

**PERANCANGAN BRANDING NIMCO ROYAL STORE
BERBASIS VIDEO SEBAGAI VISUALISASI
DAN PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI



disusun oleh :

Alfin Khusnanda

13.12.7323

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**PERANCANGAN BRANDING NIMCO ROYAL STORE
BERBASIS VIDEO SEBAGAI VISUALISASI
PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada program studi Sistem Informasi



disusun oleh :

Alfin Khusnanda

13.12.7323

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN BRANDING NIMCO ROYAL STORE BERBASIS VIDEO SEBAGAI VISUALISASI PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Alfin Khusnanda

13.12.7323

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 18 Februari 2020

Dosen Pembimbing,

Bhanu Sri Nugraha, M.kom
NIK. 190302164

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN BRANDING NIMCO ROYAL STORE BERBASIS VIDEO SEBAGAI VISUALISASI PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Alfin Khusnanda

13.12.7323

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 15 April 2020
Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bhanu Sri Nugraha M. Kom

NIK. 190302164

Joko Dwi Santoso M. Kom

NIK. 190302181

Mei P Kurniawan M. Kom

NIK. 190302187

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 15 April 2020

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, 15 April 2020

Meterai
Rp. 6.000

Alfin Khusnanda
NIM. 13.12.7323

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang maha esa, skripsi ini akhirnya bisa di selesaikan dengan lancar. Pembuatan skripsi ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak yang telah turut serta dalam mendukung dan membantu hingga terselesaikannya skripsi ini, sehingga pada kali ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sangat mendalam kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, yang telah membiayai saya menasehati dan mendukung saya, dan doa dari kedua orang tua saya bapak H Supodo dan ibu Hj, Sarifatun yang selalu membuat semua menjadi mudah. Tanpa kalian saya tidak bisa menjadi apa-apa. Terima kasih bapak dan ibu.
3. Untuk kakak-kakak saya Lina Meilasari, Yeni Perwitasari, Aris Tri Haryanto dan Dini Nurhidayani dan seluruh keluarga saya yang telah memberi motivasi.
4. Teman-teman sekaligus keluarga kontrakan Barokah kakap 4 dan keluarga besar solo yang selalu membantu dan menemani saya.
5. Nicollaus Bayu S, Zakkaa Walidt, Nisti Andeni, Robbyansyah dewan, Ilyas Saputra yang telah banyak membantu dan memberikan saran kepada saya dalam mengerjakan skripsi.
6. Pak Bhanu Sri Nugraha selaku dosen pembimbing saya, terimakasih atas segala bantuan dari bapak hingga skripsi ini bisa terselesaikan.
7. Bapak Mei P Kurniawan, bapak Joko Dwi Santoso, bapak Bhanu Sri Nugraha selaku dosen penguji saya, terimakasih atas segala kritik dan saran yang membangun sehingga ujian pendadaran saya bias berjalan lancar.
8. Teman-teman kelas SI03 2013 dan semua anggota komunitas POTRAIT *Photography*.
9. Kampus Amikom tercinta.
10. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, yang memberikan saya motivasi dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Dan terimakasih paling besar teruntuk siapapun yang tidak pernah mementingkan dirinya sendiri

MOTTO

“Waktumu terbatas, jangan habiskan dengan mengurus hidup orang lain”

“Balas dendam terbaik adalah dengan memperbaiki dirimu”

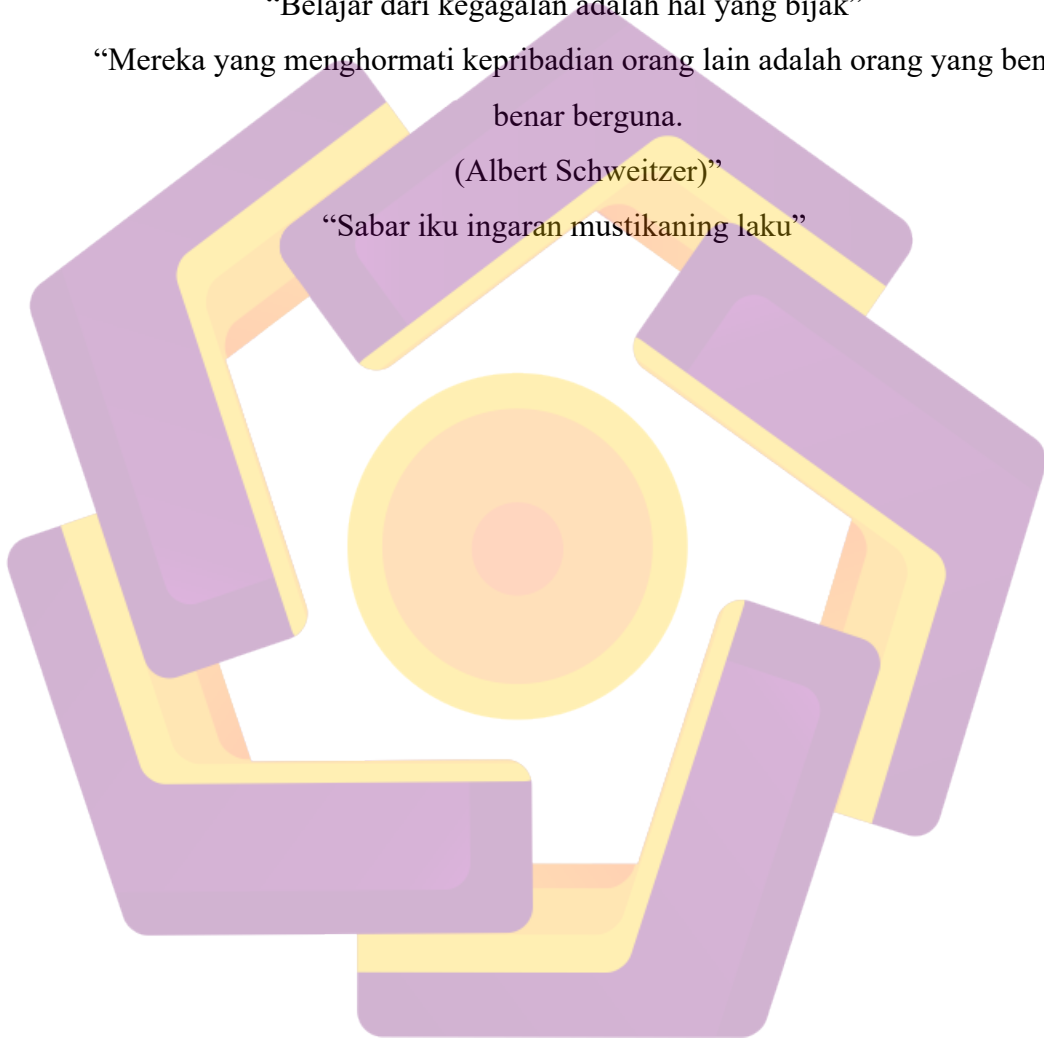
“Bekerja keras dan bersikap baiklah. Hal luar biasa akan terjadi”

“Belajar dari kegagalan adalah hal yang bijak”

“Mereka yang menghormati kepribadian orang lain adalah orang yang benar-
benar berguna.

(Albert Schweitzer)”

“Sabar iku ingaran mustikaning laku”



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas limpahan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis masih diberi kesempatan dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan perguruan tinggi Program Studi Strata-1 Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta dan meraih gelar S.Kom. Selain itu skripsi ini juga bertujuan untuk membantu Nimco Royal Store selaku objek dalam mengembangkan usahanya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku rektorat Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak saran, bantuan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Krisnawati, S.Si, MT, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Ibu dan Bapak tercinta, kakak-kakak tersayang, sahabat-sahabat tersayang, dan seseorang tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dorongan kepada penulis.
5. Teman-teman Kelas SI03 2013 yang telah berjuang bersama selama ini.
6. Seluruh dosen yang telah membimbing saya dan mengajari saya beberapa ilmu yang berguna untuk ke depan.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis.

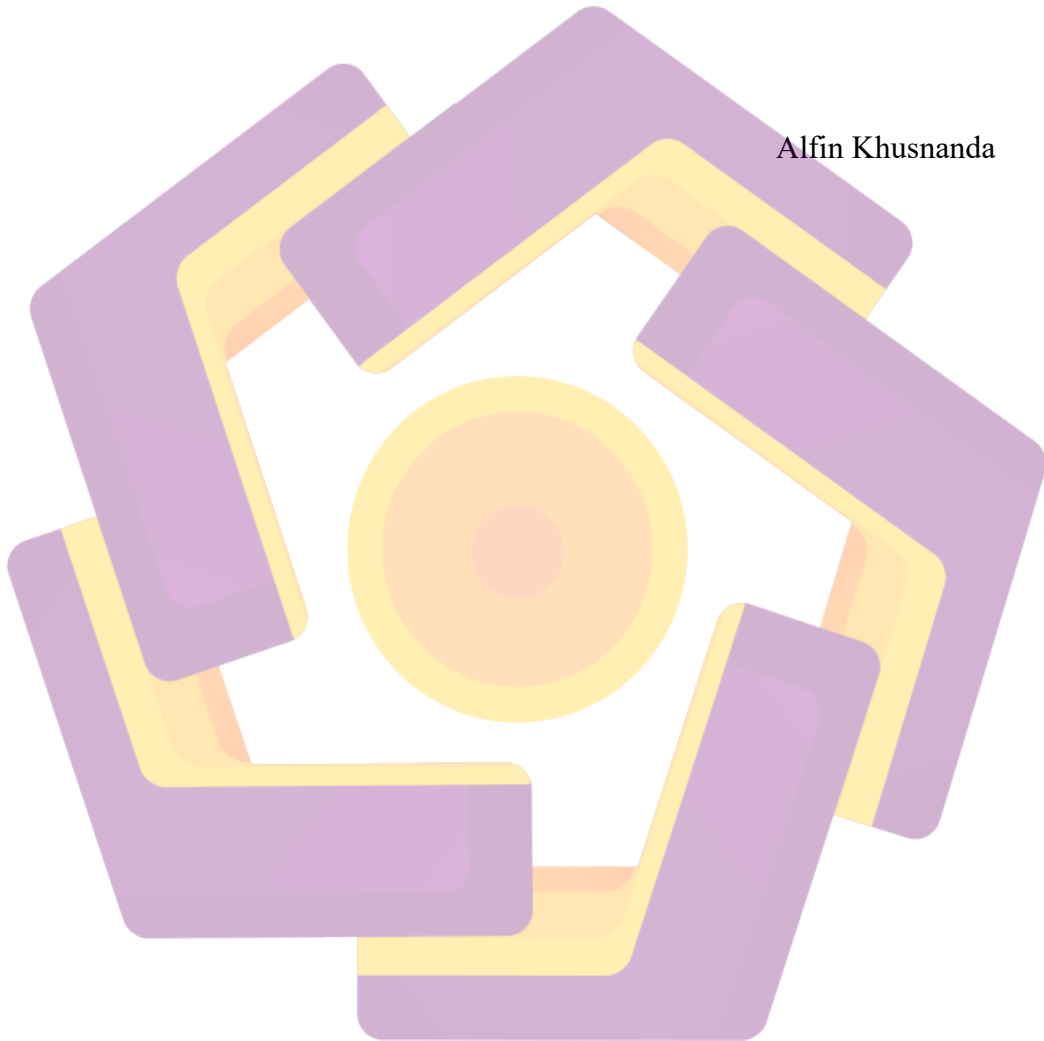
Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pengembangan pada bidang multimedia.

Yogyakarta, 15 April 2020

Penulis

Alfin Khusnanda

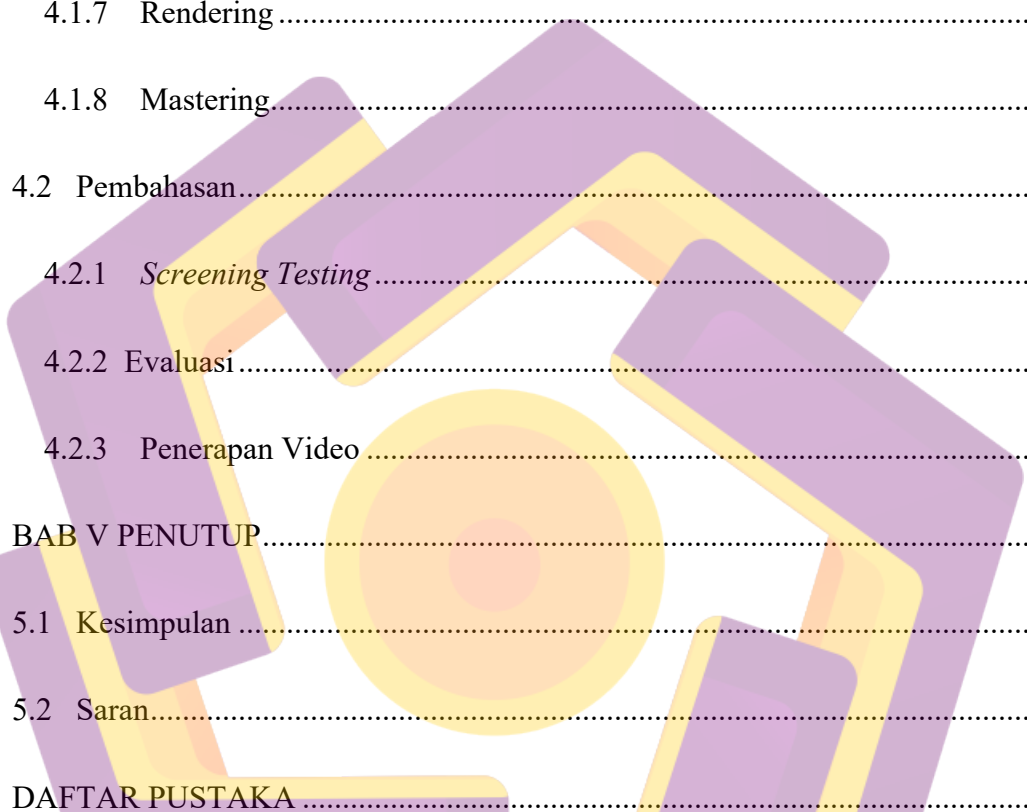


DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN.....	IV
PERSEMBAHAN.....	V
MOTTO.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	II
DAFTAR TABEL.....	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
INTISARI.....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	I
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4

1.6.1	Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2	Metode Analisis	5
1.6.3	Metode Perancangan	5
1.6.4	Metode Pengembangan	5
1.6.5	Metode Testing.....	5
1.7	Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI		7
2.1	Tinjauan Pustaka	7
2.2	Konsep Dasar Video	8
2.2.1	Pengertian Video.....	8
2.2.2	Standar Video.....	8
2.2.3	Jenis-jenis Video	10
2.3	Pengertian Branding.....	11
2.4	Perkembangan Media Sosial.....	11
2.5	Bahasa Gambar Dan Gerakan Kamera	15
2.5.1	Bahasa Gambar	15
2.5.2	Gerak Kamera	17
2.5.3	Pengambilan Gambar	19
2.6	Metode Analisis	22
2.6.1	Analisis SWOT	22
2.6.2	Fungsi SWOT.....	24

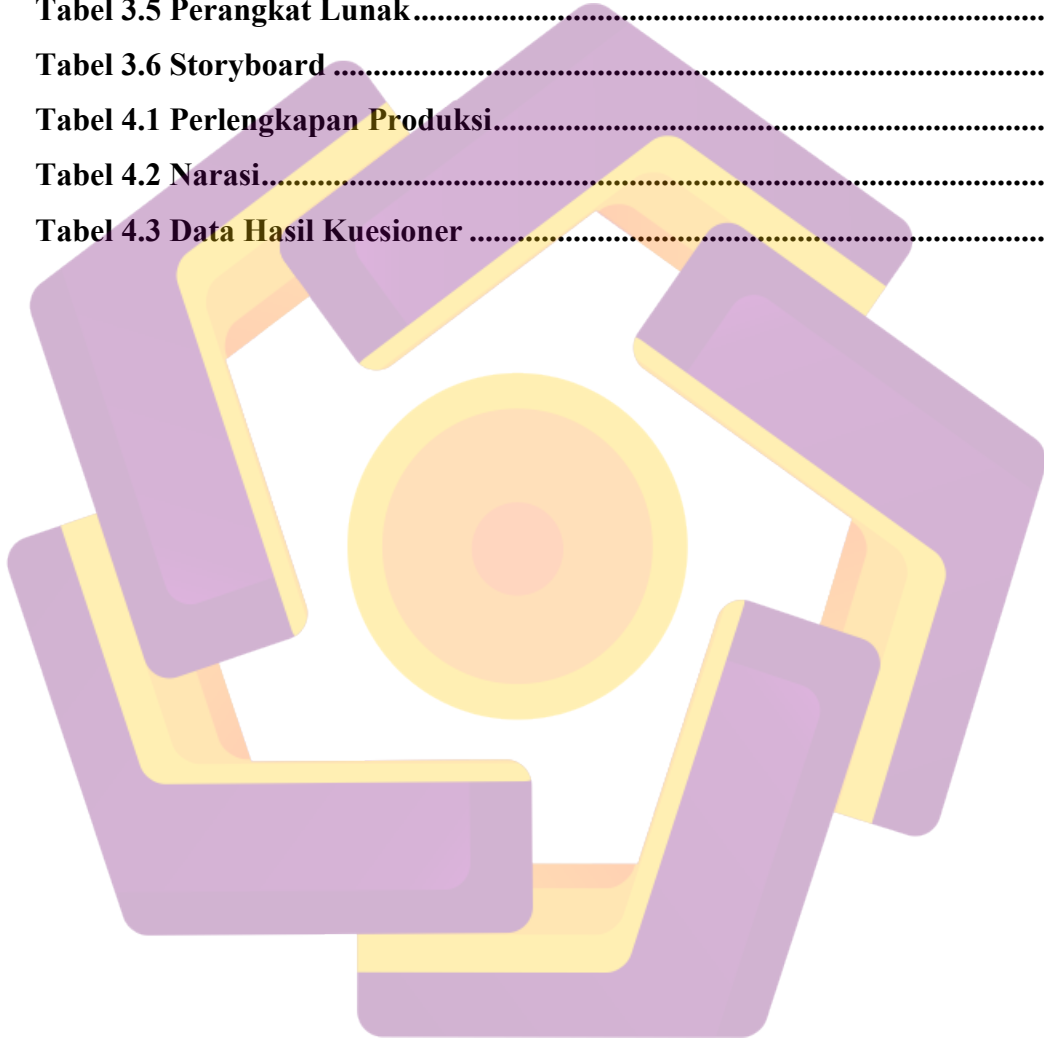
2.7 Metode Perancangan	25
2.7.1 Pra Produksi	25
2.8 Metode Implementasi.....	28
2.8.1 Fase Produksi	28
2.8.2 Post Production	28
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	29
3.1 Deskripsi Perusahaan	29
3.1.1 Sejarah Singkat Nimco Royal Store.....	29
3.2 Pengumpulan Data	34
3.2.1 Metode Observasi.....	34
3.2.2 Metode Wawancara.....	39
3.2.3 Metode Kepustakaan.....	42
3.3 Analisis Sistem.....	34
3.3.1 Identifikasi Masalah	34
3.3.2 Analisis Kebutuhan Sistem	39
3.3.3 Analisis Kelayakan Video Profil.....	42
3.4 Perancangan Video Branding.....	44
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Database dan Table	50
4.1.1 Persiapan Perangkat Produksi.....	51
4.1.2 Sinkronasi Jadwal Produksi	54



4.1.3	Proses Pengambilan Video (Shooting).....	54
4.1.4	Hasil Pengambilan Video.....	55
4.1.5	Compositing dan Editing.....	55
4.1.6	Mengevaluasi / Review Editing.....	60
4.1.7	Rendering.....	60
4.1.8	Mastering.....	60
4.2	Pembahasan.....	65
4.2.1	<i>Screening Testing</i>	65
4.2.2	Evaluasi.....	66
4.2.3	Penerapan Video.....	68
BAB V PENUTUP		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh matrik SWOT.....	24
Tabel 3.1 Hasil Wawancara	32
Tabel 3.2 Matriks SWOT	36
Tabel 3.3 Perlengkapan Produksi.....	40
Tabel 3.4 Perlengkapan Editing.....	41
Tabel 3.5 Perangkat Lunak.....	42
Tabel 3.6 Storyboard	47
Tabel 4.1 Perlengkapan Produksi.....	51
Tabel 4.2 Narasi.....	59
Tabel 4.3 Data Hasil Kuesioner	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Long Shot (LS)	15
Gambar 2.2 Full-length shoot (Sumber : Gambar Pribadi)	16
Gambar 2.3 Two Shoot (Sumber : Gambar Pribadi)	16
Gambar 2.4 Group Shoot (Sumber : Gambar Pribadi)	16
Gambar 2.5 Pan (Sumber : gambar pribadi)	17
Gambar 2.6 TILT (Sumber : gambar pribadi)	18
Gambar 2.7 Dolly (Sumber : https://www.emaze.com/Camera-techniques).	18
Gambar 2.8 Pedestal (Sumber : https://www.emaze.com/Camera-techniques)	19
Gambar 2.9 Bird Eye (Sumber : gambar pribadi).....	20
Gambar 2.10 High Angle (Sumber : gambar pribadi)	20
Gambar 2.11 Low Angle (Sumber : gambar pribadi)	21
Gambar 2.12 Eye Level (Sumber : gambar pribadi).....	21
Gambar 2.13 Frog Eye Angle (Sumber : gambar pribadi)	22
Gambar 2.14 Contoh Script	26
Gambar 2.15 Contoh Storyboard	27
Gambar 3.1 Observasi Nicmo Royal Store	30
Gambar 3.2 Observasi Space Store	30
Gambar 3.3 Hasil Shooting	31
Gambar 3.4 Kepustakaan.....	34
Gambar 4.1 Bagan Produksi dan Pasca Produksi	50
Gambar 4.2 Hasil Shooting	55
Gambar 4.3 Proses Editing Title Narasumber	56
Gambar 4.4 Proses Editing Logo Nimco Royal Store.....	57
Gambar 4.5 Cutting pada Video.....	57
Gambar 4.6 Proses Coloring	58
Gambar 4.7 Penambahan Title.....	59
Gambar 4.8 Proses Rendering	60
Gambar 4.9 Scene 1 Papan Jalan Nimco Royal Store	61

Gambar 4.10 Scene 2 Opening Logo Nimco Royal Store	61
Gambar 4.11 Scene 3 Papan Nama Nimco Royal Store	62
Gambar 4.12 Scene 4 Tampilan Dalam Nimco Royal Store	62
Gambar 4.13 Scene 5 Penjelasan Tentang Nimco Royal Store Oleh Admin Nimco Royal Store	62
Gambar 4.14 Scene 6 Tampilan Fasilitas Di Nimco Royal Store	63
Gambar 4.15 Scene 7 Space Store Yang Sedang DiGunakaan.....	63
Gambar 4.16 Scene 8 Pengunjung Yang Sedang Berbelanja	63
Gambar 4.17 Scene 9 Transaksi Antara Pembeli Dan Pengunjung.....	64
Gambar 4.18 Scene 10 Pembeli Yang Selesai Berbelanja	64
Gambar 4.19 Scene 11 Bagian Akhir Video Ditutup Dengan Alamat Dan Kontak Dari Nimco Royal Store Dan Nimco Office....Error! Bookmark not defined.	65
Gambar 4.20 Scene yang dihilangkan.....	65
Gambar 4.21 Scene Yang Dihilangkan	65
Gambar 4.22 Penerapan Video Branding di Youtube....69Error! Bookmark not defined.	69
Gambar 4.23 Penerapan Video Branding di Instagram.69Error! Bookmark not defined.	69

INTISARI

Brand atau *branding* yang berasal dari kata dalam bahasa Inggris yang berarti merk, tanda, symbol. menurut teori (Kotler,2009:332) Merek (*Brand*) merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi atau kelompok penjual untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang dan atau jasa pesaing. Sedangkan "*Video Branding*" adalah proses penguatan citra perusahaan atau suatu pengenalan pada suatu (*Brand*) dalam bentuk visual. Dengan demikian, sebuah merek adalah produk atau jasa penambah dimensi yang dengan cara tertentu mendiferensiasikannya dari produk atau jasa lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Nimco Royal Store sebagai *creative space* membutuhkan media periklanan dalam bentuk video untuk menambah efisiensi pengenalan dipasaran dan tidak membuang-buang waktu, biaya, tenaga dan memfasilitasi konsumen untuk dapat mengetahui manfaat serta kelebihan Nimco Royal Store dibandingkan dengan tempat lain.

Pembuatan video ini sangat diperlukan teknik tersendiri dalam penyajiannya, salah satunya dengan menerapkan teknik *live shooting* untuk memperjelas fasilitas dan keunggulan Nimco Royal Store dibanding dengan tempat lain. Untuk menambah daya tarik video ini digunakan animasi 2d motion graphic. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effect

Penelitian ini bertujuan bagaimana membuat sebuah video iklan dengan menggunakan teknik penggabungan antara *live shooting* dan *motion graphic*. Dengan konsep tersebut maka dibuatlah penelitian ini yang berjudul "PERANCANGAN BRANDING NIMCO ROYAL STORE BERBASIS VIDEO SEBAGAI VISUALISASI DAN PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL".

Kata Kunci : Video Branding, publikasi, live shoot dan motion graphic Abstract

ABSTRACT

Brand or branding that comes from an English word that means brand, sign, symbol. according to the theory (Kotler, 2009: 332) Brand (Brand) is a name, term, sign, symbol, design, or a combination of these, intended to identify or a group of sellers to differentiate (differentiate) from competing goods and or services. While "Video Branding" is the process of strengthening a company's image or an introduction to a (Brand) in visual form. As such, a brand is a dimension enhancing product or service that in a certain way differentiates it from other products or services that are designed to satisfy the same needs. Nimco Royal Store as a creative space requires advertising media in the form of video to increase the efficiency of market recognition and not to waste time, cost, energy and facilitate consumers to be able to know the benefits and advantages of the Nimco Royal Store compared to other places.

Making this video is very necessary in its own technique in its presentation, one of which is by applying live shooting techniques to clarify the facilities and advantages of the Nimco Royal Store compared to other places. to add to the appeal of this video 2d motion graphic animation is used. The software used is Adobe Premiere Pro and Adobe After Effect

This research aims to make a video advertisement by using a combination of live shooting and motion graphic techniques. With this concept, this research was made entitled "NIMCO ROYAL STORE-BASED VIDEO-BASED BRANDING AS A VISUALIZATION AND PUBLICATION IN SOCIAL MEDIA".

Kuci's words: Video Branding, publication, live shoot and motion graphic Abstract