

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN WAROENG POHON SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**



disusun oleh

Dedi Seiawan

15.12.8483

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**



**PEMBUATAN VIDEO IKLAN WAROENG POHON SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Dedi Setiawan**

**15.12.8483**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**



**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN WAROENG POHON SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Dedi Setiawan**

**15.12.8483**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 2 November 2018

**Dosen Pembimbing,**

  
**Akhmad Dahlan, M.Kom.**  
**NIK. 190302174**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PEMBUATAN VIDEO IKLAN WAROENG POHON SEBAGAI**  
**MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Dedi Setiawan**

**15.12.8483**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 April 2019

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Mei P Kurniawan, M.Kom.**  
**NIK. 190302187**

**Barka Satya, M.Kom.**  
**NIK. 190302126**

**Akhmad Dahlan, M.Kom.**  
**NIK. 190302174**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 29 April 2019

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



  
**Krisnawati, S.Si, M.T.**  
**NIK. 190302038**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi 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 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, 29 April 2019

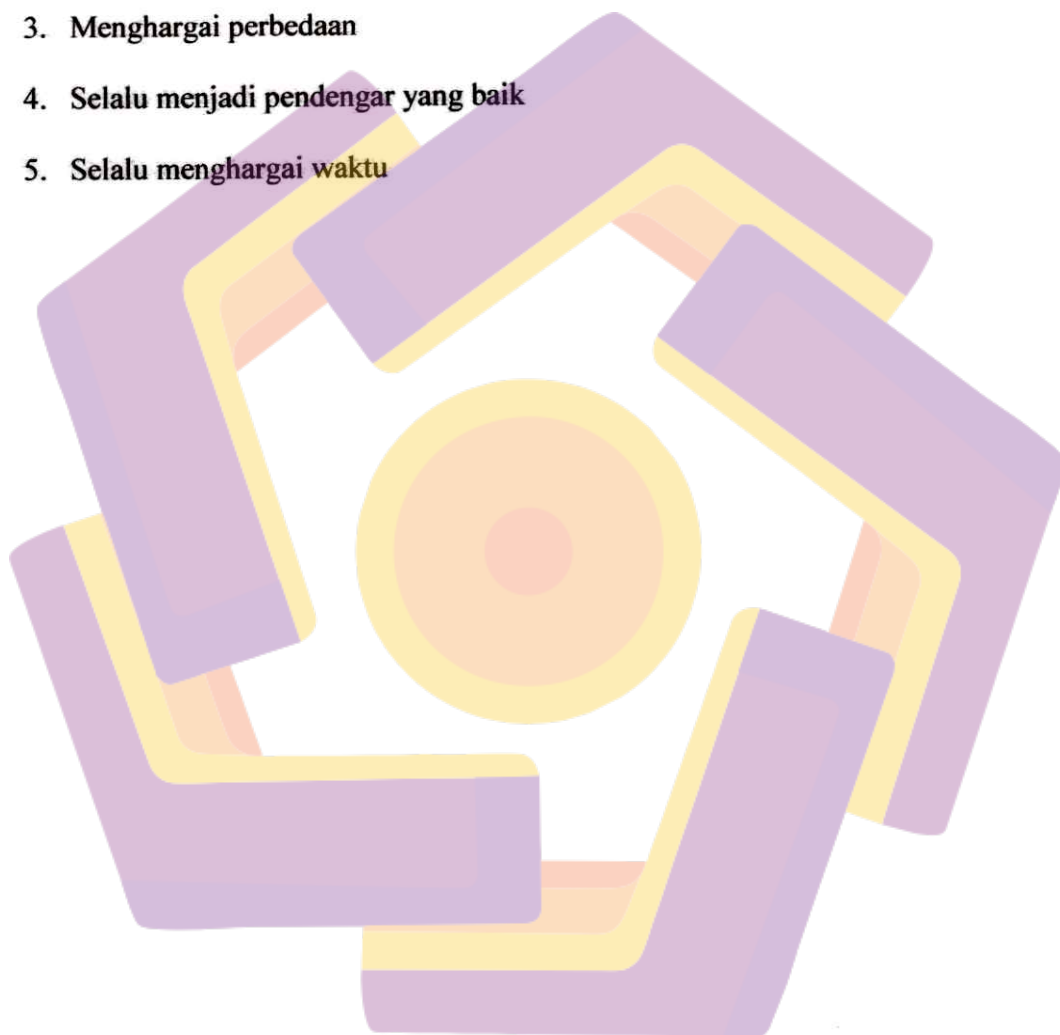


Dedi Setiawan

NIM. 15.12.8483

## **MOTTO**

1. **Selalu ingat kepada Allah**
2. **Berbakti kepada orang tua**
3. **Menghargai perbedaan**
4. **Selalu menjadi pendengar yang baik**
5. **Selalu menghargai waktu**



## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Trimakasih Allah SWT yang telah memberikan anugerah
2. Untuk kedua orang tua trimakasih telah menjadi orang tua yang hebat membiayai kuliahku hingga lulus
3. Sekar Oktaviani telah memberikan banyak sekali semangat
4. Untuk maydina dan tyas trimakasih telah membantu selama perkuliahan
5. Tedy dan Nisvanda trimakasih telah memberikan banyak sekali bantuan
6. Anak bestcamp KGD trimakasih telah membantu

## **KATA PENGANTAR**

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Kami panjatkan puja dan puji syukur atas rahmat-NYA, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi”.

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk persyaratan kelulusan jenjang Program Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Sistem Informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

Ucapan terimakasih saya ucapkan kepada :

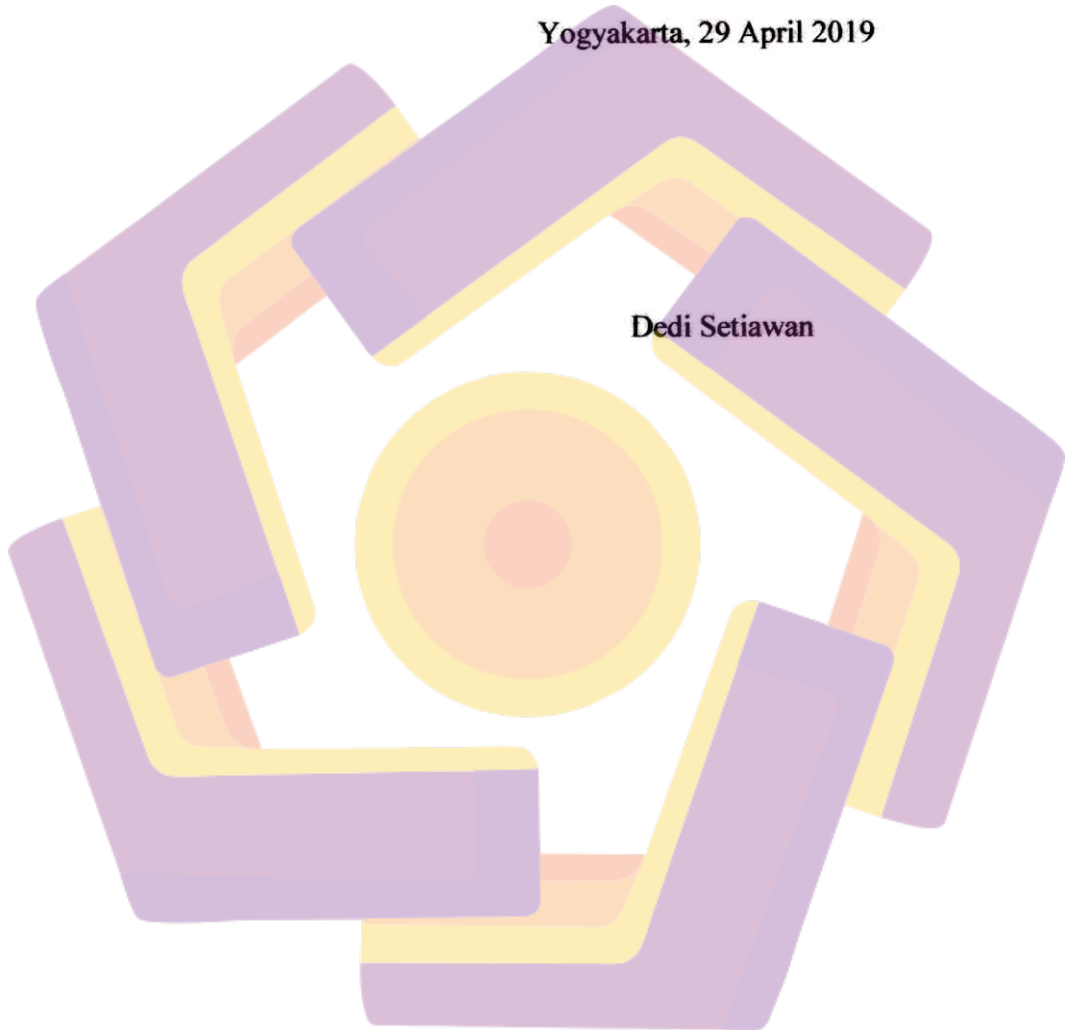
1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Bapak Akhmad Dahlan, M.Kom selaku dosen pembimbing.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku dosen penguji.
4. Bapak Barka Satya, M.Kom selaku dosen penguji.
5. Teman teman Sistem Informasi 02
6. Untuk Ayah dan Ibu yang selalu memberikan semangat
7. Keluarga dan teman-teman yang telah mendukung hingga terselesainya skripsi ini.
8. Seluruh staff Universitas Amikom Yogyakarta



Akhir kata, semoga pembuatan skripsi dan Video Promosi Waroeng Pohon ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam menambah wawasan dan pengetahuan, Khususnya dalam bidang pembuatan video promosi.

Yogyakarta, 29 April 2019

Dedi Setiawan



## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN.....	i
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DATAR TABEL.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
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
1.4.1 Maksud Penelitian.....	3
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Perancangan.....	4
1.5.3 Metode Pengembangan.....	4
1.5.4 Metode Testing.....	5
1.5.5 Metode Implementasi.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Dasar Teori.....	9
2.2.1 Definisi Multimedia.....	9
2.2.2 Elemen- Elemen Multimedia.....	9

2.2.3	<b>Definisi Video</b> .....	12
2.3	<b>Standar Rekam Video</b> .....	15
2.3.1	<b>Definisi Live Shoot</b> .....	16
2.3.2	<b>Slow Motion</b> .....	16
2.3.3	<b>Motion Graphic</b> .....	16
2.4	<b>Iklan</b> .....	17
2.4.1	<b>Tujuan Periklanan</b> .....	17
2.4.2	<b>Pengertian Iklan</b> .....	17
2.4.3	<b>Promosi</b> .....	17
2.5	<b>Analisis Sistem</b> .....	18
2.5.1	<b>Analisis Kebutuhan Sistem</b> .....	18
2.5.2	<b>Tipe-tipe Kebutuhan Sistem</b> .....	18
2.6	<b>Proses Produksi Video</b> .....	18
2.6.1	<b>Pra-produksi</b> .....	19
2.6.2	<b>Teknik Pengambilan Gambar</b> .....	20
2.6.3	<b>Tahap Produksi</b> .....	22
2.6.4	<b>Tahap Pasca Produksi</b> .....	24
<b>BAB III</b>	.....	24
<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN</b>	.....	24
3.1	<b>Tujuan Umum</b> .....	24
3.1.1	<b>Profil Waroeng Pohon Yogyakarta</b> .....	24
3.1.2	<b>Waroeng Pohon</b> .....	24
3.2	<b>Analisi Kelayakan Aplikasi</b> .....	25
3.2.1	<b>Analisis Kelayakan Teknologi</b> .....	25
3.2.2	<b>Analisi Kelayakan Hukum</b> .....	25
3.2.3	<b>Analisi Kelayakan Operasional</b> .....	25
3.3	<b>Analisi Kebutuhan</b> .....	26
3.3.1	<b>Analisis kebutuhan pembuatan video iklan</b> .....	26
3.4	<b>Analisi Kebutuhan Biaya</b> .....	28
3.4.1	<b>Kebutuhan Analisis</b> .....	28
3.4.2	<b>Biaya Pengadaan Barang</b> .....	28
3.5	<b>Perencanaan Video Promosi</b> .....	28
3.5.1	<b>Konsep Perancangan Video Promosi</b> .....	28

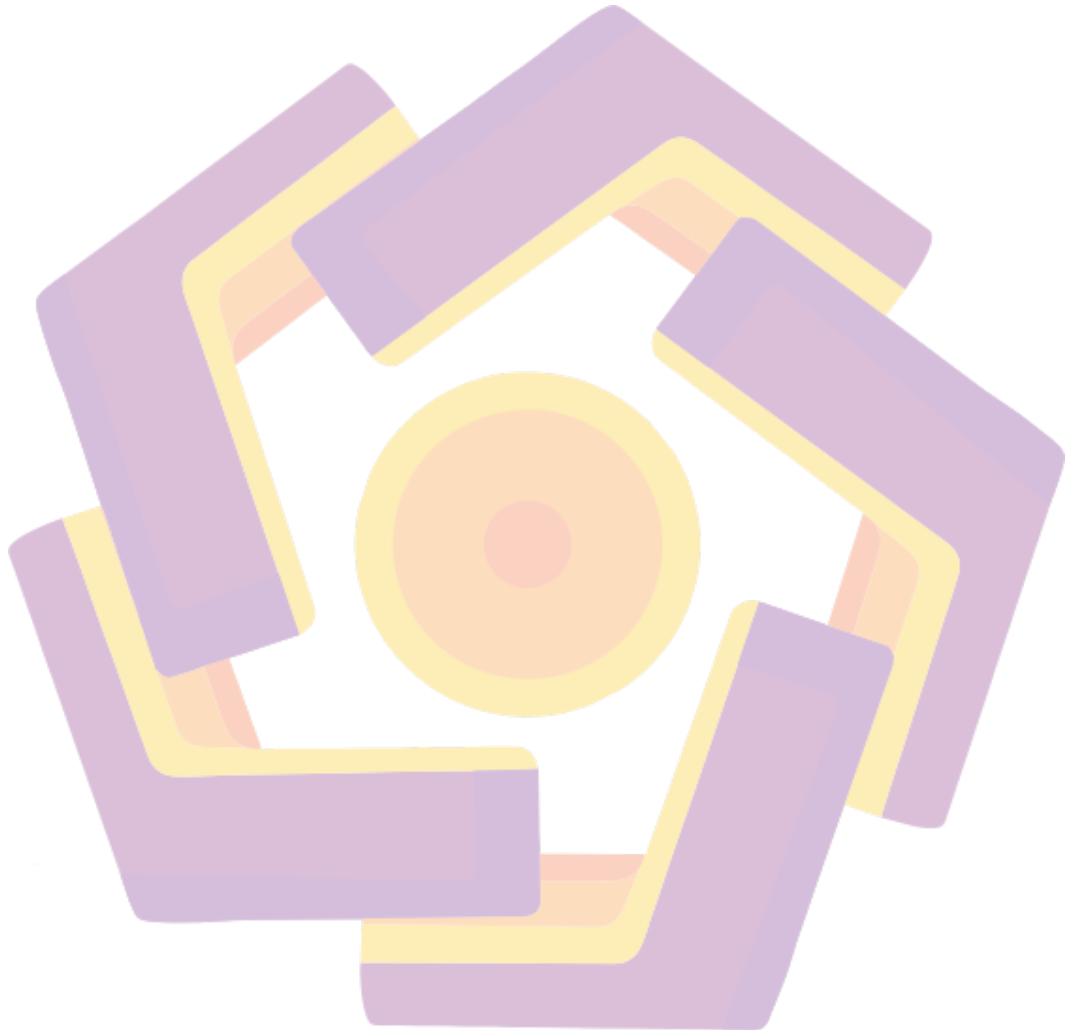
3.5.2	Penentuan Ide Video .....	29
<b>BAB IV</b>	.....	<b>35</b>
<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>35</b>
<b>4.1</b>	<b>Tahap Produksi</b> .....	<b>35</b>
4.1.1	Persiapan Perangkat Produksi .....	35
4.1.2	Jadwal Produksi.....	36
4.1.3	Hasil Pengambilan Video .....	37
<b>4.2</b>	<b>Tahap Pasca Produksi</b> .....	<b>42</b>
4.2.1	Editing .....	42
4.2.2	Compositing.....	49
4.2.3	Rendering .....	50
4.2.4	Mastering.....	51
<b>4.3</b>	<b>Implementasi</b> .....	<b>51</b>
4.3.1	Testing .....	53
4.3.2	Rumus Presentase Skala Likert .....	55
<b>BAB V</b>	.....	<b>57</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>57</b>
5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>61</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 3.1</b> Waroeng Pohon .....	25
<b>Gambar 4.1</b> Hasil Video .....	38
<b>Gambar 4.2</b> Klip Terpilih .....	39
<b>Gambar 4.3</b> Project Baru di Adobe Premier Pro .....	43
<b>Gambar 4.4</b> Proses Pembuatan Sequence Baru .....	44
<b>Gambar 4.5</b> Proses Import File Video .....	44
<b>Gambar 4.6</b> Proses Menggabungkan video atau gambar.....	45
<b>Gambar 4.7</b> Proses Memperlambat Video.....	45
<b>Gambar 4.8</b> Proses Mengatur Kecepatan Durasi .....	46
<b>Gambar 4.9</b> Proses Pemasangan Transisi .....	46
<b>Gambar 4.10</b> Proses Warp Stabilizer.....	47
<b>Gambar 4.11</b> Proses <i>Auto Contrast</i> .....	47
<b>Gambar 4.12</b> Membuat <i>Title</i> .....	48
<b>Gambar 4.13</b> Membuat <i>Title</i> Selanjutnya .....	48
<b>Gambar 4.14</b> Pergerakan Title .....	48
<b>Gambar 4.15</b> Mengatur pergerakan A ke B.....	49
<b>Gambar 4.16</b> Proses Memasukan <i>backsound/audio</i> .....	49
<b>Gambar 4.17</b> <i>Rendering</i> .....	50
<b>Gambar 4.18</b> Proses <i>Export</i> .....	50
<b>Gambar 4.19</b> Penyerahan .....	51

**Gambar 4.20** Posting Video di akun @dediswn .....52

**Gambar 4.21** Posting Video Dari Akun @Waroeng\_pohon .....52



## DATAR TABEL

<b>Table 2.1</b> Perbandingan dengan peneliti Wicaksono .....	<b>7</b>
<b>Table 2.2</b> Perbandingan dengan penelitian Sofyan Utomo .....	<b>8</b>
<b>Table 2.3</b> Perbandingan dengan penelitian Widyandaru .....	<b>8</b>
<b>Tabel 3.1</b> Perangkat .....	<b>28</b>
<b>Tabel 3.3</b> <i>StotyBoard</i> .....	<b>31</b>
<b>Tabel 4.1</b> Perlengkapan Produksi .....	<b>37</b>
<b>Tabel 4.2</b> Pengambilan gambar dan Scene .....	<b>39</b>
<b>Tabel 4.3</b> Hasil Kuesioner Aspek Tampilan .....	<b>53</b>
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Kuesioner Aspek Informasi .....	<b>54</b>
<b>Tabel 4.3</b> Perhitungan Uji Aspek Tampilan .....	<b>55</b>
<b>Tabel 4.4</b> Perhitungan Uji Aspek Informasi .....	<b>56</b>

## INTISARI

Teknologi saat ini memang berkembang sangat pesat, Dengan adanya teknologi tersebut manusia sangat terbantu. Ketika kecanggihan teknologi semakin maju banyak pula manusia memanfaatkan teknologi tersebut untuk keperluan bisnis mereka yang mampu membuat keuntungan yang semakin sangat besar, Maka dari itu dengan memanfaatkan teknologi multimedia Waroeng Pohon ingin membuat video iklan sebagai media promosi bisnis kuliner mereka agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Waroeng Pohon adalah rumah makan dengan nuansa alam di Jogja, Rumah makan ini mempunyai konsep menyatu dengan alam namun belum banyak yang tahu bahwa Waroeng Pohon ini mampu menciptakan nuansa bersantap seperti di kebun. Karena gaya interior dan eksterior yang unik dengan bangunan yang di dominasi oleh batu gamping serta rindangnya pepohonan yang ada di sekitar rumah makan. Dengan memanfaatkan teknologi seperti video iklan, akan mampu menceritakan secara nyata seperti apa Waroeng Pohon.

Berdasarkan uraian diatas penulis akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Pembuatan Video Iklan Waroeng Pohon sebagai Media Promosi” dengan menggunakan teknik *live shoot* yang mampu menampilkan seperti apa Waroeng Pohon secara langsung serta menggunakan teknik *slow motion* yang mampu megambil kegiatan yang berlangsung cepat dan biasanya sulit diamati oleh mata dengan teknik itu maka kegiatan akan terlihat secara perlahan.

**Kata kunci :** Pembuatan Video Iklan Waroeng pohon sebagai Media Promosi



## **ABSTRACT**

*Today's technology is developing very rapidly. With this technology, people are very helpful. When technological sophistication progresses, many people use the technology for their business needs, which can make huge profits. Therefore, by utilizing multimedia technology, Waroeng Pohon wants to make video advertisements as a medium for promoting their culinary business so that it can be recognized by the public.*

*Waroeng Pohon is a restaurant with natural nuances in Jogja. This restaurant has a concept of integrating with nature but not many people know that Waroeng Pohon is able to create a nuance of dining like in the garden. Because of its unique interior and exterior style with buildings dominated by limestone and shady trees around the restaurant. By utilizing technology such as video ads, it will be able to tell in real terms what Waroeng Pohon is like.*

*Based on the above description the author will conduct a study entitled "Making Waroeng Pohon Video Adverts as Promotional Media" by using a live shoot technique that is able to display what Waroeng Pohon is like directly and using slow motion techniques that are able to take activities that are fast and usually difficult to observe by the eye with the technique, the activity will be seen slowly.*

**Keywords :** *Making Waroeng Pohon Video Adverts as Promotional Media*