

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA DOA IBU
COFFEE YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT**

SKRIPSI



disusun oleh

Gilang Aji Garsmedy

16.12.9058

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA DOA IBU
COFFEE YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan
mencapai derajat Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Gilang Aji Garsmedy

16.12.9058

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

2023

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA DOA IBU
COFFEE YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Gilang Aji Garsmedy

16.12.9058

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 20 Februari 2023

Dosen Pembimbing,



Mei P Kurniawan, M.Kom.

NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA DOA IBU
COFFEE YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gilang Aji Garsmedy

16.12.9058

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 22 April 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Muhammad Tofa Nurcholis, M.Kom.

NIK. 190302281



Moch Farid Fauzi, M.Kom.

NIK. 190302284

Mei P Kurniawan, M.Kom.

NIK. 190302187

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer Tanggal 11 Februari 2023

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Hanif Al Fatta, M.Kom

NIK. 190302096

PERNYATAAN

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 tanggungjawab saya pribadi.

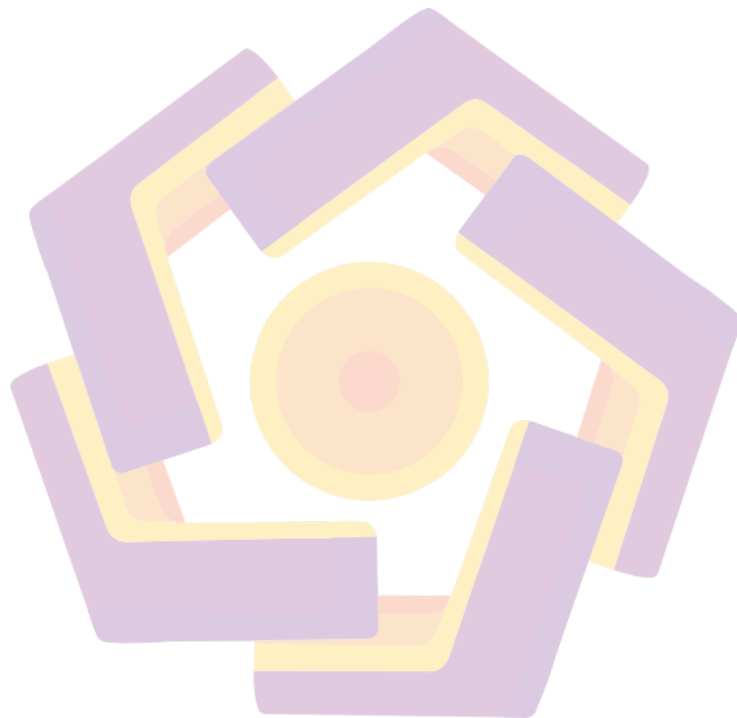
Yogyakarta, 12 Maret 2023



Gilang Aji Garsmedy

MOTTO

“Menjadi yang terbaik dari diriku sebelumnya”



PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pembuatan Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Pada Doa Ibu Coffee Yogyakarta Dengan Teknik Live Shoot.

Dengan hormat, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Orang tua tercinta yang telah membimbing, mendoakan, mendukung dan selalu memberikan yang terbaik.
2. Dosen Pembimbing, Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom yang telah membimbing penulis dengan sabar dan kehalusan hati dari awal sampai selesainya skripsi ini.
3. Semua sahabat penulis yang selalu menemani penulis dalam membantu terciptanya dan selesainya skripsi ini.
4. Dan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan dan pembuatan skripsi penulis ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 13 maret 2023



Gilang Aji Garsmedy

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan.

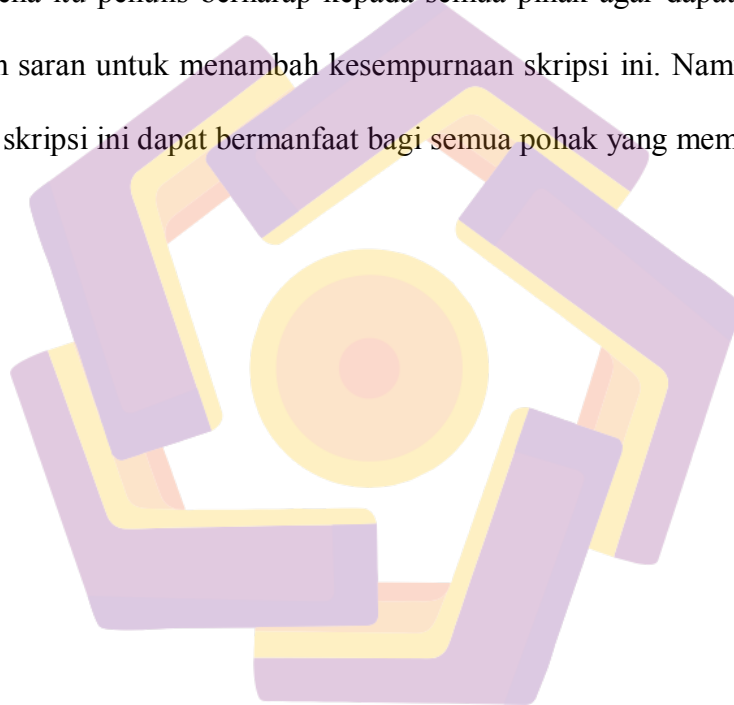
Penulisan skripsi ini disusun untuk dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer pada Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu penulis skripsi ini merupakan bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang Strata-1 dan memperoleh gelar Sarjana.

Penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada,

1. Bapak Prof. M Suyanto, MM selaku rector Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta memberikan saran bagi penulis demi kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Orang Tua penulis yang selalu memberikan doa, bimbingan dan dukungan bagi penulis.

5. Bapak Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membagikan ilmunya selama penulis mengikuti pembelajaran mata kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Dan untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Dalam pembuatan skripsi menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun, penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.5.1 Manfaat Bagi Penulis	4
1.5.2 Manfaat Bagi Instansi	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Analisis.....	5
1.6.3 Metode Perancangan	6
1.6.4 Metode Pengembangan.....	6
1.6.5 Metode Implementasi	6
1.6.6 Metode Pengujian	6
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10

2.2	Konsep Dasar Multimedia	13
2.2.1	Pengertian Multimedia	13
2.2.2	Elemen – Elemen Multimedia	13
2.2.3	Konsep Dasar Video	15
2.2.4	Kategori Video	16
2.2.5	Format File Video	17
2.3	Konsep Dasar Iklan	19
2.3.1	Jenis-jenis Iklan	20
2.3.2	Jenis-jenis Iklan berdasarkan Tujuan	20
2.4	Konsep Dasar Live Shoot	22
2.5	Metode Analisis	22
2.5.1	Analisis Kebutuhan	22
2.5.2	Analisis SWOT	23
2.6	Tahap Produksi.....	25
2.6.1	Pra-produksi	25
2.6.2	Produksi	25
2.6.3	Pasca Produksi.....	25
2.7	Teori Evaluasi Skala Likert.....	26
2.7.1	Sejarah Skala Likert	26
2.7.2	Skala Likert	26
2.7.3	Rumus Persentase	27
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN	30
3.1	Tinjauan Umum.....	30
3.1.1	Deskripsi Singkat Doa Ibu Coffee	30
3.1.2	Logo Doa Ibu Coffee	30
3.2	Pengumpulan Data	31
3.2.1	Observasi	31
3.2.2	Metode Wawancara	32
3.3	Analisis	33
3.3.1	Analisis SWOT.....	33
3.1.5	Solusi yang Ditawarkan	36
3.3.2	Analisis Kebutuhan	37

3.4	Tahap Pra Produksi.....	40
3.4.1	Ide Cerita	40
3.4.2	Rancangan Naskah Video Iklan	41
3.4.2	Rancangan Storyboard	42
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Implementasi.....	47
4.1.1	Tahap Produksi	47
4.1.2	Tahap Pasca Produksi	53
4.2	Pembahasan	63
4.2.1	Metode Pengujian	63
4.2.2	Media Placement	73
BAB V PENUTUP		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....		78



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian	11
Tabel 2. 2 Contoh Matriks SWOT	24
Tabel 2. 3 Pengkategorian Skor Jawaban	28
Tabel 3. 1 Tabel Matriks SWOT	34
Tabel 3. 2 Peralatan Produksi	38
Tabel 3. 3 Tabel Pasca Produksi	39
Tabel 3. 4 Kebutuhan Perangkat Lunak	39
Tabel 3. 5 Tabel Kru	40
Tabel 4. 1 Detail Hasil Pengambilan Gambar	48
Tabel 4. 2 Hasil Presentase Kuesioner	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Doa Ibu Coffee	30
Gambar 3. 2 Instagram Doa Ibu Coffee.....	31
Gambar 4. 1 Logo Doa Ibu Coffee	52
Gambar 4. 2 Backsound yang digunakan	53
Gambar 4. 3 Komposisi yang digunakan pada tahap editing	54
Gambar 4. 4 Hasil pengambilan gambar yang telah di Import dan dipilih ..	55
Gambar 4. 5 Seluruh elemen yang telah melewati proses Cutting Pada Timeline Editing.....	56
Gambar 4. 6 Adjustment Layer yang telah ditambahkan ke Timeline dan diatur sesuai durasi	57
Gambar 4. 7 Efek Lumetri Color yang telah diatur Highlights, shadows grading dan creative look-nya	57
Gambar 4. 8 Hasil Video Iklan dengan Warna Mentah Sebelum diatur Color Correction dan Color Gading-nya	58
Gambar 4. 9 Hasil Video Iklan dengan Warna yang sudah diatur Color Correction dan Color Grading-nya.....	58
Gambar 4. 10 Penambahan Effect Controls Rotation.....	59
Gambar 4. 11 Penggunaan Effect Flare meggunakan Film Dissolve	59
Gambar 4. 12 Membuat efek patah-patah dengan cara cutting video	60
Gambar 4. 13 Menambahkan efek Black and white menggunakan Monochrome Punch	60
Gambar 4. 14 Penggunaan efek transisi EA Distorted Roll 2	61
Gambar 4. 15 Penambahan nama Coffee pada bagian akhir video menggunakan Text dengan font Rockwell	61
Gambar 4. 16 Hasil Akhir penggabungan seluruh elemen dalam proses pengerjaan Editing dan Compositing	62
Gambar 4. 17 Detail Pengaturan Rendering Video Iklan Doa Ibu Coffee	63
Gambar 4. 18 Kuesioner yang dibuat menggunakan Google Form	67
Gambar 4. 19 Hasil Jawaban dari responden.....	68
Gambar 4. 20 Penayangan Video Iklan di Instagram @doaibucoffee	74

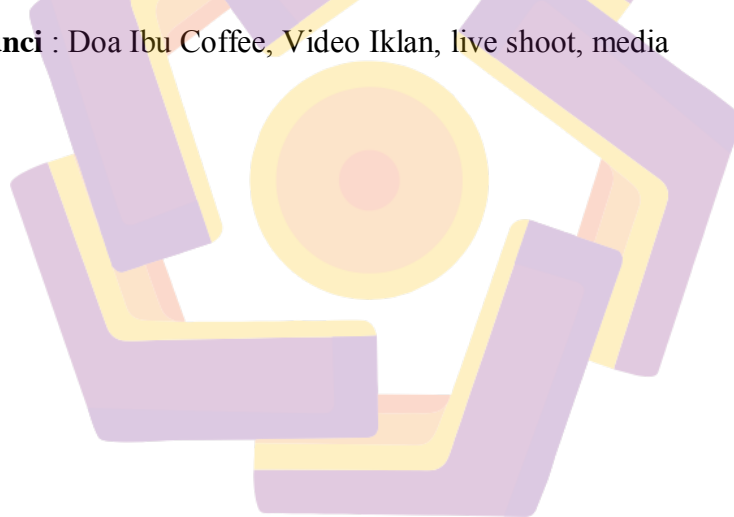
INTISARI

Doa Ibu Coffee adalah salah satu kedai kopi dengan citarasa serta tempat yang menarik untuk dikunjungi oleh para pelanggannya, saat didirikannya kedai tersebut, Doa Ibu Coffee hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut atau foto di media sosial instagram.

Semua media yang digunakan untuk menyampaikan informasi pada kedai Doa Ibu Coffee ini belum menggunakan media berbentuk seperti video iklan, hal tersebut dikarenakan minimnya biaya promosi yang dimiliki oleh pemilik kedai.

Video iklan pada umumnya juga terdapat berbagai macam teknik dalam pembuatannya, dan penulis pada penelitian saat ini memilih membuat video iklan dengan teknik live shoot. Teknik tersebut adalah pengambilan gambar secara langsung dan menampilkan tentang bagaimana cara kedai Doa Ibu Coffee meracik sebuah minuman kopi secara lebih menarik sehingga dapat meningkatkan pemasaran kedai Doa Ibu Coffee kepada calon pelanggan.

Kata Kunci : Doa Ibu Coffee, Video Iklan, live shoot, media



ABSTRACT

Doa Ibu Coffee is a coffee shop with an interesting taste and place for its customers to visit, when the coffee shop was established, Doa Ibu Coffee only promoted word of mouth or photos on social media Instagram.

All the media used to convey information at the Doa Ibu Coffee shop have not used media such as video advertisements, this is due to the lack of promotional costs owned by the shop owners.

In general, there are various techniques for making video advertisements, and the authors in this current study choose to make video advertisements with the live shoot technique. The shooting technique is a direct image and shows how the Doa Ibu Coffee shop makes a more attractive coffee drink so that it can increase the marketing of the Doa Ibu Coffee shop to potential customers.

Keywords: *Coffee Mother's Prayer, Advertising Video, live shoot, media*

