

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA GETH STORE SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC**

**SKRIPSI**



**disusun oleh  
Sofyan Yoga Pratama  
16.12.9249**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2021**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA GETH STORE SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK CINEMATIC**

**SKRIPSI**

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



**disusun oleh**

**Sofyan Yoga Pratama**

**16.12.9249**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2021**

**PERSETUJUAN  
SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA GETH STORE SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI DENGAN TEKNIK CINEMATIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Sofyan Yoga Pratama**

**16.12.9249**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 7 Januari 2021

**Dosen Pembimbing,**

**Dony Ariyus, M.Kom**

**NIK. 190302128**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA GETH STORE SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI DENGAN TEKNIK CINEMATIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Sofyan Yoga Pratama**

**16.12.9249**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 Januari 2021

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Bayu Setiaji, M.Kom**  
**NIK. 190302216**

**Dony Ariyus, M.Kom**  
**NIK. 190302128**

**Akhmad Dahlan**  
**NIK. 190302174**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 25 Januari 2021

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Krisnawati, 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, 25 Januari 2021

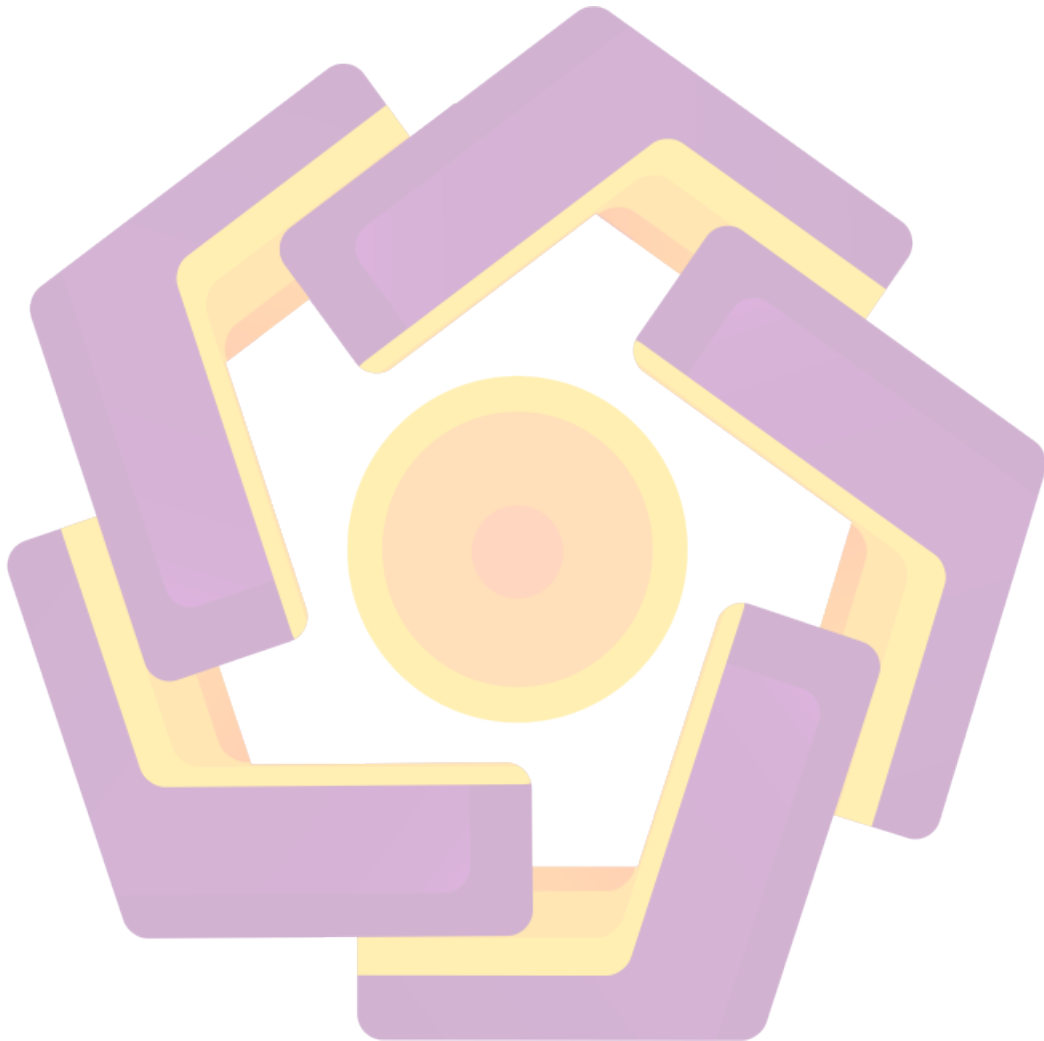


Sofyan Yoga Pratama  
NIM. 16.12.9249

## MOTTO

*"Rahasia kesuksesan adalah mengetahui yang orang lain tidak ketahui"*

Aristotle Onassis



## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan berkat yang luar biasa kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan selalu diberi kemudahan dalam pengerjaannya. Penelitian ini tak lepas dari dukungan do'a serta semangat dari orang-orang spesial yang berada di dekat saya, oleh karena itu saya ingin mempersembahkan dan mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak dan Ibu yang telah memberikan dukungan dalam bentuk apapun dan dengan ikhlas diberikan kepada saya. Terimakasih karena sudah mau mengorbankan banyak hal untuk kebahagiaan putramu ini. adalah alasan saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Seluruh keluarga, saudara, dan adik yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh teman-teman kontrakan saya yang telah memberikan semangat, dukungan, dan membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini. Nama kalian tidak ditulis dalam persembahan ini, tetapi akan selalu saya ingat selama hidup saya.
4. Bapak Doni Ariyus, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, masukan dan selalu mau memberikan tanggapan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Teman-teman 16 S1SI 05 untuk kenangan indah yang pernah kita lewati bersama selama perkuliahan. Terimakasih atas semua bantuan dan ilmu yang pernah kalian bagi kepada saya.
6. Pihak Geth Store yang memberikan dukungan, semangat, dan sudah mau direpotkan dalam banyak hal tentang pembuatan skripsi ini.

Kalian akan selalu menjadi orang-orang yang sangat berharga dan selalu saya ingat dalam hidup saya.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, atas izin dari-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pembuatan Video Iklan Pada Geth Store Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Cinematic”. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program sarjana pada jurusan Sistem Informasi, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan. Walaupun sangat sederhana, tanpa bantuan dari berbagai pihak pastinya penulis akan mengalami berbagai macam kesulitan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. M. Suyanto, Prof., Dr., MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Dony Ariyus, M.Kom selaku dosen pembimbing.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
5. Kedua orang tua dan saudara-saudara yang selalu mendukung penulis dalam segala hal.
6. Pihak Geth Store yang sudah berkenan menjadi objek penelitian dan selalu mendukung penelitian ini.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan yang ada dalam skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembacanya.

Yogyakarta, 7 Januari 2021

Sofyan Yoga Pratama

NIM. 16.12.9249





## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>I</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>II</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>II</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>IV</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>V</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIII</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>XV</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6.2 Metode Perancangan .....	5
1.6.3 Metode Analisis.....	6
1.6.4 Metode Evaluasi .....	6
1.7 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>

2.1	Kajian Pustaka.....	8
2.2	Dasar Teori.....	10
2.2.2	Pengertian Multimedia .....	10
2.2.2	Jenis-Jenis Multimedia .....	10
2.2.3	Elemen Multimedia .....	11
2.3	Unsur Cinematic.....	13
2.3.1	Mise-en-Scene.....	13
2.3.2	Sinematografi .....	14
2.3.3	Suara / Audio.....	16
2.3.4	Editing.....	16
2.4	Konsep Dasar Iklan.....	16
2.4.1	Pengertian Iklan.....	16
2.4.2	Manfaat Iklan.....	16
2.4.3	Tujuan Iklan.....	17
2.4.4	Fungsi Iklan.....	18
2.5	Promosi .....	19
2.5.2	Video Promosi.....	21
2.6	Media Sosial.....	21
2.6.1	Jenis Media Sosial .....	22
2.6.2	Instagram .....	23
2.6.2.1	Instagram Ads .....	24
2.6	Pengertian Video.....	25
2.6.1	Jenis Format Video Digital.....	25
2.6.2	Standart Video .....	28
2.6.3	Frame Rate.....	29
2.6.4	Resolusi dan Aspek Rasio .....	30
2.7	Editing.....	30
2.8	Teknik Pengambilan Gambar.....	31
2.8.1	Teknik pengambilan Video .....	31
2.8.2	Pergerakan Kamera .....	35
2.9	Metode Evaluasi.....	37

2.9.1	Skala Likert .....	37
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>39</b>
1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	39
3.1.1	Tentang Geth Store .....	39
3.1.2	Visi dan Misi .....	39
3.1.2.1	Visi .....	39
3.1.2.2	Misi .....	39
3.1.3	Logo Geth Store .....	40
3.1.4	Fasilitas .....	40
3.1.5	Alamat .....	40
3.1.6	Produk .....	40
3.2	Pengumpulan Data .....	41
3.2.1	Wawancara .....	41
3.2.2	Observasi .....	41
3.3	Analisis Masalah .....	43
3.3.1	SWOT .....	43
3.3.2	Kelemahan Media Lama .....	45
3.3.3	Solusi Yang Ditawarkan .....	46
3.3.4	Kesimpulan .....	46
3.4	Analisis Kebutuhan .....	46
3.4.1	Kebutuhan Fungsional .....	46
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional .....	46
3.4.2.1	Kebutuhan Hardware (Perangkat Keras) .....	47
3.4.2.2	Kebutuhan Software (Perangkat Lunak) .....	48
3.4.2.3	Kebutuhan Sumber Daya Manusia (Brainware) .....	48
3.5	Tahapan Pra Produksi .....	49
3.5.1	Ide dan Konsep .....	49
3.5.2	Pembuatan Naskah .....	49
3.5.3	Pembuatan Storyboard .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>55</b>

4.1	Produksi.....	55
4.1.1	Pengambilan Gambar .....	55
4.1.2	Stop Motion .....	58
4.1.2.1	Pembuatan Video Stop Motion .....	58
4.1.2.2	Kelebihan dan Kekurangan Stop Motion .....	59
4.1.3	Pengumpulan Aset Grafis .....	60
4.1.4	Pengumpulan Footage Video .....	60
4.1.5	Pengumpulan Audio .....	61
4.2	Pasca Produksi .....	61
4.2.1	Compositing .....	62
4.2.2	Editing .....	63
4.2.2.1	Penggabungan Scene.....	63
4.2.2.2	Memotong dan Mengatur Speed Clip .....	64
4.2.3	Rendering .....	66
4.3	Evaluasi .....	67
4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir .....	67
4.3.2	Kuisisioner .....	69
4.3.2.1	Kuesioner Evaluasi Umum .....	69
4.3.2.2	Kuesioner Evaluasi Ahli Multimedia.....	71
4.4	Implementasi .....	73
4.4.1	Publish Media.....	73
4.4.2	Penyerahan ke pihak Geth Store.....	81
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>82</b>
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

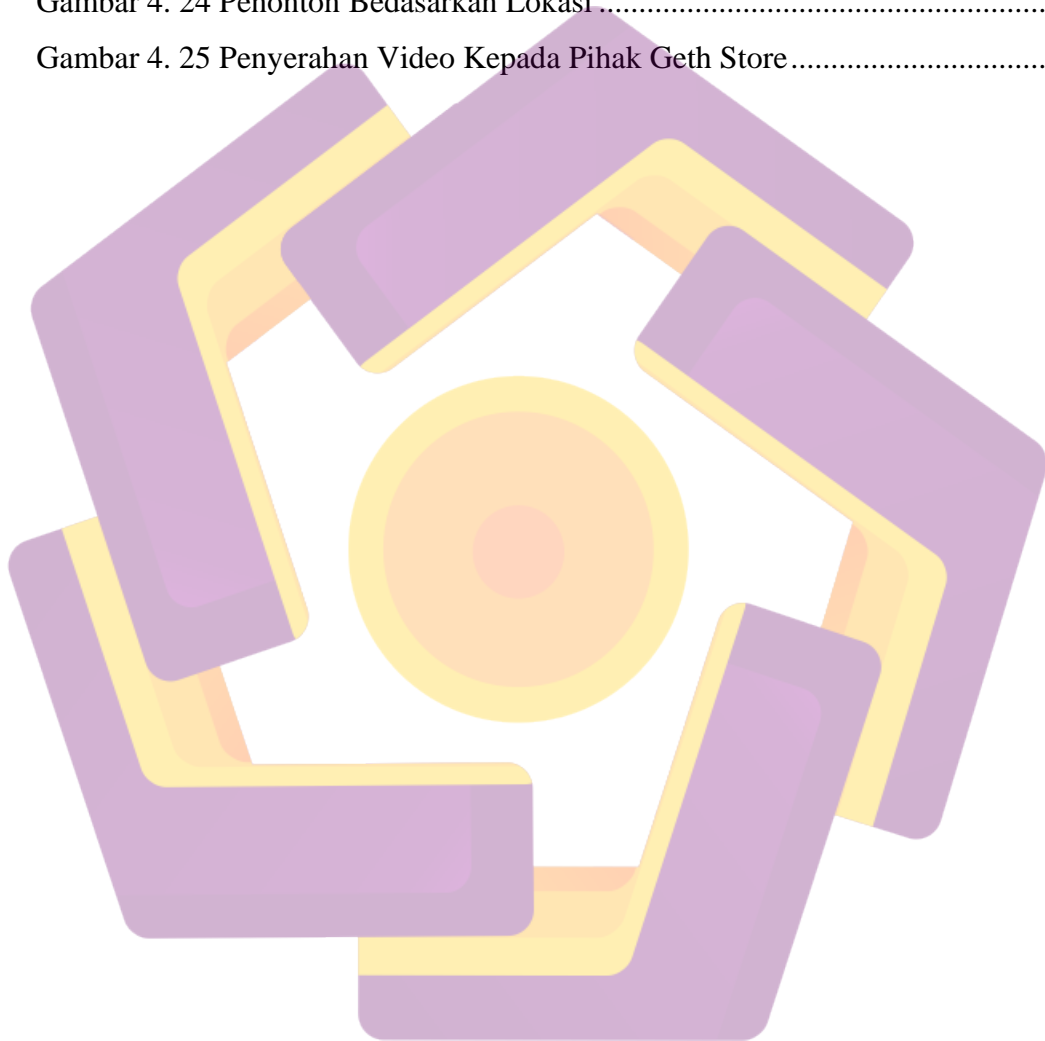
Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian.....	9
Tabel 2. 2 Pengkatagorian Skor Jawaban .....	38
Tabel 3. 1 Swot .....	43
Tabel 3. 2 Kebutuhan Perangkat Produksi.....	47
Tabel 3. 3 Kebutuhan Perangkat Keras.....	47
Tabel 3. 4 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	48
Tabel 3. 5 Daftar Sumber Daya Manusia.....	48
Tabel 3. 6 Storyboard.....	51
Tabel 4. 1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional.....	68
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Evaluasi Umum.....	70
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Evaluasi Ahli Multimedia.....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Liga Element Multimedia.....	11
Gambar 2. 2 Animasi .....	12
Gambar 2. 3 Big Close Up .....	32
Gambar 2. 4 Extream Close Up .....	32
Gambar 2. 5 Close Up.....	33
Gambar 2. 6 Medium Close Up .....	33
Gambar 2. 7 Long Shot .....	34
Gambar 2. 8 Extreme Long Shot.....	35
Gambar 3. 1 Logo Geth Store .....	40
Gambar 3. 2 Instagram Geth Store.....	42
Gambar 4. 1 Produksi Pengambilan Gambar .....	56
Gambar 4. 2 Pengambilan Gambar Geth Store .....	56
Gambar 4. 3 Pengambilan Gambar Interior .....	57
Gambar 4. 4 Pengambilan Gambar Produk.....	58
Gambar 4. 5 Logo Geth Store .....	60
Gambar 4. 6 Footage .....	61
Gambar 4. 7 Audio .....	61
Gambar 4. 8 Membuat New Sequence.....	62
Gambar 4. 9 Compositing Adobe Premiere .....	63
Gambar 4. 10 clip speed.....	65
Gambar 4. 11 Color Correction.....	66
Gambar 4. 12 Proses Rendering .....	67
Gambar 4. 13 Tampilan Video pada Feed Instagram Geth Store .....	74
Gambar 4. 14 Menentukan Tujuan Iklan .....	75
Gambar 4. 15 Menbuat Target Penonton .....	76
Gambar 4. 16 Mengisi Target Lokasi Iklan .....	76
Gambar 4. 17 Mengisi Minat Orang .....	77
Gambar 4. 18 Mengisi Usia dan Jenis Kelamin.....	77

Gambar 4. 19 Menentukan Biaya Iklan .....	78
Gambar 4. 20 Halaman Validasi Unggahan Video Iklan.....	78
Gambar 4. 21 Interaksi Penonton.....	79
Gambar 4. 22 Penonton Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
Gambar 4. 23 Penonton Berdasarkan Usia .....	80
Gambar 4. 24 Penonton Berdasarkan Lokasi .....	80
Gambar 4. 25 Penyerahan Video Kepada Pihak Geth Store.....	81





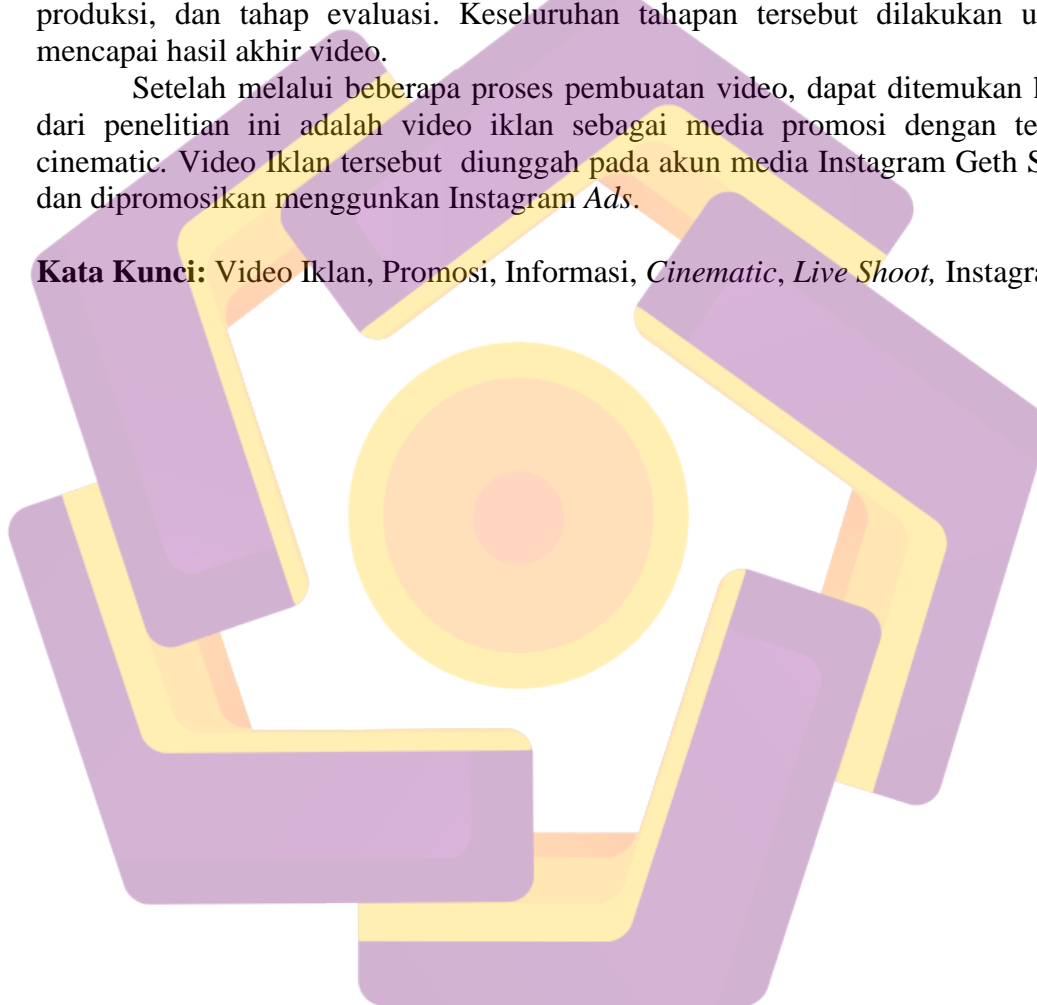
## INTISARI

Penelitian terhadap sebuah toko yang menjual *Sneakers*, *Apparel* dan *Accesories* lainnya yaitu Geth Store dan penggunaan media Instagram sebagai salah satu media promosi utama yang digunakan Geth Store. Peneliti memberikan sebuah solusi yaitu dengan pembuatan video iklan sebagai media promosi untuk mengatasi masalah tersebut.

Dalam pembuatan video iklan pasti melalui beberapa proses pengerjaan, tahapan proses pembuatan video iklan yaitu seperti pra produksi, produksi, pasca produksi, dan tahap evaluasi. Keseluruhan tahapan tersebut dilakukan untuk mencapai hasil akhir video.

Setelah melalui beberapa proses pembuatan video, dapat ditemukan hasil dari penelitian ini adalah video iklan sebagai media promosi dengan teknik cinematic. Video Iklan tersebut diunggah pada akun media Instagram Geth Store dan dipromosikan menggunakan Instagram Ads.

**Kata Kunci:** Video Iklan, Promosi, Informasi, *Cinematic*, *Live Shoot*, Instagram



## **ABSTRACT**

*Research on a store that sells Sneakers, Apparel and other Accesories, namely Geth Store and the use of Instagram media as one of the main promotional media used by Geth Store. Researchers provide a solution, namely by making advertising videos as a promotional medium to overcome this problem.*

*In making an ad video, it must go through several processing processes, the stages of the video advertising process, namely pre-production, production, post-production and evaluation stages. All of these stages are carried out to achieve the final video.*

*After going through several video-making processes, it can be found that the results of this research are video advertising as a promotional media with cinematic techniques. The video ad is uploaded to the Instagram Geth Store media account and promoted using Instagram Ads.*

**Keywords:** *Video Advertising, Promotion, Information, Cinematic, Live Shoot, Instagram*

