

**ANALISIS DAN PENGEMBANGAN VISUALISASI DIGITAL
PADA PRODUK UNGGULAN DAERAH KERAJINAN PERAK
KOTAGEDE YOGYAKARTA**

SKRIPSI NON-REGULER

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi *S1 Informatika*



Disusun oleh

WILDANSYAH MAPAROJA

21.11.4305

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

**ANALISIS DAN PENGEMBANGAN VISUALISASI DIGITAL
PADA PRODUK UNGGULAN DAERAH KERAJINAN PERAK
KOTAGEDE YOGYAKARTA**

SKRIPSI NON-REGULER

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi *S1 Informatika*



Disusun oleh

WILDANSYAH MAPAROJA

21.11.4305

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

JALUR NON-SKRIPSI

**ANALISIS DAN PENGEMBANGAN VISUALISASI DIGITAL PADA
PRODUK UNGGULAN DAERAH KERAJINAN PERAK KOTAGEDE
YOGYAKARTA**

yang disusun dan diajukan oleh

Wildansyah Maparoja

21.11.4305

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 3 Februari 2025

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, S.Kom., M.Kom.
NHK. 190302215

HALAMAN PENGESAHAN
JALUR NON-SKRIPSI
ANALISIS DAN PENGEMBANGAN VISUALISASI DIGITAL PADA
PRODUK UNGGULAN DAERAH KERAJINAN PERAK KOTAGEDE
YOGYAKARTA

yang disusun dan diajukan oleh

Wildansyah Maparoja

21.11.4305

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 3 Februari 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rizqi Sukma Kharisma, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302215

Nur'aini, M.Kom
NIK. 190302066

Subektiningsih, M.Kom
NIK. 190302413

Laporan ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 3 Februari 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Wildansyah Maparoja
NIM : 21.11.4305

Menyatakan bahwa Laporan dengan judul berikut:

ANALISIS DAN PENGEMBANGAN VISUALISASI DIGITAL PADA PRODUK UNGGULAN DAERAH KERAJINAN PERAK KOTAGEDE YOGYAKARTA

Dosen Pembimbing : Rizqi Sukma Kharisma, 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 kegiatan 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 ketidak-benaran 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, 24 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Wildansyah Maparoja

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan judul “Analisis dan Pengembangan Visualisasi Digital pada Produk Unggulan Daerah Kerajinan Perak Kotagede Yogyakarta” tepat waktu. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia menuju jalan yang diridhai-Nya.

Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk tanggung jawab penulis sebagai mahasiswa yang terus berusaha menjalankan peran akademik dengan sebaik-baiknya serta melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Informatika Pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Selama proses penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa apa yang telah mahasiswa capai tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Terima kasih juga kepada dosen pembimbing “Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom” yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berharga, serta teman-teman yang turut memberi dukungan selama proses ini.

Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bagian dari upaya penulis dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Segala kekurangan dalam laporan ini semata-mata karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Maka penulis berharap dan menerima jika ada kritik dan saran demi kebaikan dan kemajuan penulis di masa mendatang.

DAFTAR ISI

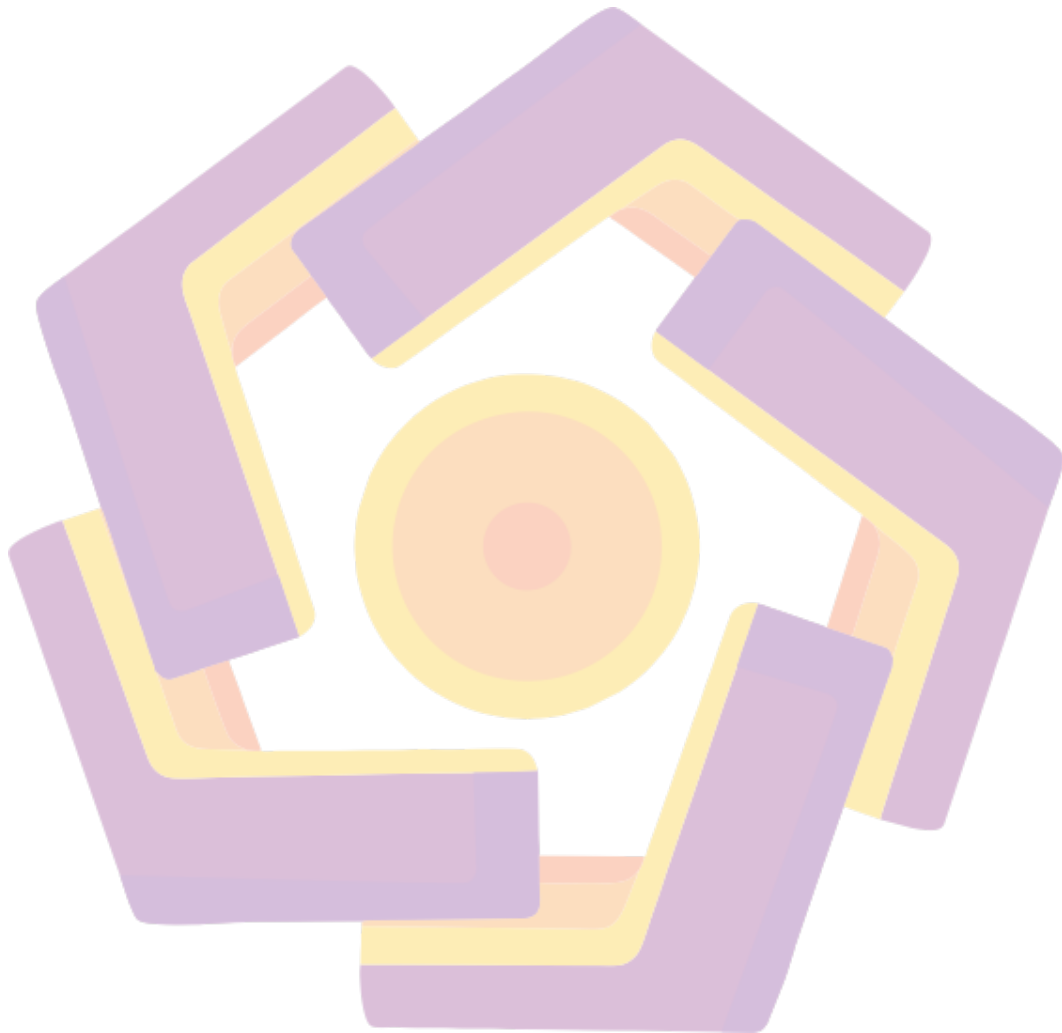
COVER.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
BAB II TEORI DAN ANALISIS	5
2.1 Teori.....	5
2.1.1 Iklan Sosial media.....	5
2.1.1.1 Instagram Ads	5
2.1.1.2 Tiktok Ads	6
2.1.2 Videography	6
2.1.2.1 Types Shot (Tipe Gambar)	7
2.1.2.2 Camera Angle (Sudut Kamera).....	8
2.1.2.3 Camera Movement (Gerakan Kamera)	9
2.1.2.4 Teknik Editing	10
2.1.3 Tahapan Pelaksanaan Produksi	12
2.2 Analisis SWOT	13
2.2.1 Strengths (Kekuatan)	13

2.2.2	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan).....	14
2.2.3	<i>Opportunities</i> (Peluang).....	14
2.2.4	<i>Threats</i> (Ancaman)	15
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		16
3.1	Implementasi.....	16
3.1.1	Pra-Produksi.....	16
3.1.2	Produksi	38
3.1.3	Pasca Produksi	43
3.1.4	Hasil Video Produksi	47
3.1.4.1	Haseena Jewelry.....	47
3.1.4.2	ER-Prapen Jewelry.....	50
3.1.5	Kegiatan Pengabdian Masyarakat.....	51
3.1.5.1	Pelatihan Pemasaran Marketplace	51
3.1.5.2	Pelatihan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)	53
3.1.5.3	Pelatihan Advance Pemasaran Sosial Media.....	54
3.1.5.4	Penyerahan Barang Mitra.....	56
3.1.5.5	Pelatihan Pelayanan Prima Pada Pelanggan	57
3.1.5.6	Focus Group Discussion (FGD)	59
3.2	Evaluasi.....	59
BAB IV KESIMPULAN		61
4.1	Kesimpulan	61
4.2	Saran	61
REFERENSI		63
CURICULUM VITAE.....		65
LAMPIRAN.....		67

DAFTAR GAMBAR

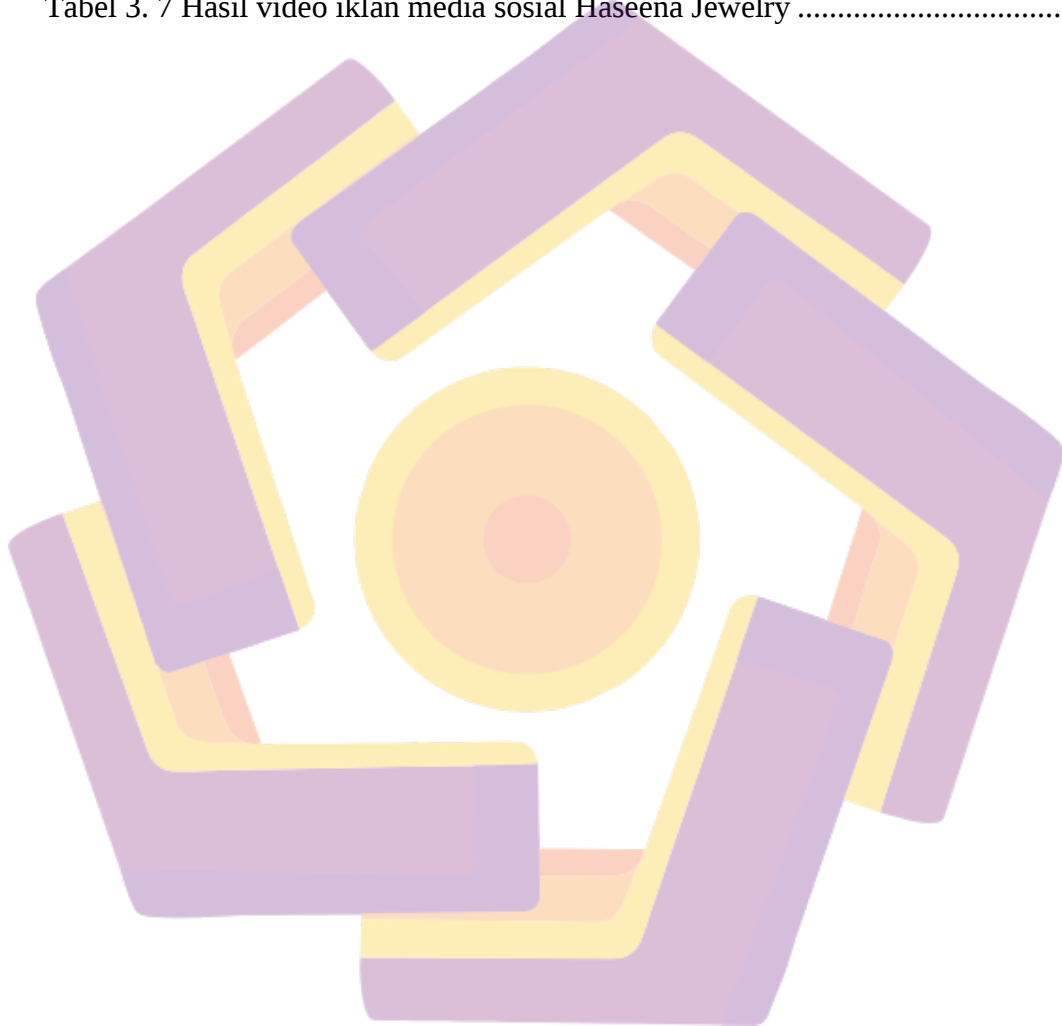
Gambar 1.1 Logo ER-prapen Jewelry.....	2
Gambar 1.2 Logo Haseena Jewelry	2
Gambar 3.1 Rapat pembuatan konsep	16
Gambar 3.2 Contoh konsep.....	17
Gambar 3.3 Contoh Storyboard	18
Gambar 3.4 Pembuatan video iklan yang berjudul Berkilau dengan Kepercayaan Diri	39
Gambar 3.5 Pembuatan video iklan yang berjudul Undeniable Charm.....	39
Gambar 3.6 Pembuatan video iklan yang berjudul Sparkling Dream Ring.....	40
Gambar 3.7 Pembuatan video iklan yang berjudul Inner Beauty	40
Gambar 3.8 Pembuatan video iklan yang berjudul Choose Me.....	41
Gambar 3.9 Pembuatan video iklan yang berjudul Nature	42
Gambar 3.10 Pembuatan video profile Haseena Jewelry	42
Gambar 3.11 Pembuatan video profile ER-Prapen Jewelry	43
Gambar 3.12 Timeline editing video profile Haseena Jewelry.....	44
Gambar 3.13 Tampilan aplikasi google earth	45
Gambar 3.14 Timeline editing video profile ER-Prapen Jewelry.....	45
Gambar 3.15 Timeline editing video iklan Haseena Jewelry	46
Gambar 3.16 Proses perekaman suara	47
Gambar 3.17 Hasil video profile Haseena Jewelry.....	47
Gambar 3.18 Instagram Haseena Jewelry.....	49
Gambar 3.19 Hasil video profile ER-Prapen Jewelry.....	50
Gambar 3.20 Foto bersama pelatihan pemasaran marketplace.....	51
Gambar 3.21 Pengisian Materi pelatihan pemasaran marketplace	52
Gambar 3. 22 Perbandingan hasil evaluasi total skor pre-test dan post-test.....	52
Gambar 3.23 Kegiatan pelatihan keselamatan dan kesehatan kerja (K3).....	53
Gambar 3.24 Foto bersama pelatihan keselamatan dan kesehatan kerja (K3).....	54
Gambar 3.25 Pengisian materi pelatihan <i>advance</i> pemasaran sosial media	54
Gambar 3.26 foto bersama pelatihan <i>advance</i> pemasaran sosial media	55
Gambar 3. 27 Perbandingan hasil pre-test dan post-tes pelatihan <i>advance</i> pemasaran sosial media.....	55
Gambar 3.28 Penyerahan barang kepada ER-Prapen Jewelry	56

Gambar 3.29 Penyerahan barang kepada Haseena Jewelry	56
Gambar 3.30 Pengisian materi pelatihan pelayanan prima pada pelanggan.....	57
Gambar 3.31 Foto bersama pelatihan pelayanan prima pada pelanggan.....	58
Gambar 3. 32 Hasil pre-test dan post-test pelatihan pelayanan prima pada pelanggan	58
Gambar 3.33 Kegiatan Focus Group Discussion (FGD)	59



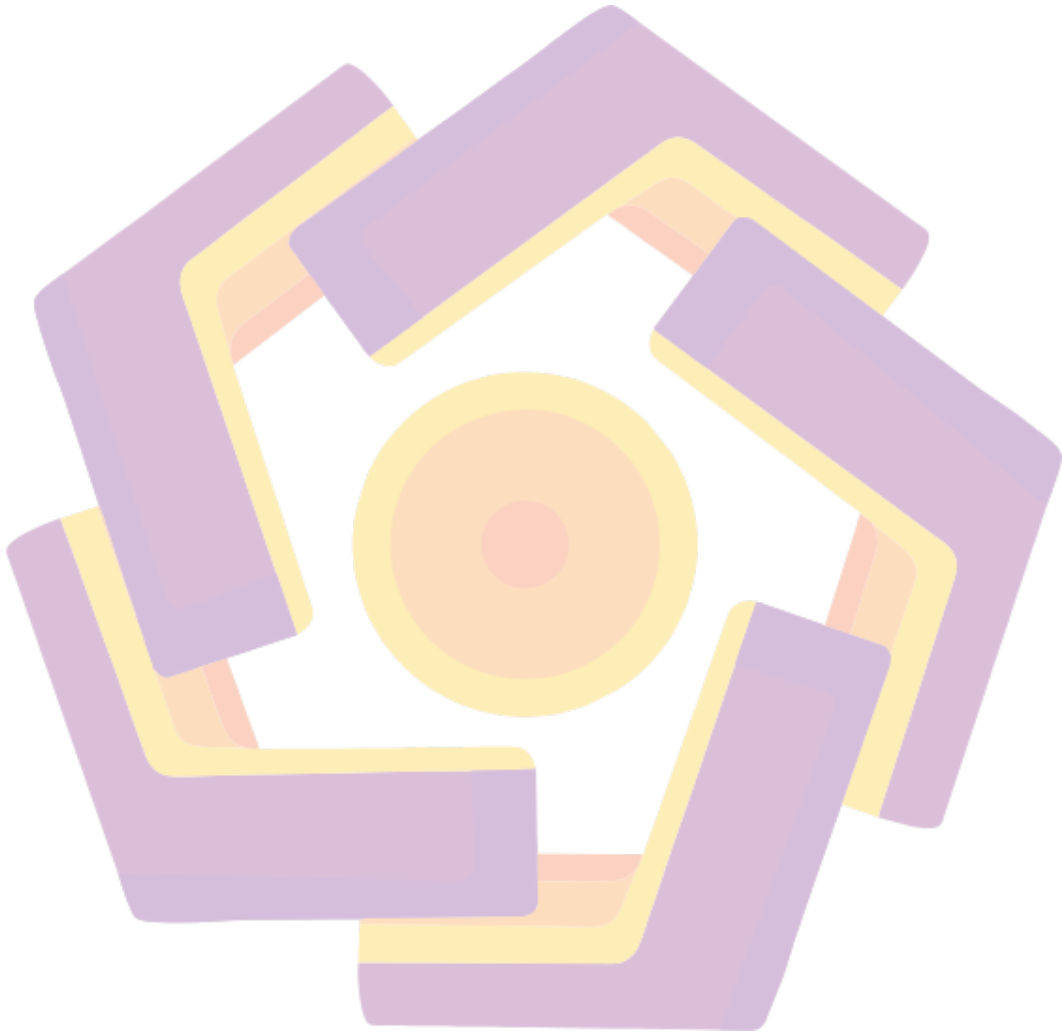
DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Storyboard 1.....	19
Tabel 3. 2 Storyboard 2.....	22
Tabel 3. 3 Storyboard 3.....	27
Tabel 3. 4 Storyboard 4.....	31
Tabel 3. 5 Storyboard 5.....	33
Tabel 3. 6 Storyboard 6.....	36
Tabel 3. 7 Hasil video iklan media sosial Haseena Jewelry	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat keterangan diterima magang	67
Lampiran 2 Kehadiran magang.....	68
Lampiran 3 Laporan realisasi magang	70
Lampiran 4 Form nilai magang.....	72
Lampiran 5 Surat pencatatan Ciptaan	73



INTISARI

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat Pemberdayaan Mitra Usaha Produk Unggulan Daerah (PM-UPUD) merupakan kegiatan non akademis yang dapat memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan di luar kampus sebagai media bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman riil dalam dunia industri. Penulis melaksanakan kegiatan pengabdian ini selama 6 bulan dari 24 Juni 2024 hingga 24 Desember 2024. Kegiatan ini memiliki dua mitra yaitu ER-Prapen Jewelry Workshop dan Haseena Jewelry. Program ini berfokus pada penguatan kemampuan produksi, pengelolaan bisnis, pengadaan barang produksi konten, dan pemasaran digital agar para mitra usaha dapat lebih adaptif terhadap perkembangan pasar, terutama di era digital. Dalam Kegiatan ini penulis berfokus pada pembuatan video iklan dan video profile mitra untuk diiklankan di media sosial dan *e-commerce*. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya pengembangan kualitas konten produk kerajinan perak Kotagede. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat Pemberdayaan Mitra Usaha Produk Unggulan Daerah (PM-UPUD) ini adalah kegiatan membuktikan peran strategis video iklan dan company profile berpengaruh pada perkembangan dan pemasaran dari sebuah perusahaan. Pengalaman ini diharapkan akan berguna bagi penulis dan mitra pada masa yang akan datang.

Kata Kunci: Kreatif, Produk Unggulan Daerah, UMKM, Pemasaran Digital, Teknologi Digital

ABSTRACT

The community service activity program for Empowering Regional Superior Product Business Partners (PM-UPUD) is a non-academic activity that can provide opportunities for students to carry out activities outside the campus as a medium for students to gain real experience in the industrial world. The author carried out this service activity for 6 months from June 24, 2024 to December 24, 2024. This activity has two partners, namely ER-Prapen Jewelry Workshop and Haseena Jewelry. This program focuses on strengthening production capabilities, business management, procurement of content production goods, and digital marketing so that business partners can be more adaptive to market developments, especially in the digital era. In this activity, the author focuses on making advertising videos and partner profile videos to be advertised on social media and e-commerce. The results of this activity show that there is a development in the quality of the content of Kotagede silver craft products. The conclusion of this community service activity Empowering Regional Superior Product Business Partners (PM-UPUD) is that the activity proves the strategic role of advertising videos and company profiles in influencing the development and marketing of a company. This experience is expected to be useful for the author and partners in the future.

Keywords: Creative, Regional Featured Products, MSMEs, Digital Marketing, Digital Technology