

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN DENGAN METODE *LIVE SHOOT* DAN  
*TIMELAPSE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA TOKO “GRAFART”  
GRAFFITI STORE**

**SKRIPSI**



**Di susun oleh :**

**FEBRI TRI SULISTIYONO**

**15.12.8749**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN DENGAN METODE *LIVE SHOOT* DAN *TIMELAPSE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PADA TOKO “GRAFART” GRAFFITI STORE**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Febri Tri Sulistiyono**

**15.12.8749**

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

**2022**

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

### **PEMBUATAN VIDEO IKLAN DENGAN METODE *LIVE SHOOT* DAN *TIMELAPSE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA TOKO “GRAFART” GRAFFITI STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Febri Tri Sulistiyono**

**15.12.8749**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 11 April 2020

**Dosen Pembimbing,**

**Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, MT**

**NIK. 190302289**

## **PENGESAHAN**

### **SKRIPSI**

#### **PEMBUATAN VIDEO IKLAN DENGAN METODE *LIVE SHOOT* DAN *TIMELAPSE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA TOKO “GRAFART” GRAFFITI STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Febri Tri Sulistiyono**

**15.12.8749**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 Februari 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Mei P Kurniawan, M.Kom**

**NIK. 190302187**

**Yoga Pristyanto, S.Kom., M.Eng.**

**NIK. 190302412**

**Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, MT**

**NIK. 190302289**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 22 Februari 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**Hanif Al Fatta, S.Kom, M.Kom**

**NIK. 190302096**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dari skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi 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 tanggung jawab saya pribadi.

Magelang, 01 Februari 2022



Febri Tri Suistiyono

Nim 15.12.8749

## **MOTTO**

“Tidak ada kata terlambat untuk menjadi sesuatu yang lebih baik”



## PERSEMBAHAAN

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shawalat serta salam tidak lupa peneliti curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umat hingga saat ini. Dalam kesempatan kali ini tidak lupa saya mengucapkan rasa terimakasih dan syukur kepada :

1. Kedua orang tua Bapak Jarkoni dan Ibu Paryanti, yang telah mendo'akan setiap saat sehingga apa yang penulis kerjakan selalu diberi jalan keluar.
2. Evit Jaryanti dan Novita Dwi Jayanti, kakak yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi atas terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, MT. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak saran dan masukan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Teman-teman 15-S1SI-06 yang selalu membuat penulis terpacu dan selalu memberi dukungan yang secara tidak langsung berupa sindiran.

Saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, mohon maaf jika ada salah kata baik sengaja ataupun tidak sengaja selama ini. Sukses untuk kalian semua dilancarkan segala urusannya, Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amiin

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PEMBUATAN VIDEO IKLAN DENGAN METODE *LIVE SHOOT* DAN *TIMELAPSE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA TOKO “GRAFART” GRAFFITI STORE” dengan lancar.

Peneliti menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Hanif Al Fatta, S.Kom, M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer.
3. Bapak Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, MT. selaku dosen pembimbing yang memberikan dukungan dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
4. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membagikan ilmu yang bermanfaat bagi kami.
5. Ardi Noviyanto selaku pemilik toko Grafart yang telah mengizinkan dan membantu memberikan masukan selama melakukan penelitian.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu, sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan dengan baik dan lancar.

Peneliti menyadari bahwa penulisan laporan ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaannya skripsi ini. Namun penulis berharap, Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya

Magelang, 01 Februari 2022





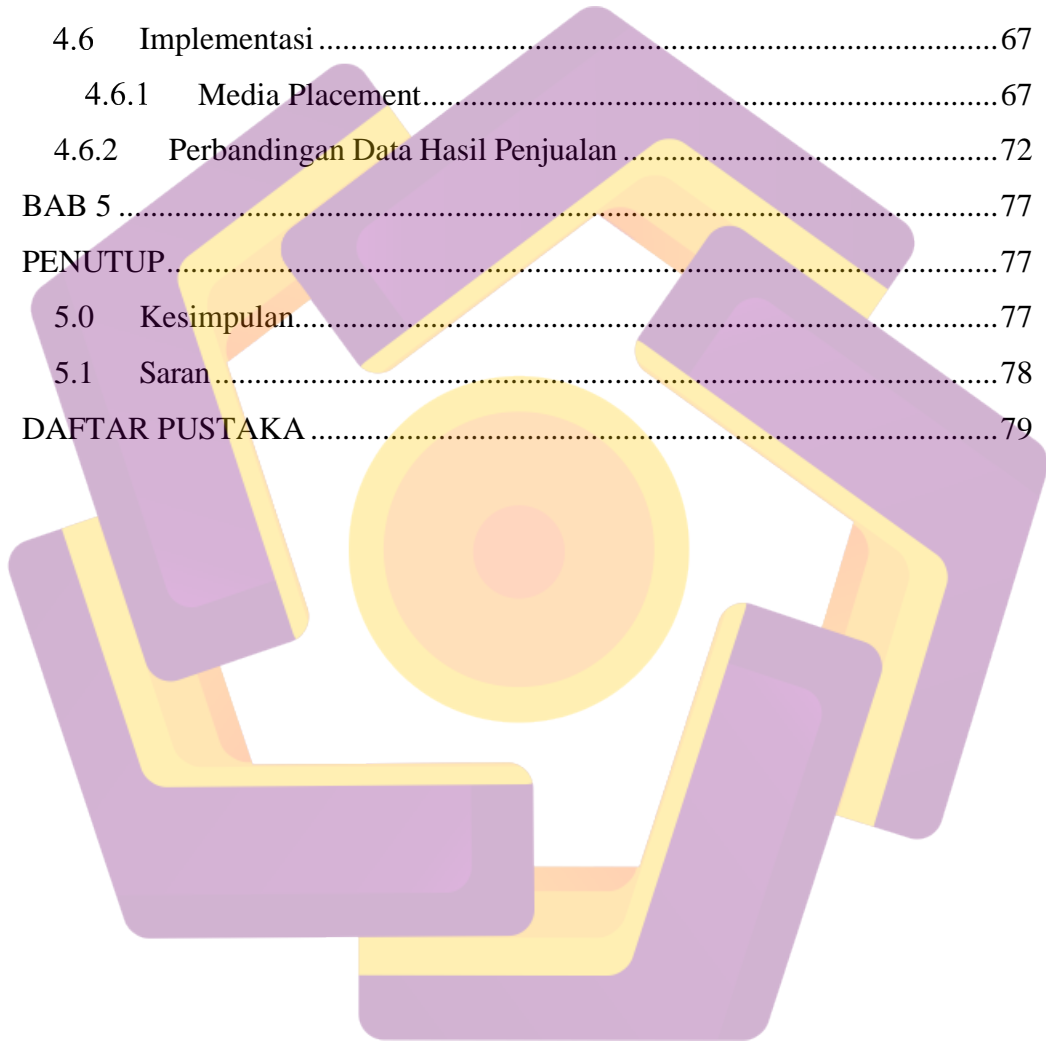
# DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	1
SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
<b>BAB 1</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Bagi Peneliti.....	4
1.5.2 Bagi Grafart Graffiti Store.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis.....	5
1.6.3 Metode Perancangan.....	6
1.6.4 Evaluasi.....	6
1.6.5 Metode Testing.....	6
1.7 Sistematika Penelitian.....	6

BAB 2 .....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1    Tinjauan pustaka .....	8
2.2    Pengertian Multimedia .....	10
2.2.1    Elemen Multimedia.....	10
2.3    Iklan.....	11
2.3.1    Pengertian Iklan .....	11
2.3.2    Pengertian Periklanan .....	11
2.3.3    TujuanPeriklanan .....	11
2.4    Konsep Dasar Video.....	12
2.4.1    Pengertian Video.....	12
2.4.2    Kategori Video.....	12
2.5 <i>Live Shoot</i> .....	13
2.6 <i>Timelapse</i> .....	14
2.7 <i>Facebook Ads</i> .....	14
2.8    Metode Analisis Sistem.....	16
2.8.1    Analisis SWOT .....	16
2.9    Tahap Pengerjaan Video Iklan .....	16
2.9.1    Pra Produksi .....	16
2.9.2    Produksi .....	18
2.9.3    Pasca Produksi .....	19
2.10    Skala Likert.....	20
BAB 3 .....	23
ANALISIS DAN PERANCANGAN .....	23
3.1    Tinjauan Umum.....	23
3.1.1    Lokasi Penelitian.....	23
3.1.2    Alur Penelitian .....	24
3.1.3    Logo Graffart <i>Graffiti Store</i> .....	25
3.1.4    Visi.....	25
3.1.5    Misi .....	25
3.2    Pengumpulan Data .....	26
3.2.1    Wawancara.....	26

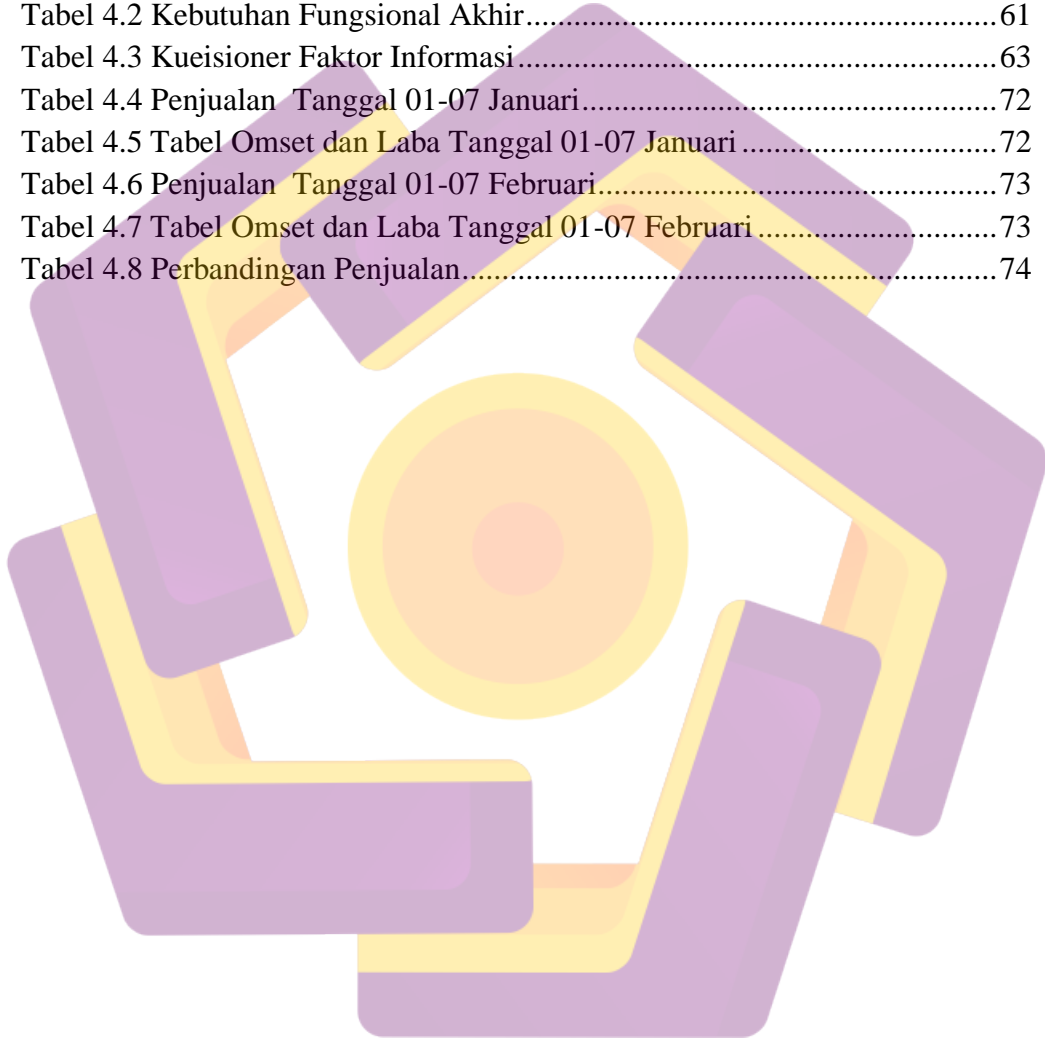
3.2.2	Observasi.....	27
3.2.3	Literatur.....	27
3.2.4	Hasil Analisa Masalah .....	27
3.3	Analisis Masalah .....	27
3.3.1	Identifikasi Masalah.....	27
3.3.2	Analisis SWOT .....	28
3.3.3	Solusi Yang Dipilih.....	29
3.4	Analisis Kebutuhan .....	29
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional .....	29
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional .....	30
3.5	Analisis Kelayakan.....	31
3.5.1	Analisis Kelayakan Teknis .....	31
3.5.2	Analisis Kelayakan Operasional .....	31
3.5.3	Analisis Kelayakan Teknologi.....	31
3.6	Perancangan Pembuatan Video Iklan.....	32
3.7	Pra Produksi .....	32
3.7.1	Ide dan Konsep .....	32
3.7.2	Rancangan Naskah Video Iklan.....	33
3.7.3	Storyboard.....	36
3.7.4	Rancangan Testing.....	41
3.7.5	Rancangan Kueisioner .....	41
3.7.6	<i>Publish Facebook Ads</i> .....	44
BAB 4	.....	45
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	.....	45
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	45
4.1.1	Hasil Wawancara .....	45
4.1.2	Hasil Observasi .....	46
4.2	Hasil Analisis SWOT .....	49
4.2.1	Kelemahan Media Lama .....	51
4.2.2	Solusi Yang Ditawarkan .....	51
4.3	Produksi.....	51
4.3.1	Proses Pengambilan Gambar .....	52

4.3.2	Pembuatan Elemen pada video .....	54
4.4	Pasca Produksi.....	55
4.4.1	<i>Composite</i> (penggabungan) .....	55
4.4.2	Color Correction .....	58
4.4.3	Rendering.....	59
4.5	Evaluasi .....	61
4.5.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional Dengan Hasil Akhir .....	61
4.5.2	Kueisioner Faktor Informasi .....	63
4.6	Implementasi .....	67
4.6.1	Media Placement.....	67
4.6.2	Perbandingan Data Hasil Penjualan .....	72
BAB 5	.....	77
PENUTUP	.....	77
5.0	Kesimpulan.....	77
5.1	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	.....	79



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrix Penelitian.....	9
Tabel 3.1 Matriks Strategi SWOT .....	28
Tabel 3.2 Rancangan Naskah.....	33
Tabel 3.3 Tabel Storyboard.....	37
Tabel 3.4 Tabel Kueisioner Perancangan .....	42
Tabel 3.5 Tabel Bobot Nilai.....	42
Tabel 3.6 Tabel Presentase Nilai .....	43
Tabel 4.1 Matriks Strategi SWOT .....	50
Tabel 4.2 Kebutuhan Fungsional Akhir.....	61
Tabel 4.3 Kueisioner Faktor Informasi.....	63
Tabel 4.4 Penjualan Tanggal 01-07 Januari.....	72
Tabel 4.5 Tabel Omset dan Laba Tanggal 01-07 Januari .....	72
Tabel 4.6 Penjualan Tanggal 01-07 Februari.....	73
Tabel 4.7 Tabel Omset dan Laba Tanggal 01-07 Februari.....	73
Tabel 4.8 Perbandingan Penjualan.....	74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Presentasi Penilaian Likert.....	22
Gambar 3.1 Alur Penelitian .....	24
Gambar 3.2 Logo Grafart.....	25
Gambar 4.1 Ruangan Toko Grafart .....	47
Gambar 4.2 Profil Instagram Grafart .....	48
Gambar 4.3 Profil Facebook Grafart .....	49
Gambar 4.4 Papan Nama Grafart.....	52
Gambar 4.5 Produk yang tersedia di Grafart .....	53
Gambar 4.6 Proses Pelayanan.....	53
Gambar 4.7 Proses Menggambar Graffiti .....	54
Gambar 4.8 Elemen Logo Media Sosial dan Lokasi .....	54
Gambar 4.9 New Project.....	55
Gambar 4.10 New Sequence.....	56
Gambar 4.11 Import File ke Adobe Premiere Pro 2020 .....	57
Gambar 4.12 Susunan Elemen Pada Sequence.....	57
Gambar 4.13 Proses Color Correction .....	58
Gambar 4.14 Sebelum Coloring .....	58
Gambar 4.15 Sesudah Coloring .....	59
Gambar 4.16 Proses Rendering.....	59
Gambar 4.17 File Hasil Rendering .....	60
Gambar 4.18 Rating Scale .....	63
Gambar 4.19 Unggahan Facebook.....	68
Gambar 4.20 Data Kinerja .....	69
Gambar 4.21 Aktivitas dan Pemirsa Iklan .....	70
Gambar 4.22 Rincian Orang Yang Melihat Iklan.....	70
Gambar 4.23 Penempatan Orang Yang Melihat Iklan.....	71
Gambar 4.24 Lokasi Orang Yang Melihat Iklan .....	71
Gambar 4.25 Grafik Batang Rata-rata .....	75
Gambar 4.26 Grafik Batang Total Penjualan.....	76

## INTISARI

Grafart *Graffiti Store* merupakan perusahaan yang berlokasi di Jl. Pisangan, Mejing, Candimulyo, Magelang. Toko ini berdiri sejak tahun 2014 dan menjual berbagai macam cat semprot, lokal clothing, dan asesoris *graffiti* lainnya. Dalam mengembangkan bisnisnya, toko ini juga melakukan kegiatan promosi seperti perusahaan lainnya. Tahapan promosi yang dilakukan saat ini masih bersifat manual melalui perorangan dan dengan memposting beberapa foto di media sosial.

Di masa-masa sulit saat ini karena pandemi membuat kendala terhadap penjualan yang semakin menurun, pembuatan video promosi dengan metode *Live Shoot* dan metode *Timelapse* ini menjadi solusi untuk Grafart *Graffiti Store*. karena mampu memvisualisasi, mengilustrasikan dan meningkatkan keunggulan-keunggulan yang ada di Grafart *Graffiti Store*.

Tujuan dibuatnya video promosi yang didalamnya menampilkan varian produk yang tersedia di toko tersebut dan nantinya akan ditayangkan di media sosial *Facebook Ads*, ditujukan supaya menaikkan jumlah penjualan selama masa pandemi. Video ini telah layak untuk dijadikan video promosi dengan hasil perhitungan kuesioner 86.87 % dan tergolong pada kategori “Sangat Baik”. Dan video promosi ini menghasilkan perubahan penjualan yang cukup tinggi ditandai dengan kenaikan penjualan sebanyak 64 produk setelah dibuatnya video promosi ini.

**Katakunci:** Video promosi, *Timelapse*, *Live Shoot*, Grafart *Graffiti Store*

## **ABSTRACT**

*Grafart Graffiti Store is a company located on Jl. Pisangan, Mejing, Candimulyo, Magelang. This shop was founded in 2014 and sells various kinds of spray paint, local clothing, and other graffiti accessories. In developing its business, this store also carries out promotional activities like other companies. The promotion stages that are currently being carried out are still manual through individuals and by posting several photos on social media.*

*The current difficult times because the pandemic has created obstacles to declining sales, making promotional videos using the Live Shoot method and the Timelapse method is a solution for the Grafart Graffiti Store. for being able to visualize, illustrate and enhance the advantages that exist in the Grafart Graffiti Store.*

*The purpose of making a promotional video which displays the product variants available in the store and will later be shown on Facebook Ads social media, is intended to increase the number of sales during the pandemic. This video has been worthy of being used as a promotional video with the results of the questionnaire calculation of 86.87% and is classified in the "Very Good" category. And this promotional video resulted in a fairly high sales change, marked by an increase in sales of 64 products after this promotional video was made.*

**Keywords:** *Promotional video, Timelapse, Live Shoot, Grafart Graffiti Store.*