

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN KEDAI SEBLAK TEH UPA
DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DENGAN TEHNIK LIVESHOOT**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

SATRIA WIRANING JATI

17.11.1128

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN KEDAI SEBLAK TEH UPA
DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DENGAN TEHNIK LIVESHOOT**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

SATRIA WIRANING JATI

17.11.1128

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN KEDAI SEBLAK TEH UP
DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DENGAN TEHNIK LIVESHOOT**

Yang disusun dan diajukan oleh

Satria Wiraning Jati

17.11.1128

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi,
pada tanggal 19 Februari 2024

Dosen Pembimbing



Rumini, M.Kom.
NIK. 190302246

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN KEDAI SEBLAK TEH UPA
DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DENGAN TEHNIK LIVESHOOT**

yang disusun dan di ajukan oleh

Satria Wiraning Jati

17.11.1128

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 19 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Windha Mega Pradnya D, M. Kom
NIK. 190302185



Bayu Setiaji, M. Kom
NIK. 190302216



Rumini, M. Kom
NIK. 190302246



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 19 Februari 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302096

PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Satria Wiraning jati
NIM : 17.11.1128

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:
**PEMBUATAN VIDEO IKLAN KEDAI SEBLAK TEH UPA
DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DENGAN TEHNIK LIVESHOOT**

Dosen Pembimbing : Rumini, M. Kom.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI dan BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian **SAYA** sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 19 Februari 2024

Yang Menyatakan,



Satria Wiraning Jati

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada :

1. Allah SWT, hanya atas izin dan karunia-Nyalah skripsi ini dapat dibuat dan selesai dengan baik. Puji syukur tak terhingga pada Tuhan semesta alam yang meridhoi dan mengabulkan segala doa yang dipanjatkan.
2. Orang tua saya, yang tidak lelah memberikan dukungan dan doa kepada saya. Untuk Ibu yang selalu tanpa lelah memberikan semangat dan doa supaya bisa menyelesaikan skripsi ini dan melewati proses yang ada. Untuk Bapak yang selalu memberikan semangat dan doa tanpa lelah serta begitu banyak pengorbanan yang tidak akan bisa saya balas. Terimakasih banyak saya ucapkan kepada kedua orangtua saya.
3. Bapak dan Ibu Dosen pembimbing, penguji dan pengajar yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktu dan menuntun serta mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tidak ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih banyak Bapak dan Ibu Dosen atas segala jasa-jasanya yang diberikan. Semoga ilmu yang telah diajarkan kepada kami, menjadi ladang amal dan menjadi ilmu yang barokah untuk kami.
4. Rekan-rekan kelas informatika 4 dan Teman-teman dalam hidup saya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih sudah menjadi tempat berdiskusi, berkeluh kesah, partner dalam pekerjaan, dan tempat bersama untuk bersyukur dan menyukuri nikmat kehidupan. Terimakasih banyak untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul **PEMBUATAN VIDEO IKLAN KEDAI SEBLAK TEH UPA DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN TEHNIK LIVESHOOT**

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat ujian sidang dalam memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada:

1. ALLAH SWT, hanya atas izin dan karunia-Nya skripsi ini dapat dibuat dan selesai dengan baik.
2. Kedua orang tua yang telah membiayai kuliah.
3. Prof.Dr. M Suyanto, MM selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
4. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer.
5. Ibu Windha Mega PD. M.Kom selaku Ketua Program Studi Informatika.
6. Ibu Rumini, M.Kom selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan tulus memberikan perhatian, dukungan dan pengarahan.
7. Saudara, teman-teman, serta semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 19 Februari 2024



Satria Wiraning Jati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	3

1.6.2	Metode Analisis	4
1.6.3	Metode Perancangan	4
1.6.4	Produksi	4
1.6.5	Evaluasi	4
1.7	Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		6
2.1	Studi Literatur	6
2.2	Multimedia	11
2.2.1	Pengertian Multimedia	11
2.2.2	Elemen Multimedia	11
2.3	Iklan	12
2.3.1	Pengertian Iklan	12
2.3.2	Pengertian Periklanan	13
2.3.3	Jenis-jenis Iklan	13
2.4	Pengertian Live Shoot	13
2.5	Teknik Pengambilan Gambar	14
2.6	Bidikan Kamera	15
2.7	Analisis SWOT	18
2.8	Tahap Memproduksi Iklan	18
2.8.1	Tahap Pra-Produksi	18
2.8.2	Tahap Produksi	20
2.8.3	Tahap Pasca Produksi	21
2.9	Evaluasi Skala Likert	24
2.9.1	Sejarah Skala Likert	24
2.9.2	Skala Likert	25
2.9.3	Rumus Presentase	25
BAB III METODE PENELITIAN		27

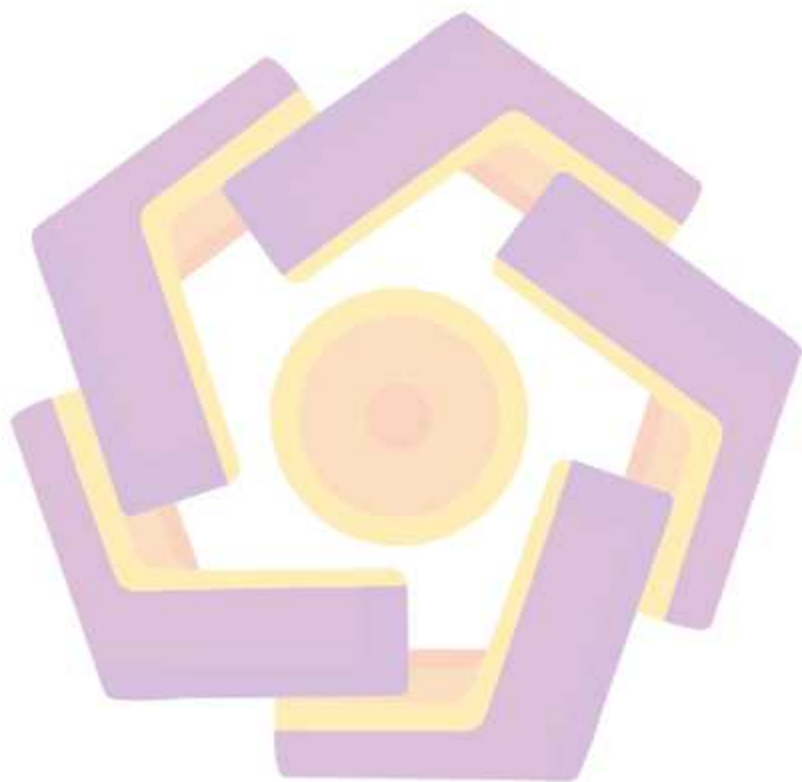
3.1	Tinjauan Umum	27
3.2	Alur Penelitian	30
3.3	Analisis	31
3.3.1	Identifikasi Masalah	31
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	32
3.4.1	Kebutuhan Fungsional	32
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional	32
3.5	Analisis SWOT	34
3.6	Perancangan Video Iklan	36
3.6.1	Konsep Perancangan	36
3.7	Storyboard	36
BAB IV HASI DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Implementasi	38
4.2	Tahap Produksi	38
4.2.1	Pengambilan Gambar (Shooting)	38
4.2.2	Capturing	39
4.2.3	Editing	40
4.2.4	Hasil Kuesioner Ahli	45
4.2.5	Hasil Kuesioner Umum	46
4.2.6	Perhitungan Skala Linkert Ahli	47
4.2.7	Perhitungan Skala Linkert Umum	48
4.2.8	Distribusi	49
4.2.9	Perbandingan Grafik Penjualan	51
BAB V PENUTUP		53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran	54

REFERENSI

55

LAMPIRAN

57

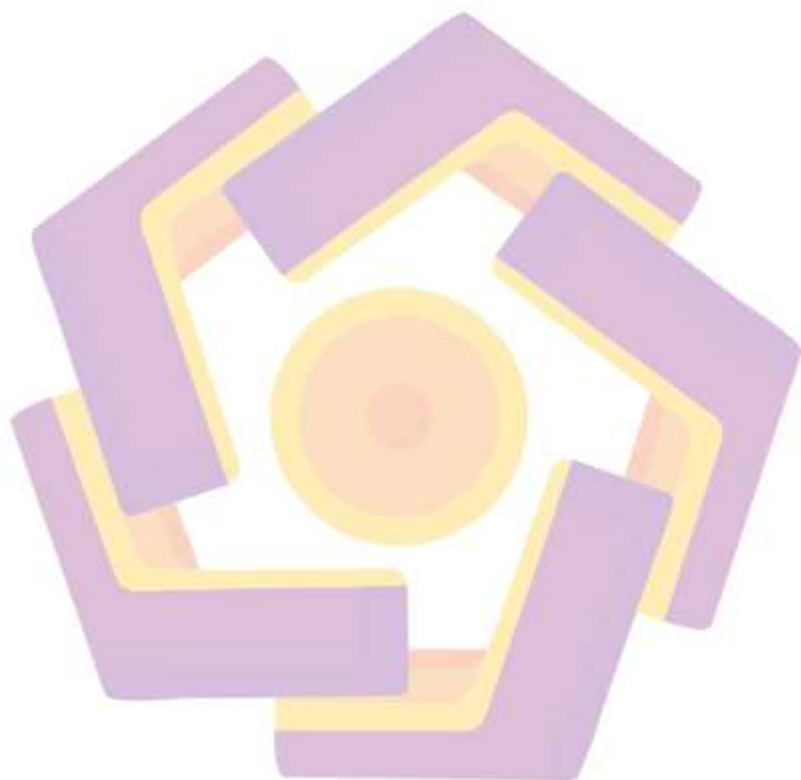


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Keaslian Penelitian	7
Tabel 2. 2 Bobot Nilai Linkert	25
Tabel 2. 3 Interval Tingkat Intensitas	26
Tabel 3. 1 Kebutuhan Perangkat Keras	33
Tabel 3. 2 Kebutuhan Perangkat Keras Pengambilan Gambar	33
Tabel 3. 3 Kebutuhan Perangkat Lunak	34
Tabel 3. 4 Analisis SWOT	34
Tabel 3. 5 Storyboard	36
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Ahli	46
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Umum	46
Tabel 4. 3 Tabel Distribusi	50

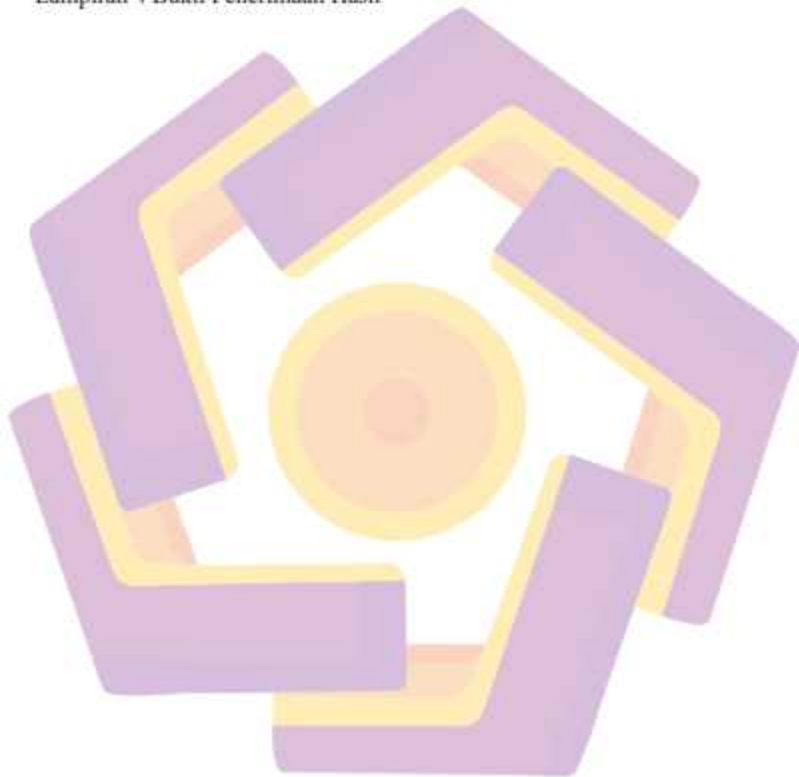
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh High Angle	14
Gambar 2. 2 Contoh Eye Level (Normal)	14
Gambar 2. 3 Contoh Low Angle	15
Gambar 2. 4 Contoh Gambar ELS	15
Gambar 2. 5 Contoh Gambar Long Shoot	16
Gambar 2. 6 Contoh Gambar MLS	16
Gambar 2. 7 Contoh Gambar MS	17
Gambar 2. 8 Contoh Gambar Close-Up	17
Gambar 2. 9 Contoh Gambar Big Close-Up	17
Gambar 2. 10 Contoh Gambar ECU	18
Gambar 2. 11 Contoh Naskah Iklan	19
Gambar 2. 12 Contoh Storyboard	20
Gambar 3. 1 Logo Kedai Seblak Teh Upa	29
Gambar 3. 2 Lokasi Dari Objek	29
Gambar 3. 3 Suasana Kedai Seblak Teh Upa	30
Gambar 3. 4 Alur Penelitian	31
Gambar 4. 1 Pengambilan Gambar Suasana Pengunjung	39
Gambar 4. 2 Tulisan Banner Seblak Teh Upa	39
Gambar 4. 3 File Video	40
Gambar 4. 4 Menentukan Sequence	41
Gambar 4. 5 File Video Editing	41
Gambar 4. 6 Susunan File Video dan Sound	42
Gambar 4. 7 Menu Effect	42
Gambar 4. 8 Effect Video Transisi	43
Gambar 4. 9 Effect Kontrol Audio Transisi	43
Gambar 4. 10 Cara Rendering	44
Gambar 4. 11 Format Rendering	44
Gambar 4. 12 Mengatur Preset Export	45
Gambar 4. 13 Format Video	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Kuesioner Ahli	57
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Umum	60
Lampiran 3 Bukti Kontribusi/Endorse	63
Lampiran 4 Bukti Penerimaan Hasil	64



INTISARI

Kedai Seblak Teh Upa adalah sebuah kedai yang menyajikan makanan seblak berlokasi di Jalan Alternatif Karangmojo, Gading 2, Playen, Gunungkidul Yogyakarta. Saat ini Kedai Seblak Teh Upa sudah melakukan promosi melalui media sosial berupa foto-foto yang menggambarkan suasana dari kedai tersebut. Kedai Seblak Teh Upa yang telah berdiri sejak 2 tahun. Namun, pengunjung masih dalam jangkauan yang sedikit. Setelah mengetahui permasalahan tersebut maka penulis dan pemilik Kedai Seblak Teh Upa berkolaborasi untuk membuat video iklan. Dengan membuat video iklan tersebut diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung pada Kedai Seblak Teh Upa.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara dan kunjungan langsung, analisis SWOT, perancangan, produksi dan evaluasi menggunakan skala Linkert. Secara teknik pengambilan gambar video iklan ini menggunakan teknik Live Shoot.

Pada penelitian ini menghasilkan video iklan yang layak disebarluaskan melalui media sosial. Penulis menyebarkan kuesioner yang diisi oleh 36 orang masyarakat umum dan 10 ahli bidang multimedia yang menonton video iklan Kedai Seblak Teh Upa dengan rata-rata nilai 92.28% dan 66% masuk ke dalam kategori sangat baik dan baik. Selain itu, video iklan Kedai Seblak Teh Upa disebarluaskan di beberapa media sosial seperti YouTube, Instagram dan TikTok.

Kata Kunci : Kedai Seblak Teh Upa, Video Iklan, Live Shoot, Linkert.

ABSTRACT

Kedai Seblak Teh Upa is a bistro that serves seblak food located on Karangmojo Alternative Road, Gading 2, Playen, Gunungkidul Yogyakarta. Currently, Kedai Seblak Teh Upa has promoted through social media in the form of photos that describe the atmosphere of the bistro. Kedai Seblak Teh Upa has been established for 2 years. However, visitors are still in a small range. After knowing these problems, the author and the owner of Kedai Seblak Teh Upa collaborated to make an advertising video. By making these advertising videos, it is hoped that it can attract more visitors to Kedai Seblak Teh Upa.

The method used in this research is to use data collection methods by means of interviews and direct visits, SWOT analysis, design, production and evaluation using a Linkert scale. Technically shooting this advertising video using Live Shoot technique.

This research produces advertising videos that are feasible to be distributed through social media. The author distributed questionnaires filled out by 36 general public and 10 multimedia experts who watched Kedai Seblak Teh Upa's advertising videos with an average score of 92.28% and 66% in the very good and good categories. In addition, the Kedai Seblak Teh Upa advertising video was distributed on several social media such as YouTube, Instagram and TikTok.

Keywords : *Bistro Seblak Teh Upa, Video Advertisement, Live Shoot, Linkert.*