

**PEMBUATAN DAN PERENCANGAN VIDEO IKLAN
BARBER ROOM MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana

Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

MOHAMMAD RAVLI RAHMAT LIEM

18.12.0552

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

**PEMBUATAN DAN PERENCANGAN VIDEO IKLAN
BARBER ROOM MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

MOHAMMAD RAVLI RAHMAT LIEM
18.12.0552

Kepada

FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN DAN PERENCANGAN VIDEO IKLAN
BARBER ROOM MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT**

yang disusun dan diajukan oleh

MOHAMMAD RAVLI RAHMAT LIEM

18.12.0552

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 24 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom.

NIK. 190302391

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN DAN PERENCANGAN VIDEO IKLAN
BARBER ROOM MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT

yang disusun dan diajukan oleh

Mohammad Ravli Rahmat Liem

18.12.0552

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Yoga Pristyanto, S.Kom., M.Eng.
NIK. 190302412

Ika Nur Fajri., S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302268

Ika Asti Astuti., S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302391

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 24 Juli 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. Dr. Kusrini, M.Kom.
NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Mohammad Ravli Rahmat Liem
NIM : 18.12.0552

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Pembuatan Dan Perancangan Video Iklan Barber Room Menggunakan Teknik Live Shoot

Dosen Pembimbing : Ika Asti Astuti, S.Kom., 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, 24 Juli 2025

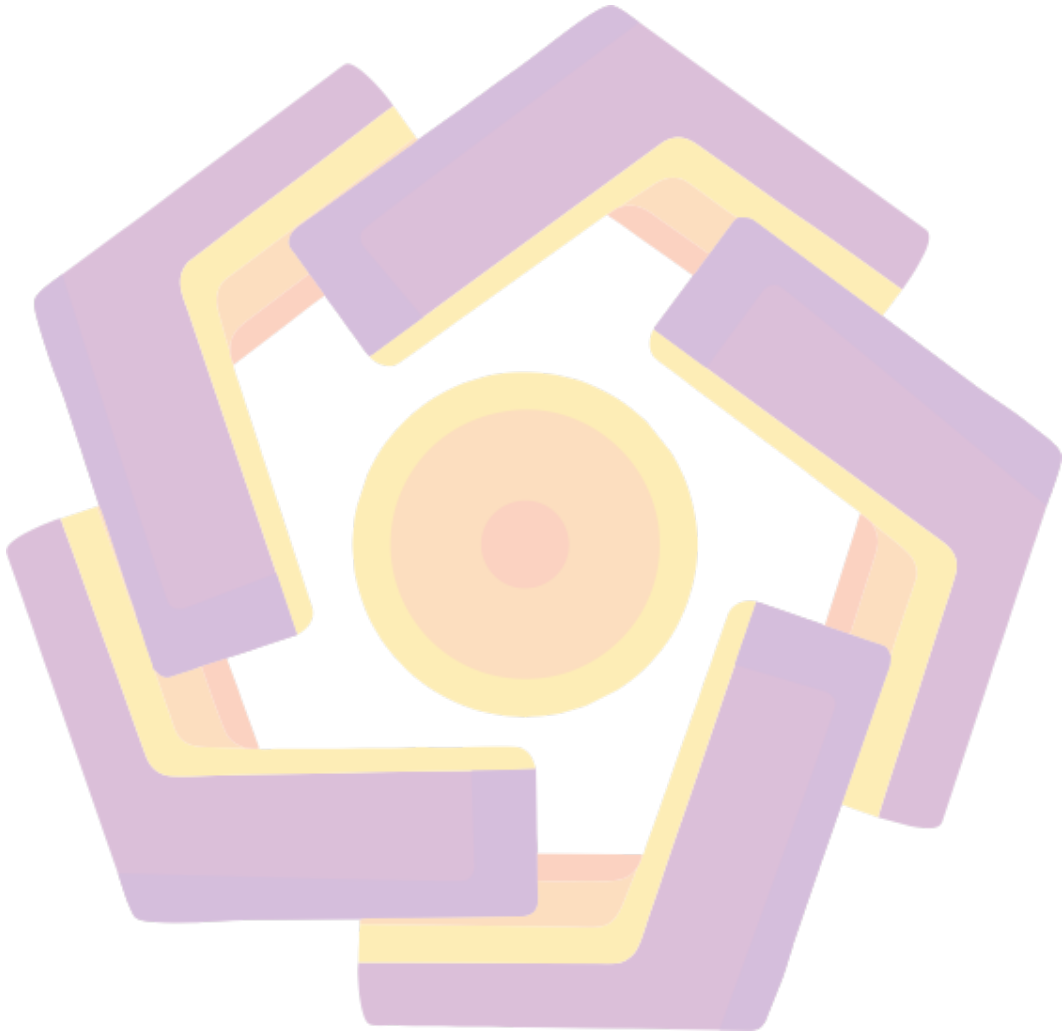
Yang Menyatakan,



Mohammad Ravli Rahmat Liem

MOTTO

“ We're maybe underestimated but I know one day we will make it
Time to say it out loud
We are young and we're proud “



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan target dan mendapatkan hasil yang terbaik. Dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan penulis, dalam meraih cita-cita.

Skripsi yang sederhana ini, penulis persembahkan untuk :

1. Terima kasih kepada kedua orang tua saya, yang senantiasa mendo'akan, mendukung, memberi semangat yang tak henti-hentinya, memberi nasehat, menyayangi serta mengasihi dengan penuh rasa cinta, kalau bukan karena mereka mungkin saya tidak akan ada di titik ini.
2. Ibu Ika Asti Astuti S.Kom., M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan pencerahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
3. Teman teman saya Alif, Wilalis, Chabib, Dennys, kaka Ryan selaku teman seperjuangan dan menemani baik senang maupun susah.
4. Sahabat-sahabat dari dalam dan luar kampus yang selalu memberi semangat dan dukungan.
5. Teman-teman Kamisan Reborn dan Delta Force Clan v48 yang selalu memberi masukan ide-ide dan menyemangati.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas limpah, berkah, rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul skripsi yang penulis ajukan adalah **“PEMBUATAN DAN PERENCANGAN VIDEO IKLAN BARBER ROOM MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Strata-I Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Selama mengikuti pendidikan Srtata-I Sistem Informasi sampai dengan proses penyelesaian skripsi, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing peulis untuk itu khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Kusrini, M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Anggit Dwi Hartanto, M.Kom. selaku Kepala Program Studi Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Ika Asti Astuti S.Kom., M.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 2 Juli 2025



Mohammad Ravli Rahmat Liem

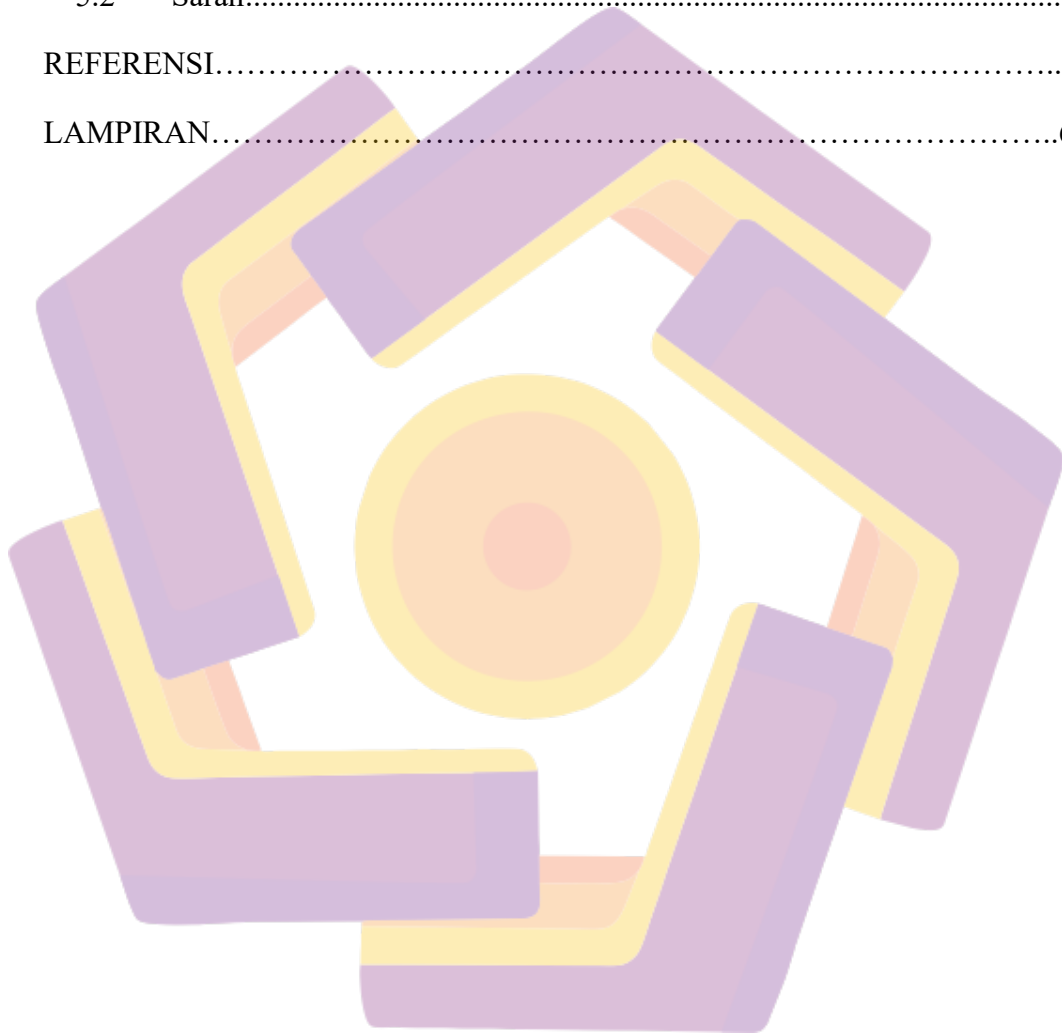
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Studi Literatur	5
2.2 Dasar Teori.....	9

2.2.1	Defenisi Multimedia.....	9
2.2.2	Elemen Multimedia.....	9
2.2.3	Defenisi Video	11
2.2.4	Frame Rate	11
2.2.5	Standar Video.....	12
2.2.6	Standar Video.....	12
2.2.7	Defenisi Periklanan	13
2.2.8	Jenis Tujuan Periklanan	13
2.2.9	Defenisi Live Shot.....	14
2.2.10	Teknik Live Shot.....	14
2.2.11	Type of shot	15
2.2.12	Analisa SWOT	19
2.2.13	Skala likert	21
2.2.14	Tahap Produksi	23
2.2.15	Poduksi.....	23
2.2.16	Pra Produksi	24
2.2.17	Paska Produksi	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Objek Penelitian.....	26
3.2	Alur Penelitian	27
3.2.1	Identifikasi Masalah	28
3.2.2	Pengumpulan Data	28
3.2.3	Analisa Data	28
3.2.4	Pra Produksi	28
3.2.5	Produksi	29

3.2.6	Paska Produksi	29
3.2.7	Pengujian.....	30
3.2.8	Distribusi.....	30
3.3	Alat dan Bahan.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Identifikasi Masalah	32
4.2	Pengumpulan Data	32
4.2.1	Observasi.....	32
4.2.2	Wawancara.....	34
4.3	Analisa Data	34
4.3.1	Analisa SWOT	34
4.3.2	Analisa Kebutuhan.....	37
4.4	Pra Produksi	39
4.4.1	Ide Cerita.....	39
4.4.2	Konsep Video Iklan.....	39
4.4.3	Naskah.....	40
4.4.4	Storyboard.....	41
4.5	Produksi	44
4.6	Paska Produksi	47
4.6.1	Editing.....	47
4.6.2	Rendering	53
4.7	Pengujian.....	54
4.7.1	Kusioner	54
4.6.3	Perhitungan Skala Likert.....	58
4.8	Distribusi	60

4.7.1	Penyerahan Video Ke Pihak Barber Room.....	60
4.7.2	Upload Instagram.....	60
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran.....	64
REFERENSI.....		65
LAMPIRAN.....		68



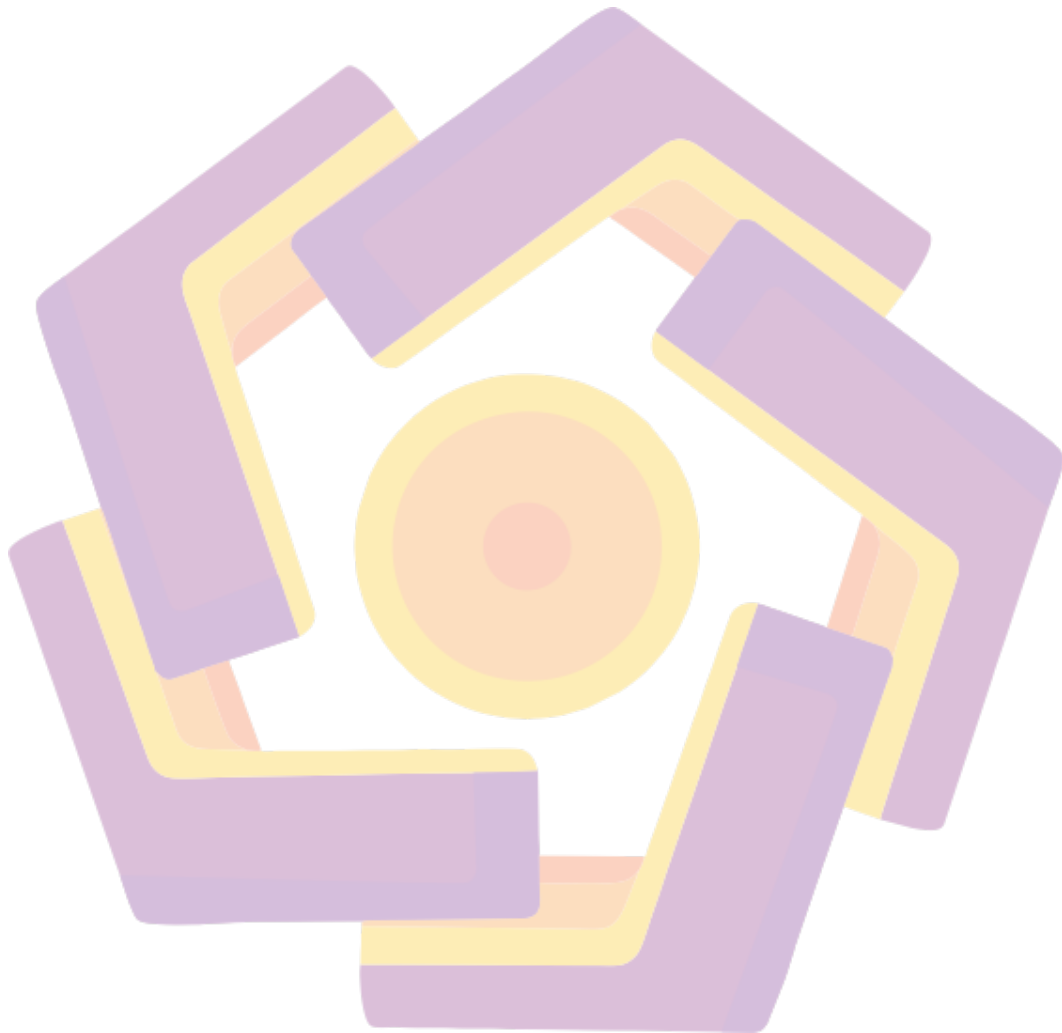
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Tabel	7
Tabel 2. 2 SWOT Matrix	20
Tabel 4. 1 Analisa SWOT	35
Tabel 4. 2 Spesifikasi perangkat keras	38
Tabel 4. 3 Spesifikasi Perangkat Lunak	38
Tabel 4. 4 Kebutuhan Brainware	39
Tabel 4. 5 Rancangan Naskah	40
Tabel 4. 6 Storyboard	41
Tabel 4. 7 Rangkuman hasil Kuisisioner	58
Tabel 4. 8 Bobot Nilai	59
Tabel 4. 9 Bilai Interval	59

DAFTAR GAMBAR

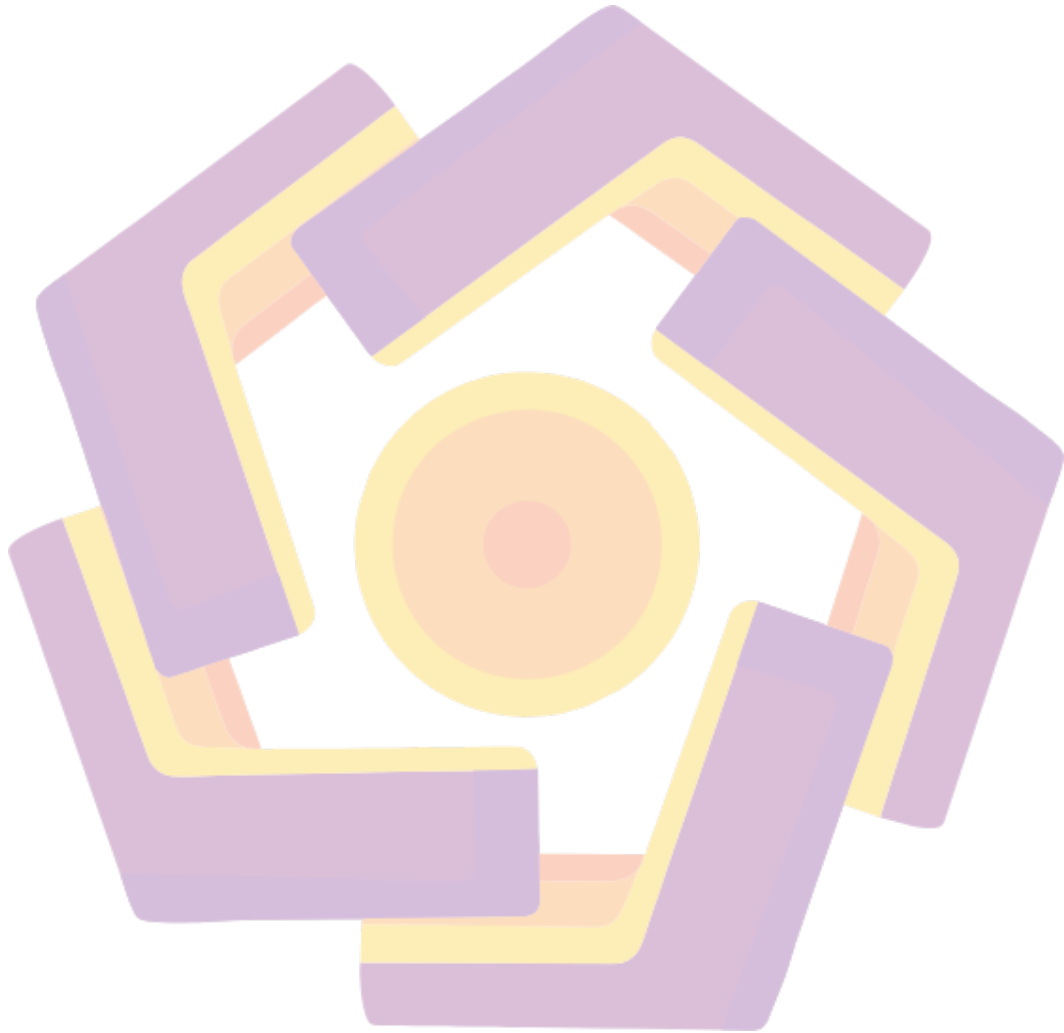
Gambar 2. 1 Elemen Multimedia	10
Gambar 2. 2 Extreme Long Shot.....	16
Gambar 2. 3 Medium Long Shot.....	16
Gambar 2. 4 Medium Shot.....	17
Gambar 2. 5 Close Up.....	17
Gambar 2. 6 Big Close Up	18
Gambar 2. 7Extreme Close Up	19
Gambar 2. 8 Presentase Panilaian Likert	22
Gambar 3. 2 Logo Barber Room.....	26
Gambar 3. 3 Alur Penelitian.....	27
Gambar 4. 1 Spanduk Baber Room.....	33
Gambar 4. 2 Instagram Barber Room	33
Gambar 4. 4 Pengambilan Gambar	45
Gambar 4. 6 Perekaman Narasi.....	46
Gambar 4. 5 Penyesuaian Suara.....	46
Gambar 4. 7 Hasil Pengambilan video dan audio	47
Gambar 4. 8 New Sequences	48
Gambar 4. 9 Import File.....	48
Gambar 4. 10 Cutting Video.....	49
Gambar 4. 11 Import BGM.....	49
Gambar 4. 12 Pengabungan Scene.....	50
Gambar 4. 13 Color Garading.....	51
Gambar 4. 14 Gaussian Blur	51
Gambar 4. 15 Pemberian Transisi.....	52
Gambar 4. 16 Sub Titlel	53
Gambar 4. 17 Rendering	53
Gambar 4. 18 Hasil Uji Kuisisioner Pertanyaan 1	54
Gambar 4. 19 Hasil Uji Kuisisioner Pertanyaan 2.....	55
Gambar 4. 20 hasil Uji Kuisisioner Pertanyaan 3.....	56

Gambar 4. 21 Hasil Uji Kuisisioner Pertanyaan 4.....	57
Gambar 4. 22 Penyerahan video	60
Gambar 4. 23 Postingan Instagram	61
Gambar 4. 24 Insight 1	62
Gambar 4. 25 Insight 2.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan izin Penelitian	68
Lampiran 2 Wawancara	69
Lampiran 3 Surat Keterangan Terima Hasil Penelitian	70



INTISARI

Barber Room merupakan jasa dalam memangkas rambut pria mulai dari usia anak – anak sampai lansia. Dalam persaingan bisnis yang semakin meningkat ini pemilik dari Barber Room memiliki permasalahan dalam mengiklankan Barber Room ke sosial media yaitu Intagram, permasalahan ini meliputi ide, konsep dan pengambilan visual yang dapat menjual ke sosial media. Sehingga penelitian merancang dan membuat video iklan sebagai media promosi untuk Barberr Room menggunakan Teknik live shot.

Metode penelitian yang digunakan meliputi 3 tahapan penting dimana pada tahap pertama yaitu pra produksi, tahap ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi melalui Observasi dan wawancara dengan pemilik Barber Room setelah mendapatkan semua informasi yang didapat peneliti mulai merancangan ide, konsep, naskah serta sroryboard untuk dilanjutkan ke tahap produksi, tahap produksi peneliti mulai dari pengambilan gambar secara langsung ke Barber Room yang sesuai dengan storyboard dan merekam dialog sesuai dengan naskah. Setelah melakukan tahap produksi melanjutkan ke tahap paska produksi dengan menggabungkan semua hasil pengambilan gambar serta dialog menjadi satu kesatuan menggunakan software Adobe Premiere 2023 dan Adobe Audition 2022 sehingga menciptakan sebuah video iklan yang menarik untuk dipostingkan ke sosial media yaitu Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah video iklan berbasis live shoot yang di harapkan dapat mampu mempromosikan atau mengiklankan Barber Room9 secara efektif. Video tersebut diharapkan dapat menjangkau khalayak umum yang lebih luas agar dapat mempromosikan Barber Room lebih luas serta lebih baik dan di harapkan agar dapat menarik minat konsumen. Penelitian ini juga bertujuan untuk menunjukkan bahwa penerapan teknik live shoot dapat menjadi strategi yang relevan untuk di terapkan dalam usaha kuliner lokal dalam memperkuat identitas merek mereka.

Kata kunci: Iklan, Barber Room, Live Shot

ABSTRACT

Barber Room is a service-based business specializing in men's haircuts, catering to clients ranging from children to the elderly. In the midst of increasingly fierce business competition, the owner of Barber Room faces difficulties in promoting the business on social media, particularly Instagram. These challenges involve the lack of creative ideas, conceptual direction, and visually appealing content that can effectively engage audiences on digital platforms. Therefore, this study aims to design and produce a promotional video for Barber Room using the live shoot technique.

The research adopts a qualitative approach and consists of three main stages: pre-production, production, and post-production. In the pre-production phase, data was collected through observation and interviews with the business owner. The gathered information was then used to develop ideas, concepts, a script, and a storyboard. The production phase involved the direct filming of Barber Room scenes in accordance with the storyboard, including dialogue recording. In the post-production phase, all video and audio materials were edited and compiled using Adobe Premiere Pro 2023 and Adobe Audition 2022, resulting in a cohesive and visually appealing promotional video ready for publication on Instagram.

The objective of this research is to create a live shoot-based promotional video that can serve as an effective marketing tool for Barber Room. It is expected that the video will reach a wider audience and enhance the brand's visibility and customer engagement. Furthermore, this study demonstrates that the application of live shoot techniques can be a relevant and strategic approach for local businesses seeking to strengthen their brand identity in the digital era.

Keyword: Advertising, Barber Room, Live Shot