

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN VISIBLE BARBERSHOP UNTUK  
MEMPERLUAS PASAR DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**IMAM MUKHLIS ISMAIL**

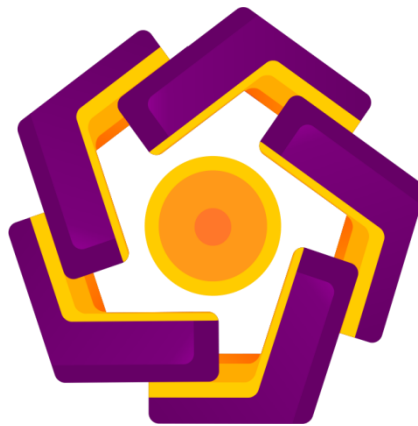
**15.11.8590**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN VISIBLE BARBERSHOP UNTUK  
MEMPERLUAS PASAR DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

**IMAM MUKHLIS ISMAIL**

**15.11.8590**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN PADA VISIBLE BARBERSHOP  
UNTUK MEMPERLUAS PASAR DI KOTA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Imam Muklis Ismail**

**15.11.8590**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 23 Februari 2019

**Dosen Pembimbing,**



**Heri Sismoro, M. Kom**

**NIK. 190302057**

## PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### PERANCANGAN VIDEO IKLAN VISIBLE BARBERSHOP UNTUK MEMPERLUAS PASAR DI KOTA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Imam Mukhlis Ismail**

**15.11.8590**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 Februari 2019

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Rizqi Sukma, M. Kom**  
**NIK. 190302215**

**Bernadhed, M. Kom**  
**NIK. 190302243**

**Heri Sismoro, M. Kom**  
**NIK. 190302057**

**Tanda Tangan**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 28 Februari 2019

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



**Krisnawati, S. Si, MT**  
**NIK. 190302038**

## 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, 23 februari 2019



Imam Muklis Ismail

NIM. 15.11.8590

## MOTTO

*“Alloh memberi apa yang kamu butuhkan, bukan apa yang kamu inginkan.”*

*“Tolonglah agamanya Alloh, maka Alloh akan menolongmu”*

*“Ketahuilah olehmu bahwa hatimu adalah bejana,kenalilah dunia dan taruhlah dunia di belakangm karena dunia bukan tempat tinggalmu (yang abadi) dan apa yang ditetapkan padamu tidak ada disana”*

*“Sesorang bisa lebih kuat ( banyak tenaga, ketat, erat, mampu, kuasa, tangguh, kukuh, bersemangat ) ketika ada yang diperjuangkan”*

## PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sesuai dengan target. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayah dan Ibu, dan kakak yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis.
2. Keluarga bapak Suhardi yang telah memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Heri Sismoro, M.Kom., yang telah memberikan arahan serta saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai target.
4. Restu, Rhuziq, Anis terima kasih atas semangat dan dukungan yang telah diberikan serta memaklumi berbagai macam “kerusuhan” yang terjadi dan telah bersedia “direpotkan” dengan berbagai macam hal.
5. Crew Visible Barbershop dan crew nologaten , yang telah membantu kelancaran dalam melakukan penelitian ini.
6. Keluarga besar HMIF membimbing dan membantu saya untuk berkembang sejauh ini.
7. Teman kelas IF-02, terima kasih atas bantuan dan kebersamaan yang sangat berarti bagi penulis.

Terima kasih atas semangat dan dukungan dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna di masa yang akan datang. Amiin

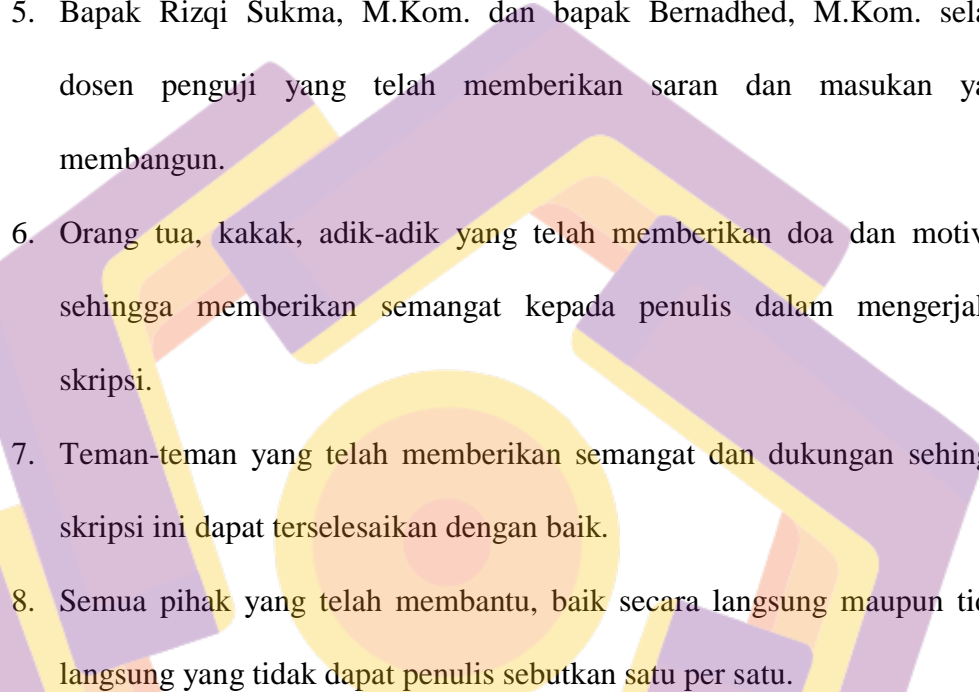
## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani serta petunjuk dan kekuatan kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul “PERANCANGAN VIDEO IKLAN VISIBLE BARBERSHOP UNTUK MEMPERLUAS PASAR DI KOTA YOGYAKARTA” bisa terselesaikan dengan baik sesuai target. Kritik dan saran sangat diharapkan penulis agar dapat lebih baik lagi di kemudian hari.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof., Dr., M. Suyanto, M.M. selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah mengesahkan secara resmi judul penelitian sebagai bahan penulisan skripsi sehingga penulisan skripsi berjalan dengan lancar.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer yang telah membantu dan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
3. Bapak Sudarmawan, M.T. selaku Ketua Program Studi Informatika yang telah memberikan bimbingan selama penulisan skripsi.



- 
4. Bapak Heri Sismoro, M.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mencurahkan perhatian, bimbingan, nasehat, doa, kepercayaan yang sangat berarti bagi penulis serta meluangkan waktu dalam memberikan arahan dan masukan selama penelitian dan penulisan skripsi.
  5. Bapak Rizqi Sukma, M.Kom. dan bapak Bernadhed, M.Kom. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun.
  6. Orang tua, kakak, adik-adik yang telah memberikan doa dan motivasi sehingga memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
  7. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
  8. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi masyarakat dalam rangka menambah wawasan pengetahuan.

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	ii
PERSETUJUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN.....	v
MOTO.....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
INTISARI.....	xx
<i>ABSTRACT</i> .....	xxi
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 .....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3

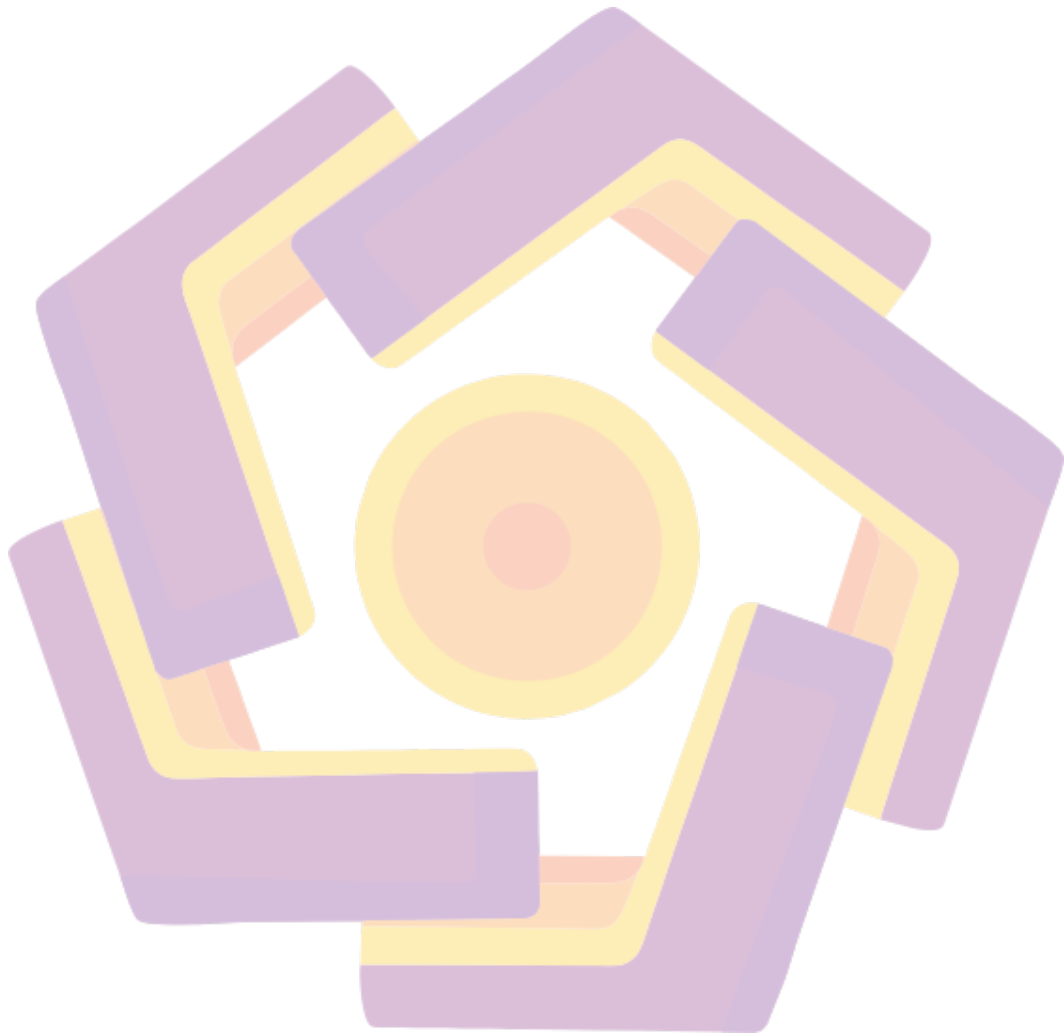
1.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6.2	Metode Analisis .....	4
1.6.3	Metode Perancangan .....	5
1.6.4	Metode Pengembangan .....	5
1.6.5	Metode <i>Testing</i> .....	5
1.7	Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	LANDASAN TEORI.....	7
2.1	Tinjauan Pustaka .....	7
2.2	Multimedia .....	8
2.2.1	Pengertian Multimedia.....	8
2.2.2	Elemen Multimedia.....	9
2.2.3	Jenis-jenis Multimedia .....	10
2.3	Video .....	11
2.3.1	Pengertian Video.....	11
2.3.2	Jenis Video.....	11
2.3.3	Standar Video.....	12
2.3.4	Standar Format File Video.....	13
2.4	Audio .....	16
2.4.1	Definisi Audio.....	16

2.4.2	Format File Audio .....	16
2.5	Konsep Teknik Live shoot.....	17
2.5.1	Teknik Pengambilan Gambar.....	17
2.5.2	Camera Framming.....	21
2.6	Iklan.....	27
2.6.1	Pengertian Iklan .....	27
2.6.2	Jenis Iklan.....	27
2.6.3	Fungsi Iklan.....	34
2.7	Metode Analisis.....	35
2.7.1	Analisis Kebutuhan Fungsional .....	35
2.7.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional .....	35
2.8	Metode Perancangan dan Pengembangan .....	35
2.8.1	Pra Produksi .....	35
2.8.1.1	Merancang Ide .....	35
2.8.1.2	Merancang Konsep .....	36
2.8.1.3	<i>Storyboard</i> .....	36
2.8.2	Produksi.....	37
2.8.2.1	<i>Dubbing</i> .....	37
2.8.3	Pasca Produksi .....	37

2.8.3.1	<i>Sound Effect dan Background Music</i> .....	37
2.8.3.2	<i>Rendering</i> .....	37
2.9	Metode Testing.....	37
2.9.1	<i>Alpha Testing</i> .....	38
2.9.2	<i>Beta Testing</i> .....	38
<b>BAB III</b>	<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN</b> .....	<b>39</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	39
3.1.1	Deskripsi Objek.....	39
3.1.2	Visi .....	40
3.1.3	Misi .....	40
3.1.4	Layanan.....	40
3.1.5	Mekanisme Media Informasi Terdahulu.....	43
3.2	Analisis .....	43
3.2.1	Observasi.....	44
3.2.2	Wawancara.....	44
3.2.3	Analisis SWOT .....	45
3.3	Solusi yang Diterapkan.....	47
3.4	Solusi yang Dipilih.....	47
3.5	Analisis Kebutuhan Sistem.....	47

3.5.1	Analisis Kebutuhan Fungsional .....	48
3.5.2	Analisis Kebutuhan <i>non</i> Fungsional .....	48
3.6	Rancangan Pra Produksi.....	50
3.6.1	Ide Cerita.....	50
3.6.2	Pembuatan Naskah.....	51
3.6.3	Pembuatan <i>Storyboard</i> .....	51
BAB IV	<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN</b> .....	64
4.1	Pembahasan .....	64
4.1.1	Alur Produksi .....	64
4.1.2	Tahap Produksi.....	64
4.1.2.1	Menentukan Alat yang Akan Digunakan .....	65
4.1.3	Pasca Produksi .....	70
4.1.3.1	Pengeditan Suara ( <i>Sound Editing</i> ).....	70
4.1.3.2	Pengeditan Video.....	73
4.2	<i>Testing</i> .....	97
4.2.1	<i>Alpha Testing</i> .....	97
4.2.2	<i>Beta Testing</i> .....	99
4.3	Metode Implementasi .....	102
BAB V	<b>PENUTUP</b> .....	103

5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran.....	103
	Daftar Pustaka.....	105



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Perbedaan Referensi dengan Penelitian yang Dilakukan.....	8
<b>Tabel 3.1</b> Analisis SWOT.....	45
<b>Tabel 3.2</b> <i>Hardware</i> yang Digunakan .....	48
<b>Tabel 3.3</b> <i>Software</i> yang Digunakan .....	49
<b>Tabel 3.4</b> Naskah dan Storyboard .....	51
<b>Tabel 4.1</b> Hasil Rendering dalam Format .MP4.....	85
<b>Tabel 4.2</b> Skala Jawaban Setiap Pertanyaan.....	99
<b>Tabel 4.3</b> Penentuan Interval.....	100
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Kuesioner.....	100



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Contoh Pengambilan Gambar <i>Low Angle</i> .....	18
<b>Gambar 2.2</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Eye View Angle</i> .....	19
<b>Gambar 2.3</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>High Angle</i> .....	19
<b>Gambar 2.4</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Bird Eye Angle</i> .....	20
<b>Gambar 2.5</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Frog Eye Angle</i> .....	21
<b>Gambar 2.6</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Extreme Long Shot</i> .....	22
<b>Gambar 2.7</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Long Shot</i> .....	22
<b>Gambar 2.8</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Full Shot</i> .....	23
<b>Gambar 2.9</b> Contoh gambar pengambilan <i>Knee Shot</i> .....	23
<b>Gambar 2.10</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Medium</i> atau <i>Waist Shot</i> .....	24
<b>Gambar 2.11</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Medium Close Up</i> (MCU).....	24
<b>Gambar 2.12</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Close Up</i> .....	25
<b>Gambar 2.13</b> Contoh gambar pengambilan <i>Big Close Up</i> (BCU) .....	25
<b>Gambar 2.14</b> Contoh Gambar Pengambilan <i>Extreme Close Up</i> .....	26
<b>Gambar 2.15</b> Contoh gambar pengambilan <i>Over The Shoulder</i> .....	26
<b>Gambar 2.16</b> <i>Storyboard</i> .....	36
<b>Gambar 3.1</b> Logo Visible Barbershop Yogyakarta .....	39
<b>Gambar 3.2</b> <i>Haircut</i> .....	40
<b>Gambar 3.3</b> <i>Hairwash</i> .....	41
<b>Gambar 3.4</b> <i>Hot Towel</i> .....	41
<b>Gambar 3.5</b> <i>Massage</i> .....	41

<b>Gambar 3.6</b> <i>Hair Tonic</i> .....	42
<b>Gambar 3.7</b> <i>Pomade Styling</i> .....	42
<b>Gambar 3.8</b> <i>Pomade Styling</i> .....	42
<b>Gambar 3.9</b> Media Sosial Visible di <i>Instagram</i> .....	43
<b>Gambar 4.1</b> Alur Produksi.....	64
<b>Gambar 4.2</b> <i>Movie Exposure Manual</i> .....	66
<b>Gambar 4.3</b> Contoh Pengaturan <i>Shutter Speed</i> .....	67
<b>Gambar 4.4</b> Contoh Pengaturan <i>Diafragma</i> .....	67
<b>Gambar 4.5</b> Contoh Pengaturan <i>ISO</i> .....	68
<b>Gambar 4.6</b> <i>Movie Rec. Size</i> .....	69
<b>Gambar 4.7</b> <i>Picture Style</i> .....	69
<b>Gambar 4.8</b> Membuka <i>Adobe Audition</i> .....	70
<b>Gambar 4.9</b> Lembar kerja <i>Adobe Audition</i> .....	71
<b>Gambar 4.10</b> Proses <i>Import File Adobe Audition</i> .....	71
<b>Gambar 4.11</b> Proses seleksi <i>frekuensi</i> yang noise .....	72
<b>Gambar 4.12</b> Mengurangi Noise .....	72
<b>Gambar 4.13</b> Penambahan <i>Effect Vocal Enhancer</i> .....	73
<b>Gambar 4.14</b> Manajemen <i>File Video</i> .....	73
<b>Gambar 4.15</b> Lembar Kerja Baru .....	74
<b>Gambar 4.16</b> Lokasi Penyimpanan <i>file Adobe Premiere Pro CC 2018</i> .....	74
<b>Gambar 4.17</b> Tampilan <i>Sequence Preset</i> .....	75
<b>Gambar 4.18</b> Tampilan Setelah <i>Import File</i> .....	76
<b>Gambar 4.19</b> Menaruh <i>File Video</i> .....	76

<b>Gambar 4.20</b> Menaruh <i>Backsound Music</i> dan Menyesuainya .....	77
<b>Gambar 4.21</b> Memotong Video .....	77
<b>Gambar 4.22</b> File yang di edit menggunakan <i>Adobe Audition CC 2018</i> .....	78
<b>Gambar 4.23</b> Memotong Video .....	79
<b>Gambar 4.24</b> <i>Effect Warp Stabilizer</i> .....	79
<b>Gambar 4.25</b> <i>Proses Warp Stabilizer</i> .....	80
<b>Gambar 4.26</b> <i>Memberikan Effect Film Dissolve</i> .....	80
<b>Gambar 4.27</b> <i>Memberikan Effect Title pada Scene</i> .....	81
<b>Gambar 4.28</b> <i>Mengedit Effect Title pada Scene</i> .....	81
<b>Gambar 4.29</b> <i>Memberikan layer dan effect lumetri</i> .....	82
<b>Gambar 4.30</b> <i>Mengedit warna dengan lumetri color</i> .....	82
<b>Gambar 4.31</b> <i>Export File Editing</i> .....	83
<b>Gambar 4.32</b> <i>Export Setting</i> .....	84
<b>Gambar 4.33</b> <i>Alpha Tester</i> .....	97
<b>Gambar 4.34</b> <i>Alur Alpha Testing</i> .....	98

## INTISARI

Iklan merupakan salah satu aspek yang penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan dalam bersaing memperkenalkan jasa atau produk yang ditawarkan. Iklan mempunyai berbagai macam media baik cetak maupun elektronik . Pembuatan iklan ini memiliki kelebihan dapat menarik indra dan minat seseorang serta memudahkan dalam menyerap informasi karena merupakan gabungan antara suara, pandangan dan gerak serta jangkauan penyebaran informasi yang lebih luas.

Visible barbershop Yogyakarta merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang *Fashion*. di Visible Barbershop tersebut sebenarnya mempunyai fasilitas yang bisa membuat Visible Barbershop tersebut menjadi salah satu perusahaan unggulan yang ada di Yogyakarta, namun para masyarakat belum banyak yang mengetahui Visible Barbershop.

Perancangan dan pembuatan iklan pada Visible Barbershop Yogyakarta ini bertujuan sebagai media informasi Visible Barbershop Yogyakarta dengan menerapkan *Live Shoot*. Dengan dibuatkannya iklan ini, diharapkan Visible Barbershop Yogyakarta semakin dikenal masyarakat sehingga mendatangkan nilai tambah perusahaan baik dari segi materil maupun non materil dalam menunjang kemajuan bisnisnya.

**Kata Kunci** : Visible Barbershop, Live shoot, iklan, fashion.

## **ABSTRACT**

*Advertising is one of the important aspects for the sustainability of a company in competing to introduce services or products offered. Advertising has a variety of media both print and electronic. Making this advertisement has the advantage of being able to attract one's senses and interests and make it easier to absorb information because it is a combination of sound, view and motion and a wider range of information dissemination.*

*Visible barbershop Yogyakarta is one of the businesses engaged in the Fashion. in Visible Barbershop actually has facilities that can make Visible Barbershop become one of the leading companies in Yogyakarta, but not many people know about Visible Barbershop.*

*The design and manufacture of advertisements on Yogyakarta's Visible Barbershop aims to be the information media of Visible Barbershop Yogyakarta by implementing Live Shoot. With the creation of this advertisement, it is hoped that Yogyakarta's Visible Barbershop will become more known to the public so that it can bring added value to the company both in terms of material and non-material in supporting its business progress.*

**Keywords:** *Visible Barbershop, Live shoot, advertising, fashion.*