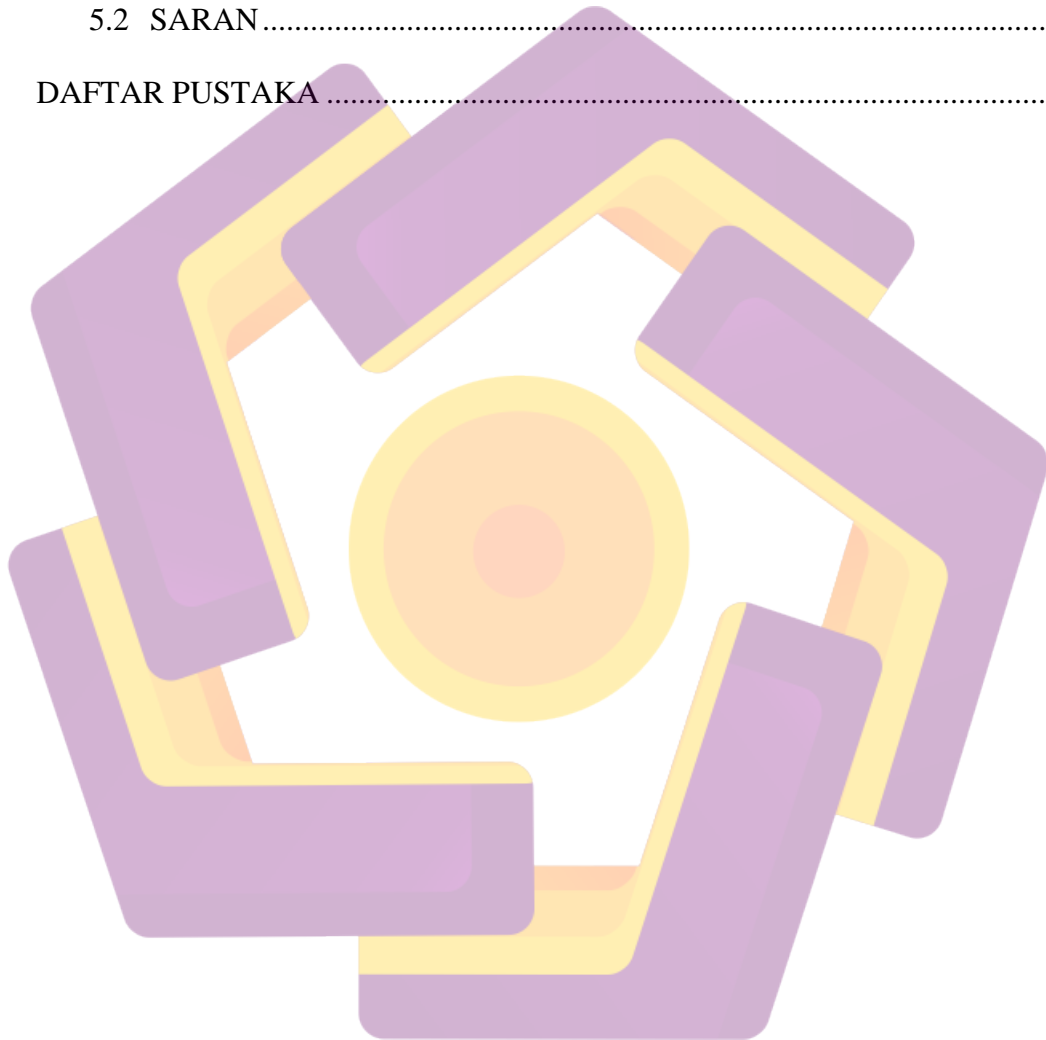
DAFTAR ISI

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.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI.....	xv
Abstract.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis	5

1.6.3	Metode Perancangan	6
1.6.4	Produksi	6
1.6.5	Evaluasi	7
1.7	Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI		8
2.1	Tinjauan Puastaka	8
2.2	Dasar Teori.....	10
2.2.1	Video.....	10
2.2.2	Iklan.....	11
2.2.3	Live Shot	13
2.3	Analisis SWOT	18
2.3.1	Strength (Kekuatan)	18
2.3.2	Weakness (Kelemahan).....	18
2.3.3	Opportunity (Peluang).....	18
2.3.4	Threats (Ancaman).....	19
2.4	Tahap Produksi Iklan	19
2.4.1	Tahap Pra Produksi	19
2.4.2	Tahap Produksi	20
2.4.3	Tahap Panca Produksi	20
2.5	Evaluasi.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		22

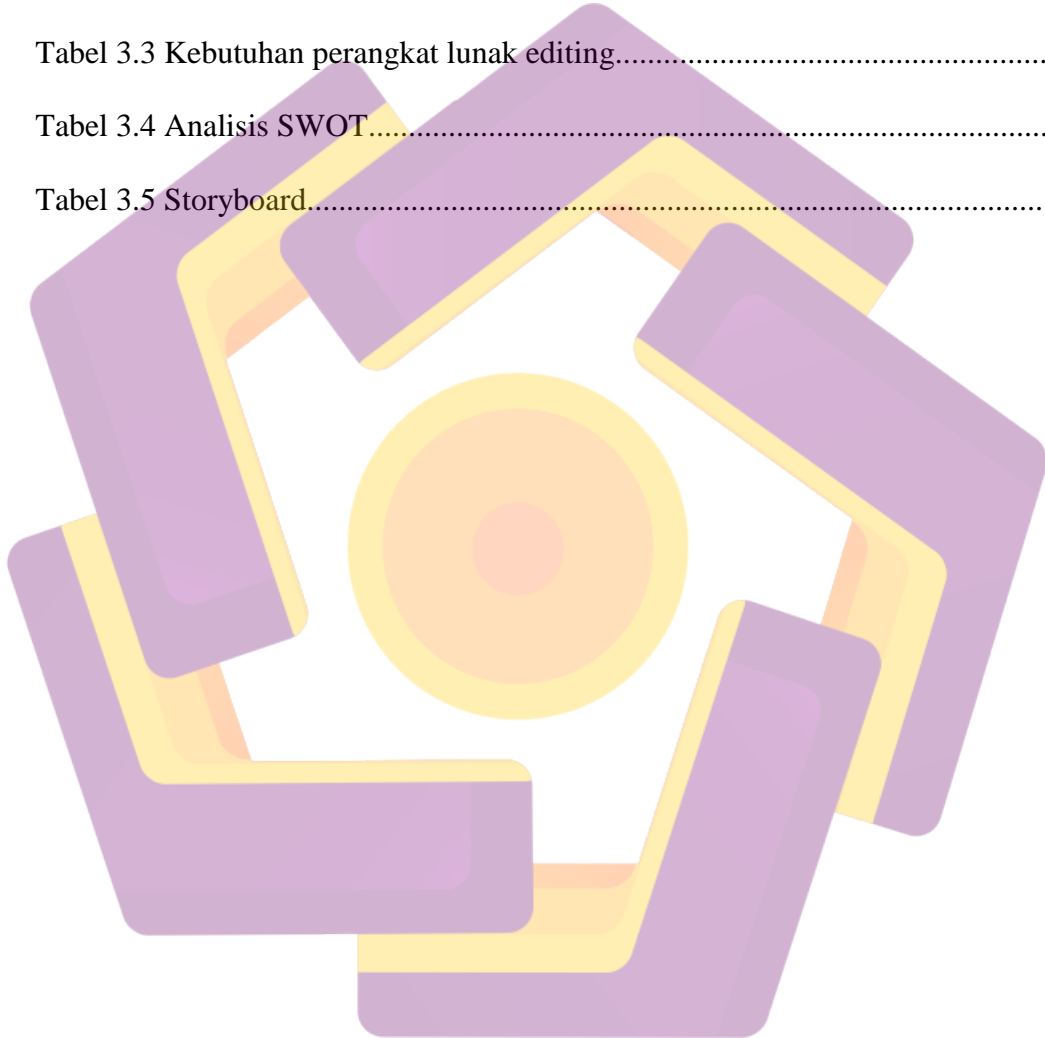
3.1 Tinjauan Umum	22
3.1.1 Profil Objek.....	23
3.1.2 Visi	23
3.1.3 Misi	23
3.1.4 Logo	24
3.2 Analisis Masalah.....	24
3.2.1 Identifikasi Masalah	24
3.3 Analisis Kebutuhan Sistem.....	24
3.3.1 Kebutuhan Fungsional	25
3.3.2 Kebutuhan Non Fungsional.....	25
3.4 Analisis SWOT	26
3.5 Perancangan Video Iklan	28
3.5.1 Konsep Perancangan	28
3.6 Storyboard.....	28
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Implementasi.....	33
4.2 Tahap Produksi	33
4.2.1 Pengambilan Gambar (<i>Shooting</i>)	33
4.2.2 Capturing.....	34
4.2.3 Pembuatan Motion Graphic	35
4.2.4 Editing	38

4.3 Evaluasi.....	47
4.4 Implementasi.....	48
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 KESIMPULAN.....	50
5.2 SARAN.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52



DAFTAR TABEL

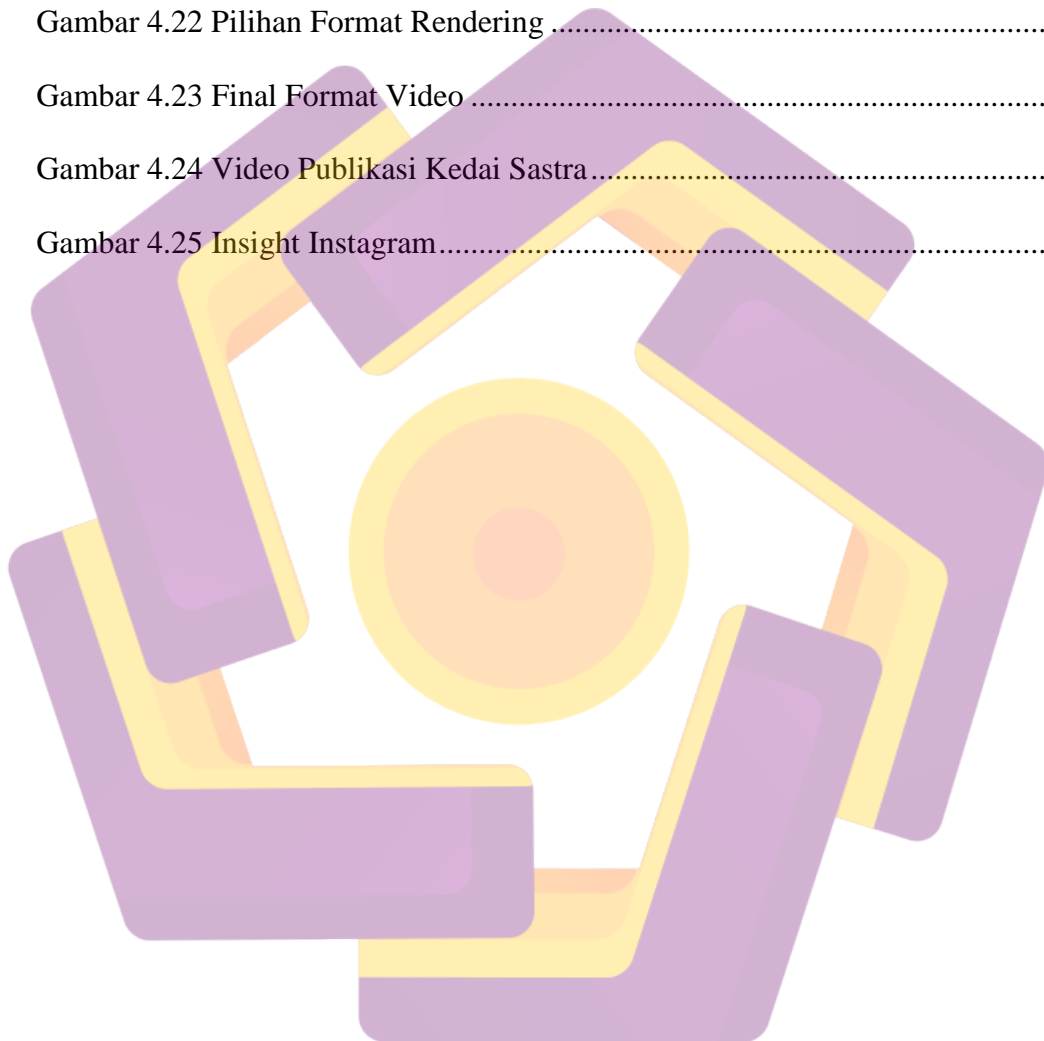
Tabel 2.1. Tabel Perbandingan.....	9
Tabel 3.1 Tabel kebutuhan perangkat keras editing.....	25
Tabel 3.2 Kebutuhan perangkat pengambilan gambar.....	26
Tabel 3.3 Kebutuhan perangkat lunak editing.....	26
Tabel 3.4 Analisis SWOT.....	27
Tabel 3.5 Storyboard.....	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh High Angle	14
Gambar 2.2 Contoh Eye Level.....	14
Gambar 2.3 Contoh Low Angle	15
Gambar 3.1 Logo Kedai Sastra	24
Gambar 4.1 File Video.....	34
Gambar 4.2 Membuat project baru atau ukuran composition.....	35
Gambar 4.3 Rectangle Tool	35
Gambar 4.4 Shape layer dan add trim paths	36
Gambar 4.5 Keyframe shape layer.....	36
Gambar 4.6 Horizontal Type Tool.....	36
Gambar 4.7 Shape Masking	37
Gambar 4.8 Keyframe text.....	37
Gambar 4.9 Hasil akhir	37
Gambar 4.10 Menentukan new sequence.....	38
Gambar 4.11 File video editing.....	39
Gambar 4.12 Susunan file video dan backsound	39
Gambar 4.13 Effect video transitions	40
Gambar 4.14 Effect control.....	40
Gambar 4.15 create new adjustment layer	41
Gambar 4.16 timeline adjustment layer	41
Gambar 4.17 lumetri color	42

Gambar 4.18 Motion Keying	42
Gambar 4.19 Ultra Key	43
Gambar 4.20 Effect Controls Ultra Key	43
Gambar 4.21 Rendering	44
Gambar 4.22 Pilihan Format Rendering	45
Gambar 4.23 Final Format Video	46
Gambar 4.24 Video Publikasi Kedai Sastra	48
Gambar 4.25 Insight Instagram	49



INTISARI

Kedai Sastra yang beralamat di Jl. Jogja - Wonosari No.2013, Plumbon Lor, Logandeng, Kec. Playen, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55861, merupakan sebuah kedai kopi yang mengangkat konsep minimalis, nyaman dan memiliki fasilitas buku bacaan.

Saat ini Kedai Sastra mengeluarkan produk menu baru namun dari Kedai Sastra belum membuat promosi maupun iklan untuk mengenalkan produk menu baru tersebut. Mereka hanya mengenalkan lewat fitur story di aplikasi instagram Kedai Sastra sendiri dan kepada pelanggan yang datang langsung ke Kedai Sastra.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk membuat sebuah video iklan yang akan ditayangkan di instagram ads. Dengan adanya video iklan ini diharapkan dapat mencapai sasaran yang diinginkan oleh pemilik Kedai Sastra dan mampu meningkatkan penjualan produk tersebut.

Hasil dari penelitian video iklan ini, pihak Kedai Sastra dalam seminggu sampai satu bulan dapat meningkatkan penjualan secara signifikan. Baik dari penjualan langsung di tempat maupun penjualan melalui aplikasi pesan antar. Hal ini membuat pihak Kedai Sastra akan terus membuat inovasi menu baru untuk kedepannya.

Kata kunci: video, iklan, produk baru, Minuman, Kedai Sastra

Abstract

Kedai Sastra which is located at Jl. Jogja - Wonosari No. 2013, Plumbon Lor, Logandeng, Kec. Playen, Gunung Kidul Regency, Special Region of Yogyakarta 55861, is a coffee shop that carries a minimalist, comfortable concept and has reading book facilities.

Currently Kedai Sastra is releasing a new menu product, but Kedai Sastra has not made any promotions or advertisements to introduce the new menu product. They only introduce through the story feature on the Kedai Sastra Instagram application itself and only to customers who come directly to the Kedai Sastra.

Based on the problems above, the author is interested in making a video ad that will be displayed on Instagram ads. With this video advertisement, it is hoped that it will achieve the goals desired by the Kedai Sastra owner and be able to increase sales of these products.

The results of this video ads research, Kedai Sastra in a week to a month can increase sales significantly. Both from direct sales on the spot and sales through delivery applications. This makes the Kedai Sastra will continue to innovate new menus in the future.

Keyword: *video, advertisement, new product, beverage, Kedai Sastra*