

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE DENGAN CINEMATIK DI  
TUANG CANDU COFFEE YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**disusun oleh**

**Tejo Wicaksono**

**16.12.9287**

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

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE DENGAN  
TEKNIK CINEMATIK DI TUANG CANDU COFFEE YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Tejo Wicaksono**

**16.12.9287**

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

**PERSETUJUAN  
SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE DENGAN TEKNIK  
CINEMATIK DI TUANG CANDU COFFEE YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Tejo Wicaksono**

**16.12.9287**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 1 Januari 2021

**Dosen Pembimbing,**

**Ali Mustopa, M.kom**  
**NIK190302192**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE DENGAN TEKNIK CINEMATIK DI TUANG CANDU COFFEE YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Sofyan Yoga Pratama**

**16.12.9287**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 Januari 2021

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Banu Santoso, S.T ,M.Eng**  
**NIK. 190302327**

**Ali Mustopa, M.Kom**  
**NIK. 190302192**

**Sudarmawan, S.T ,M.T.**  
**NIK. 190302**

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, 2 Februari 2021

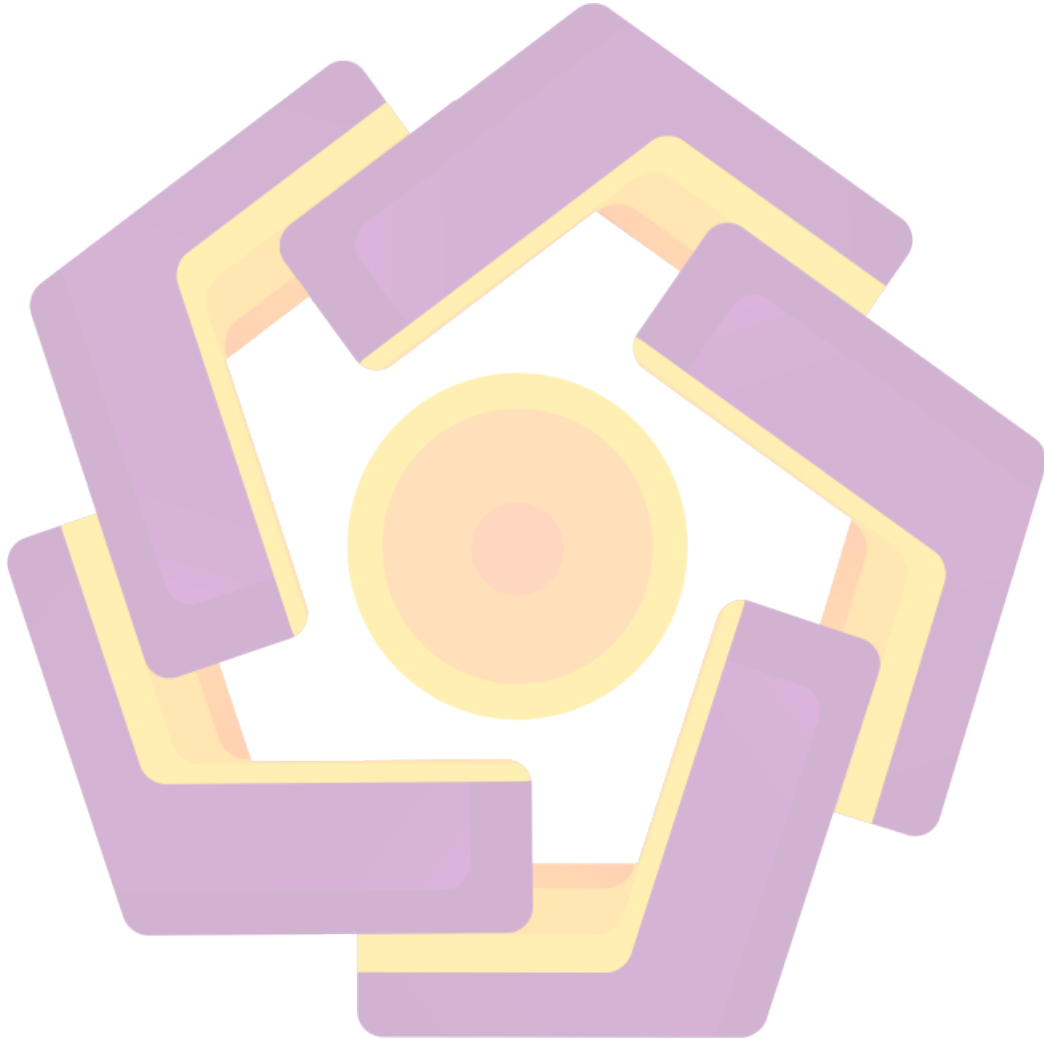


Tejo Wicaksono  
NIM. 16.12.9287

## MOTTO

*"Harusnya Kesabaran itu seperti Keinginan,tidak ada batasnya.Yang bertapal  
Batas Cuma kebutuhan"*

-Sujiwo Tejo-



## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadiran 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 Ali Mustopa, 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 Ali Mustopa, 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



Tejo Wicaksono  
NIM. 16.12.9287



## DAFTAR ISI

PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE DENGAN CINEMATIK DI TUANG CANDU COFFEE YOGYAKARTA .....	i
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
INTISARI .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.5.1 Manfaat Bagi Penulis .....	4
1.5.2 Manfaat Bagi Tuang Candu Coffee .....	4
1.6 Kerangka Teori .....	4
1.6.1 Tinjauan tentang Teknik Cinematography .....	4
1.7 Metode Penelitian .....	10
1.7.1 Metode Pengumpulan Data .....	10
1.7.2 Metode Analisis .....	11
1.7.3 Metode Perancangan .....	11
1.7.4 Metode Evaluasi .....	12
1.7.5 Sistematika Penulisan .....	12
BAB II LANDASAN TEORI .....	14
2.1 Tinjauan Pustaka .....	14
2.2 Konsep Dasar Video .....	17
2.2.1 Pengertian Video .....	17

2.2.2	Standart Video .....	18
2.2.3	Jenis – jenis Video .....	19
2.2.4	Frame Rate .....	19
2.2.5	Resolusi dan Aspek Rasio.....	20
2.3	Pengertian Company Profile .....	20
2.4	Adobe Premiere.....	21
2.5	Perekembangan Sosial Media .....	22
2.6	Cinematik .....	22
2.6.1	Bahasa Gambar dan Gerak Kamera .....	24
2.6.1.1	Bahasa Gambar .....	24
2.6.1.2	Gerak Kamera .....	26
2.6.1.3	PAN .....	26
2.6.1.4	Tilt.....	26
2.6.1.5	Dolly .....	27
2.7	Metode Analisis .....	27
2.7.1	Analisis SWOT .....	27
2.8	Analisis Kebutuhan Sistem .....	28
2.9	Metode Perancangan .....	29
2.9.1	Pra Produksi .....	29
2.9.2	Produksi .....	29
2.9.3	Produksi .....	30
2.10	Metode Evaluasi.....	30
2.10.1	Skala Linkert.....	30
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Tinjauan Umum .....	33
3.1.1	Profile Tuang Candu Coffee .....	33
3.1.2	Sinematography .....	34
3.1.3	Visi dan Misi.....	35
3.1.2.1	Visi.....	35
3.1.2.2	Misi .....	35
3.1.4	Fasilitas .....	35
3.1.5	Alamat.....	36
3.1.6	Produk.....	36
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	36

3.2.1	Metode Observasi .....	36
3.2.2	Metode Wawancara .....	37
3.3	Metode Analisis .....	38
3.3.1	Analisis SWOT .....	38
3.3.2	Solusi Yang Ditawarkan .....	40
3.3.3	Solusi yang Dipilih .....	40
3.4	Analisis Kebutuhan .....	41
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional .....	41
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional .....	41
3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware) .....	42
3.4.2.2	Kebutuhan Sumber Daya Manusia .....	43
3.5	Tahapan Pra Produksi .....	43
3.5.1	Ide/Konsep .....	43
3.5.2	Rancangan Naskah .....	44
3.5.3	Storyboard .....	45
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>48</b>
4.2	Tahapan Produksi .....	48
4.1.1	Pengumpulan Audio .....	48
4.1.2	Pengumpulan Footage .....	49
4.2	Tahapan Pasca Produksi .....	50
4.2.1	Composing .....	50
4.2.2	Editing .....	50
4.2.3	Rendering .....	57
4.2.4	Shot Composition .....	57
4.2.5	Framing .....	58
4.3	Evaluasi .....	67
4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional Dengan Hasil Akhir .....	67
4.3.2	Kuesioner .....	68
4.4	Implementasi .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>73</b>
5.1	Kesimpulan .....	73
5.2	Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Penelitian .....	16
Tabel 2 Matriks Analisis SWOT.....	28
Tabel 3 Pengkatagorian Skor Jawaban .....	32
Tabel 4 Analisa SWOT.....	38
Tabel 5 Kebutuhan perangkat produksi .....	42
Tabel 6 Kebutuhan perangkat editing.....	42
Tabel 7 Kebutuhan perangkat lunak .....	43
Tabel 8 Storyboard.....	46
Tabel 9 Perbandingan Kebutuhan Fungsional .....	68
Tabel 10 Hasil Kuesioner.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengambilan gambar Long Shot .....	25
Gambar 2 Pengambilan gambar Two Shot .....	25
Gambar 3 Pengambilan gambar Group Shot .....	26
Gambar 4 Tampilan Instagram Tuang Candu Coffee .....	36
Gambar 5 Audio yang telah dikumpulkan .....	49
Gambar 6 Footage yang telah dikumpulkan .....	49
Gambar 7 Hasil Composing .....	50
Gambar 8 Membuat Komposisi Baru .....	51
Gambar 9 Tampilan beberapa footage yang telah dipilih .....	51
Gambar 10 Tampilan Tone Colour .....	52
Gambar 11 Hasil Akhir Seluruh Penggabungan Aset Dalam proses Compositing dan Editing .....	53
Gambar 12 Motion Graphic Text dalam Video .....	54
Gambar 13 Slow Motion .....	54
Gambar 14 Dip to black yang ada Di Dalam Video .....	55
Gambar 15 Exponential Fade .....	56
Gambar 16 Export Setting Premier Pro .....	57
Gambar 17 Shot Composition yang dipakai Foreground dan Background .....	58
Gambar 18 Medium close up pada video .....	60
Gambar 19 Close Up pada Video .....	61
Gambar 20 Big Close Up .....	62
Gambar 21 Extreme Close Up pada video .....	63
Gambar 22 Mid Shots yang digunakan dalam Video .....	63
Gambar 23 teknik camera handle .....	64
Gambar 24 Zoom Out Camera .....	65
Gambar 25 tehnik perpaduan antara slow motion (efek) dan camera tilt rotation (camera) .....	65

Gambar 26 tehnik depth of field(camera).....66  
Gambar 27 tehknik camera slide.....67  
Gambar 28 Penayangan Video Company Profile di Instagram Tuang Candu  
Coffee.....72



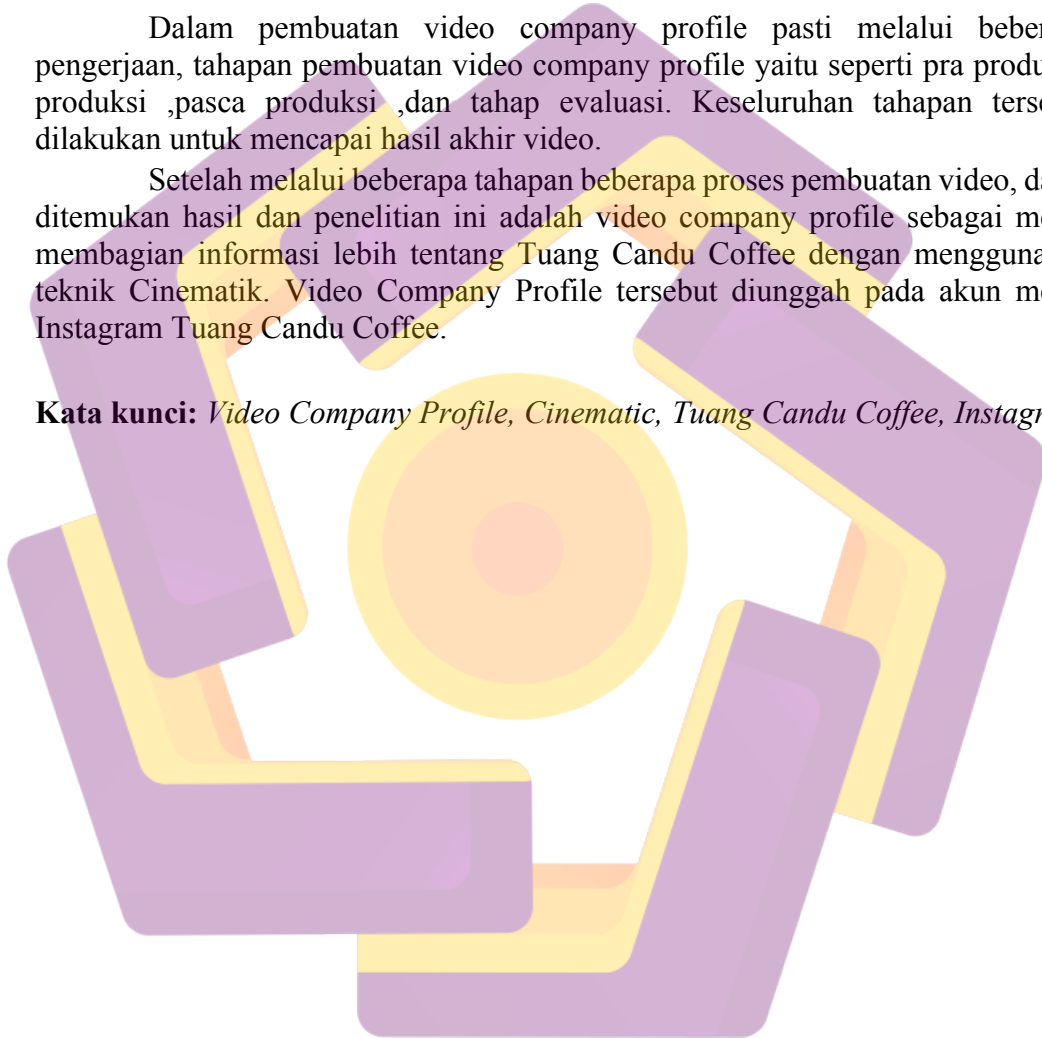
## INTISARI

Penelitian terhadap sebuah kedai coffee yang menjual minuman coffee dan non coffee serta makanan pelengkap lainnya dan penggunaan media Instagram sebagai salah satu media untuk membagikan foto atau video yang di gunakan pihak Tuang Candu Coffee. Penelitian memberikan sebuah solusi yaitu dengan pembuatan video company profile untuk memberikan informasi lebih tentang kedai tersebut.

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

Setelah melalui beberapa tahapan beberapa proses pembuatan video, dapat ditemukan hasil dan penelitian ini adalah video company profile sebagai media membagikan informasi lebih tentang Tuang Candu Coffee dengan menggunakan teknik Cinematik. Video Company Profile tersebut diunggah pada akun media Instagram Tuang Candu Coffee.

**Kata kunci:** *Video Company Profile, Cinematic, Tuang Candu Coffee, Instagram*



## **ABSTRAK**

*Research on coffee shops that sell coffee and non-coffee drinks and other complementary foods as well as the use of Instagram as a media for sharing photos or videos used by Pour Candu Coffee. This research provides a solution, namely by making a video company profile to provide more information about the store.*

*In making a video company profile, you must go through several stages of work, namely the stages of making a video company profile, namely the stages of pre-production, production, post-production, and evaluation. All these steps are done to reach the final video.*

*After going through several stages of the video making process, the results of this research were obtained in the form of a video company profile as a medium for sharing more information about Pouring Opium Coffee using Cinematic techniques. The company profile video was uploaded on the Instagram media account of Kopi Tuang Candu.*

**Keywords:** *Video Company Profile, Cinematic, Tuang Candu Coffee, Instagram*

