

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFIL KOPI HYRA DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC VIDEO**

SKRIPSI



disusun oleh

Dwi Wahyuni

16.12.9399

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFIL KOPI HYRA DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC VIDEO**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Dwi Wahyuni

16.12.9399

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFIL KOPI HYRA DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC VIDEO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dwi Wahyuni

16.12.9399

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 19 Februari 2020

Dosen Pembimbing,



Barka Satya, M.Kom

NIK. 190302126

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFIL KOPI HYRA DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC VIDEO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dwi Wahyuni

16.12.9399

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Februari 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

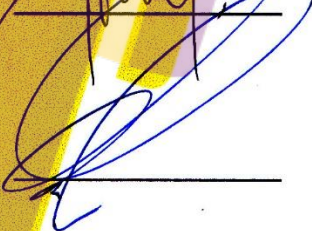
Barka Satva, M.Kom
NIK. 190302126



Mulia Sulistiyono, M.Kom
NIK. 190302248



Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 19 Februari 2020



DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Kristawati, S.Si, M.T.
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, 19 Februari 2020



Dwi Wahyuni

NIM. 16.12.9399

MOTTO

“Sebesar apapun masalah nya, kamu hanya perlu menghadapi”

“Orang tidak akan pernah melihat seberapa besar pengaruhmu terhadapnya, dia hanya akan melihat kamu pernah menjadi bagian dari hidupnya”

“Semangat selalu!”



PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati saya ucapkan terimakasih serta sujud syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku dalam meraih cita-cita. Atas terselesaikannya skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Tanpa mengurangi rasa hormat, saya persembahkan karya ini untuk :

1. Bapak dan Ibu saya tercinta, yang tak pernah lelah memberikan doa, nasehat, semangat, dukungan, dan materi, semoga Tuhan selalu memberikan nikmat sehat dan bahagia kepada mereka.
2. Bapak Barka Satya, M.Kom selaku dosen pembimbing, terimakasih telah membimbing dan memberikan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
3. Terimakasih kepada Kopi Hyra yang telah bersedia menjadi objek penelitian saya, semoga semakin sukses.
4. Sahabat saya dari mulai SD sampai SMA serta sahabat dan teman saya yang dijogja tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan semangatnya.
5. Teman-teman 16 S1SI 07, terimakasih telah menjadi teman seperjuangan dalam menuntut ilmu selama ini.
6. Bapak parkir, Bapak security, Bapak pembersih ruangan, Staff Amikom, serta semua pihak yang bekerja tidak dapat saya sebutkan satu persatu dalam membantu tersusunnya skripsi ini. Semoga Tuhan selalu memberkahi kalian dan keluarga.

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 “PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFIL KOPI HYRA DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC VIDEO” bisa diselesaikan, walau masih banyak kekurangan, kritik dan saran sangat diharapkan penulis agar dapat lebih baik lagi dikemudian hari.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta jenjang Strata untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Didalam pengerjaan Skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam berbagai hal. Oleh sebab itu, disini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM, PH.D selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta
3. Barka Satya, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberi bimbingan, arahan, dan masukan selama proses penyusunan Laporan Skripsi ini hingga selesai.
4. Amarta Ghofur, selaku Owner Kopi Hyra yang telah memberi kami izin untuk mengadakan penelitian di Kopi Hyra.

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk evaluasi dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

DAFTAR ISI

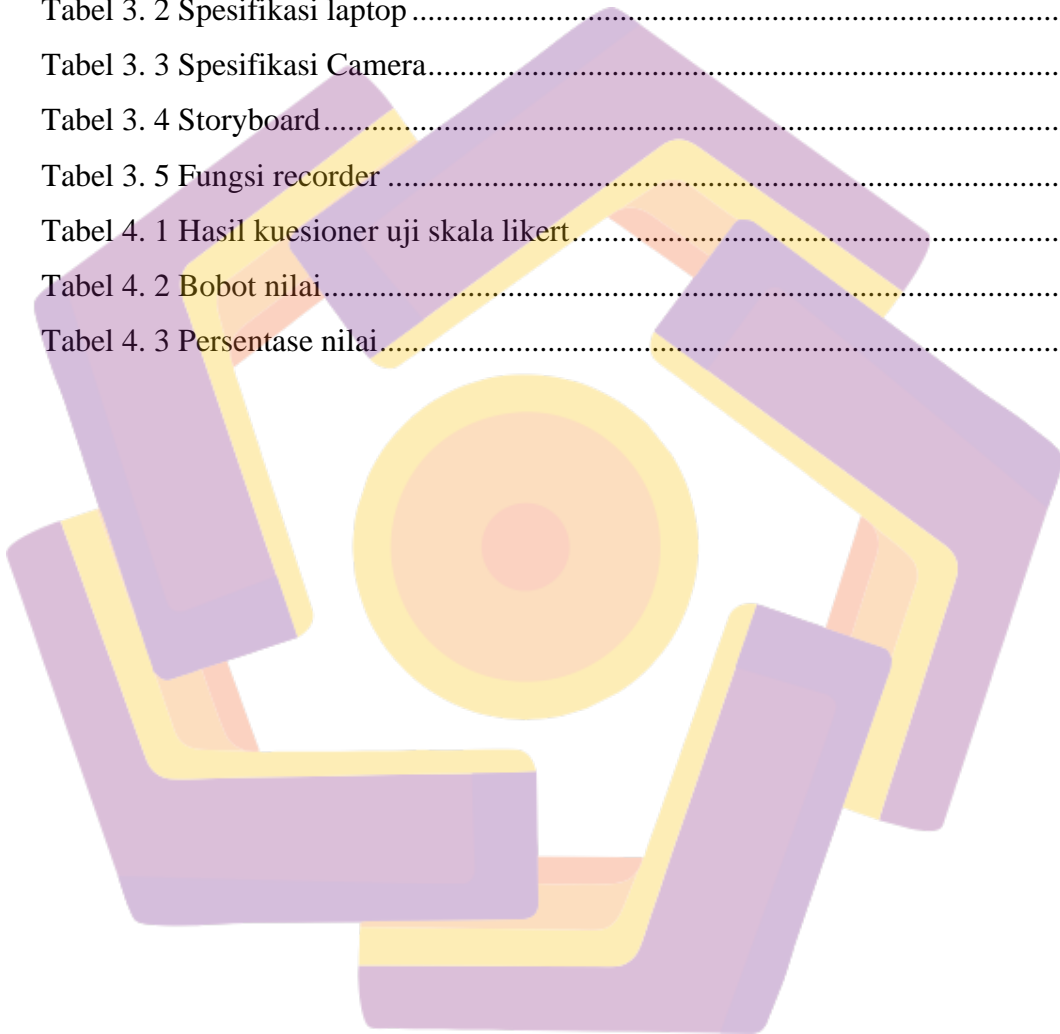
PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
INTISARI	xi
ABSTRACT	xv
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	2
1.5.1 Bagi Kopi Hyra	3
1.5.2 Bagi Calon Pembeli	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	3
1.7 Metode Analisis.....	4
1.7.1 Metode Pengembangan	4
1.7.2 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	8
2.2.1 Pengertian Multimedia	8
2.2.2 Elemen – Elemen Multimedia.....	8
2.3 Pengertian Periklanan	10
2.4 Jenis – Jenis Media Iklan.....	10
2.4.1 Media Cetak	10
2.4.2 Media Elektronik.....	10

2.4.3	Media Luar Ruang.....	11
2.4.4	Media Lini Bawah.....	11
2.5	Spesifikasi Video Iklan Instagram	11
2.6	Tujuan Periklanan.....	12
2.6.1	Iklan Informatif	12
2.6.2	Iklan Persuasif	12
2.6.3	Iklan Pengingat.....	13
2.6.4	Iklan Penambah Nilai	13
2.7	Implementasi Multimedia dalam Industri Periklanan	13
2.7.1	Keunggulan Multimedia dalam Periklanan.....	13
2.7.2	Tahap Pengembangan Aplikasi Multimedia untuk Periklanan	14
2.8	Tahap Merancang Naskah dan Storyboard Iklan	16
2.8.1	Prinsip Dasar Menulis Naskah Iklan.....	16
2.9	Cinematic Video.....	17
2.9.1	Pengertian Cinematic Video	17
2.9.2	Tahap Pra Produksi	18
2.9.3	Produksi	19
2.9.4	Pasca Produksi	20
2.10	Uji Skala Likert	21
2.10.1	Pengertian Skala Likert	21
2.10.2	Keuntungan skala likert.....	23
2.10.3	Perhitungan Skala Likert.....	23
2.11	Jumlah Responden.....	25
2.11.1	Populasi.....	25
2.11.2	Ukuran Sampel.....	25
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM.....	27
3.1	Tinjauan Umum.....	27
3.1.1	Sejarah Perusahaan.....	27
3.1.2	Visi Misi Perusahaan	27
3.1.3	Logo Perusahaan	28
3.1.4	Struktur Pengurusan	28
3.2	Analisis Kebutuhan Sistem	28
3.2.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	29
3.2.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	29

3.3	Analisis Kelayakan.....	32
3.3.1	Kelayakan Teknis.....	32
3.3.2	Kelayakan Operasional	32
3.3.3	Kelayakan Hukum.....	32
3.3.4	Kelayakan Jadwal.....	32
3.4	Tahap Pra Produksi	33
3.4.1	Ide Cerita.....	33
3.4.2	Skenario atau Naskah.....	33
3.4.3	Storyboard.....	34
3.4.4	Dubbing Awal atau Pengisian Suara.....	38
3.4.5	Music atau Sound FX.....	39
3.4.6	Menganalisis Teknik Pengambilan Gambar	40
BAB IV PEMBAHASAN.....		43
4.1	Produksi.....	43
4.1.1	Shooting.....	43
4.1.2	Proses Pengambilan Gambar.....	47
4.1.3	Pemberian Backsound Musik.....	47
4.1.4	Pembuatan video	48
4.2	Pasca Produksi.....	51
4.2.1	Editing dan Compotision	51
4.2.2	Rendering	52
4.3	Video Instagram	53
4.3.1	Promosi video	53
4.3.2	Hasil Video Promosi	56
4.4	Uji Skala Likert	57
BAB V PENUTUP.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN.....		66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan penelitian.....	7
Tabel 2. 2 Contoh Storyboard.....	19
Tabel 3. 1 Struktur Pengurusan.....	28
Tabel 3. 2 Spesifikasi laptop.....	29
Tabel 3. 3 Spesifikasi Camera.....	30
Tabel 3. 4 Storyboard.....	34
Tabel 3. 5 Fungsi recorder.....	39
Tabel 4. 1 Hasil kuesioner uji skala likert.....	58
Tabel 4. 2 Bobot nilai.....	59
Tabel 4. 3 Persentase nilai.....	60

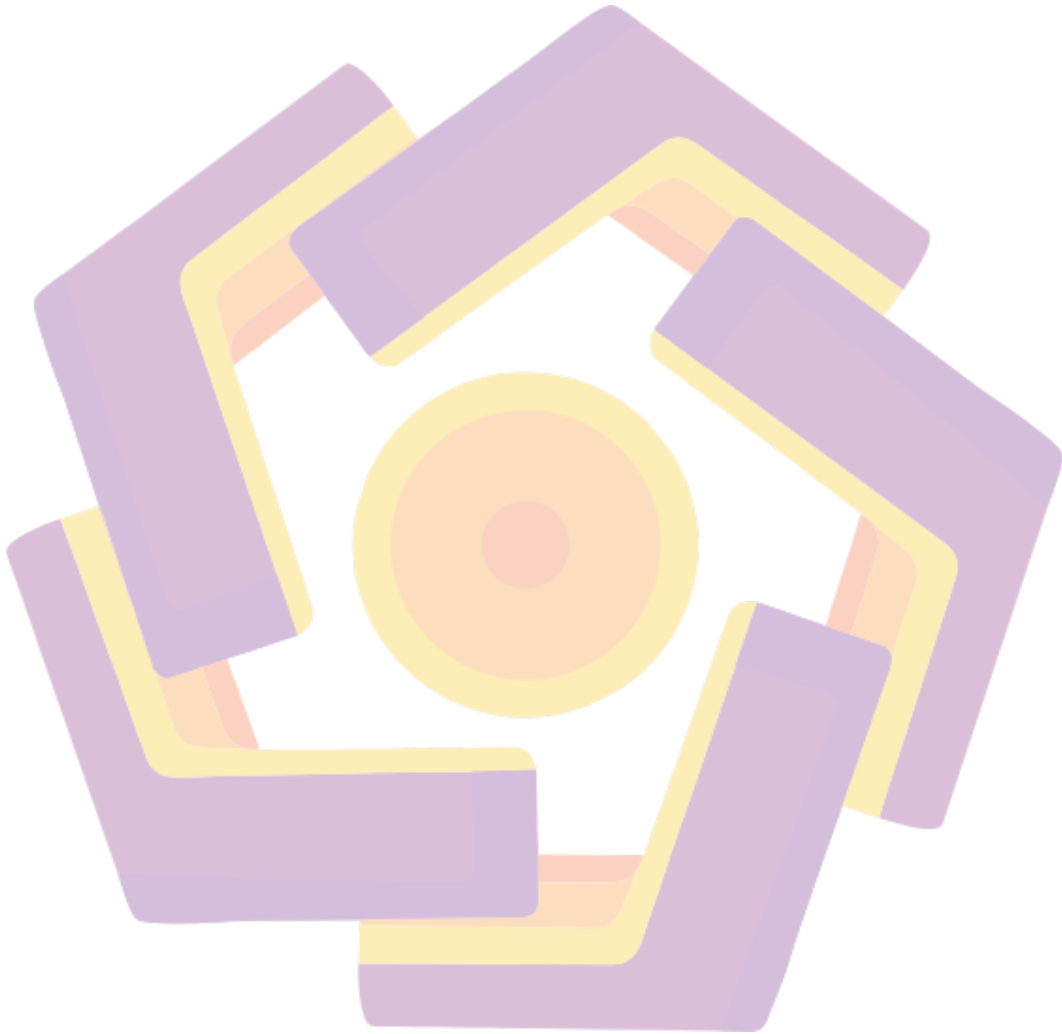


DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Sony alpha 7 mark iii	44
Gambar 4. 2 Lensa samyang VDSLR sony 85mm T1.5.....	44
Gambar 4. 3 Lensa sigma art DG 35mm F/1.4	44
Gambar 4. 4 Memory card lexar 64gb sdxc	45
Gambar 4. 5 Stabilizer feiyu AK2000.....	45
Gambar 4. 6 Pengaturan kamera	46
Gambar 4. 7 Kamera display.....	46
Gambar 4. 8 Tampilan awal Adobe Premiere Pro 2019	47
Gambar 4. 9 Import file.....	48
Gambar 4. 10 Memotong audio	48
Gambar 4. 11 Tampilan awal Adobe Premiere Pro 2019	49
Gambar 4. 12 Import file.....	49
Gambar 4. 13 Proses memotong file video	50
Gambar 4. 14 Proses penggabungan file video	50
Gambar 4. 15 Effect controls	51
Gambar 4. 16 Tampilan format	51
Gambar 4. 17 Folder project	52
Gambar 4. 18 Proses rendering	52
Gambar 4. 19 Pengaturan format export video	53
Gambar 4. 20 Pengaturan promosi.....	54
Gambar 4. 21 Konfirmasi facebook ads.....	54
Gambar 4. 22 Pengaturan anggaran biaya.....	55
Gambar 4. 23 Video siap di promosikan.....	55
Gambar 4. 24 Interaksi	56
Gambar 4. 25 Jenis kelamin	56
Gambar 4. 26 Lokasi teratas.....	57
Gambar 4. 27 Rentan Usia	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Diagram Kuesioner Online	66
Lampiran 2 Keterangan Hasil Kuesioner	68
Lampiran 3 Perhitungan Hasil Kuesioner	69
Lampiran 4 Surat Penyerahan Objek	70



INTISARI

Karena Kopi Hyra tergolong coffeshop baru. Kopi Hyra ingin meningkatkan penjualan dengan membuat video company profil untuk memaksimalkan promosinya. Promosi menggunakan media sosial instagram sudah digunakan oleh Kopi Hyra itu sendiri tetapi hasilnya belum maksimal karena hanya menggunakan beberapa foto pelanggan yang datang jadi kurang menarik untuk dilihat.

Pembuatan video cinematic ini dibuat untuk mengenalkan kopi hyra kepada calon pelanggan, didalam video ini akan menampilkan suasana, tempat, menu dan cara pembuatan kopi. Video cinematic ini akan dikemas semenarik mungkin dengan adanya gabungan teknik color grading, transisi, camera movement, efek bokeh dll.

Didalam video juga terdapat narator atau dubbing yang akan menjelaskan setiap tampilan dari video, di tambah dengan sound effect agar video yang dibuat semakin terlihat menarik. Jadi hasil dari video tersebut akan terlihat seperti film look.

Kata Kunci: Promosi, Company Profil, Video Cinematic.

ABSTRACT

Because Hyra Coffee is classified as a new coffee shop. Kopi Hyra wants to increase sales by creating a company profile video to maximize its promotion. Promotion using Instagram social media has been used by Kopi Hyra itself but the results have not been maximized because it only uses a few photos of customers who come to be less interesting to see.

Making this cinematic video is made to introduce hyra coffee to prospective customers, in this video will display the atmosphere, place, menu and method of making coffee. This cinematic video will be packaged as attractive as possible with the combination of color grading, transition, camera movement, bokeh effects etc.

In the video there is also a narrator or dubbing that will explain each view of the video, plus a sound effect so that the video made looks more attractive. So the results of the video will look like a movie look.

Keywords: Promotion, Company Profile, Cinematic Video.