

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA
BURJO ONE STAR 99 MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT**

SKRIPSI

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



disusun oleh
ALIF KURNIA
18.12.0762

Kepada

FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA
BURJO ONE STAR 99 MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT**

SKRIPSI

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



disusun oleh

ALIF KURNIA

18.12.0762

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BURJO
ONE STAR 99 MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT

yang disusun dan diajukan oleh

Alif Kurnia

18.12.0762

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 25 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



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

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BURJO ONE STAR 99 MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT

yang disusun dan diajukan oleh

Alif Kurnia

18.12.0762

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Anggit Dwi Hartanto, S.Kom., M.Kom
NIK. 190302163

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

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

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 25 Juni 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Alif Kurnia
NIM : 18.12.0762

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**Perancangan Dan Pembuatan Video Iklan Pada Burjo One Star 99
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, 25 Juni 2025

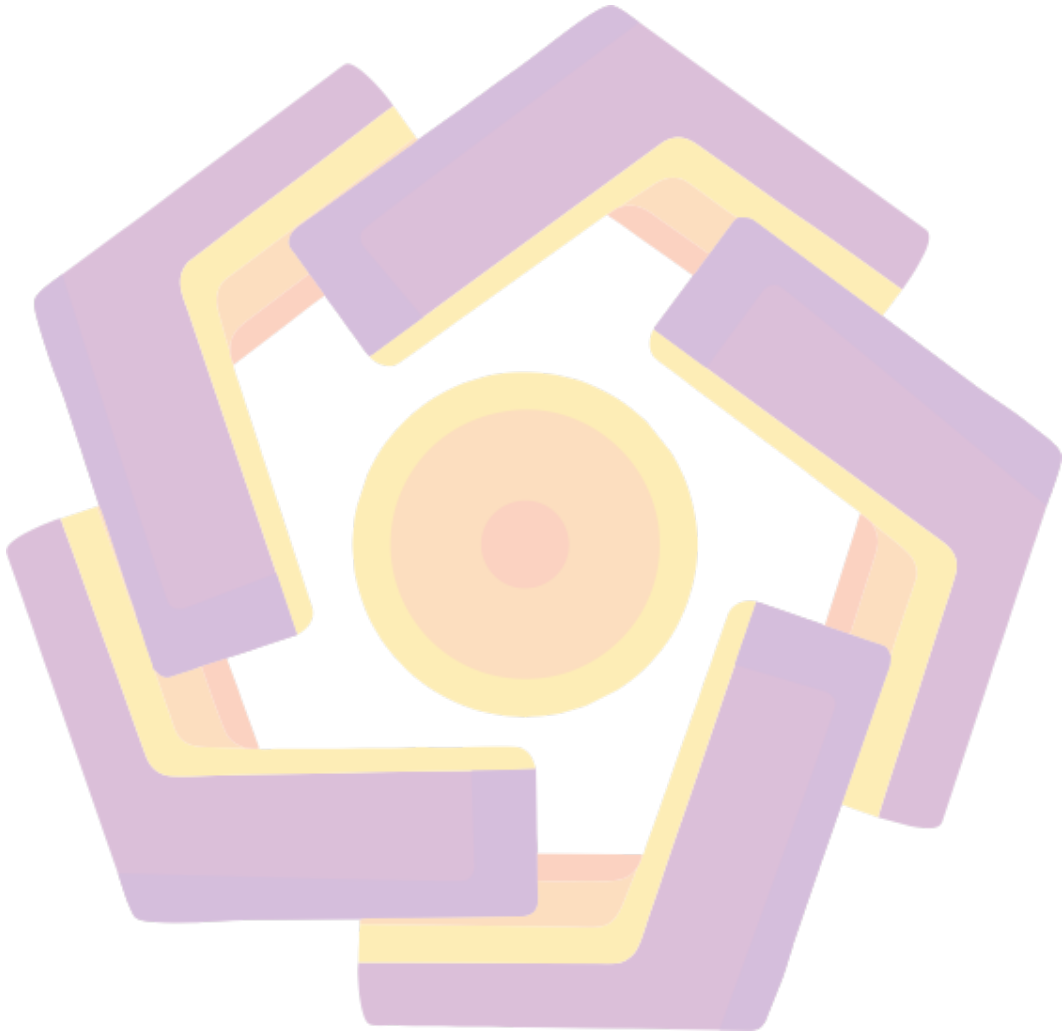
Yang Menyatakan,



Alif Kurnia

MOTTO

“Dream as if you will live forever
And live as if you'll die today.”



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 Ravli, Wilalis, Ghoffar, Denis, Bayu, Bang haikal 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 S1-SI-04 yang selalu memberi masukan ide-ide dan menyemangati.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran 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 **“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BURJO ONE STAR 99 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 Strata-I Sistem Informasi sampai dengan proses penyelesaian skripsi, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing penulis untuk itu khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu 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, 15 Juni 2025

Alif Kurnia

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.....	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 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.....	12
2.2.1. Definisi Multimedia	12
2.2.2. Elemen Multimedia.....	12
2.2.3. Definisi Video	13
2.2.4. Frame Rate	14

2.2.5. Resolusi dan Frame	14
2.2.6. Standar Video.....	15
2.2.7. Definisi Periklanan.....	15
2.2.8. Jenis Tujuan Periklanan	15
2.2.9. Definisi Live Shoot	16
2.2.10. Teknik Live Shoot.....	16
2.2.11. Type of Shoot.....	19
2.2.12. Analisis SWOT	21
2.2.13. Skala Likert	22
2.2.14. Tahap Produksi.....	24
2.2.15. Produksi.....	24
2.2.16. Pra-Produksi.....	25
2.2.17. Pasca Produksi	25
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Objek penelitian.....	27
3.2 Alur Penelitian	28
3.3 Alat & Bahan	30
BAB IV	32
4.1 Identifikasi Masalah.....	32
4.2 Pengumpulan Data.....	32
4.2.1 Observasi.....	32
4.2.2 Wawancara.....	33
4.2.3 Dokumentasi	34
4.3 Analisis Data	35
4.3.1 Analisis SWOT	35
4.3.2 Analisis kebutuhan.....	37

4.4 Perancangan	38
4.4.1 Ide	38
4.4.2 Konsep	38
4.4.3 Naskah	39
4.4.4 Storyboard	40
4.5 Pembuatan	44
4.5.1 Produksi	44
4.5.2 Pasca produksi	46
4.6 Pengujian	53
4.7 Distribusi	56
BAB V	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
REFERENSI	63
LAMPIRAN	66

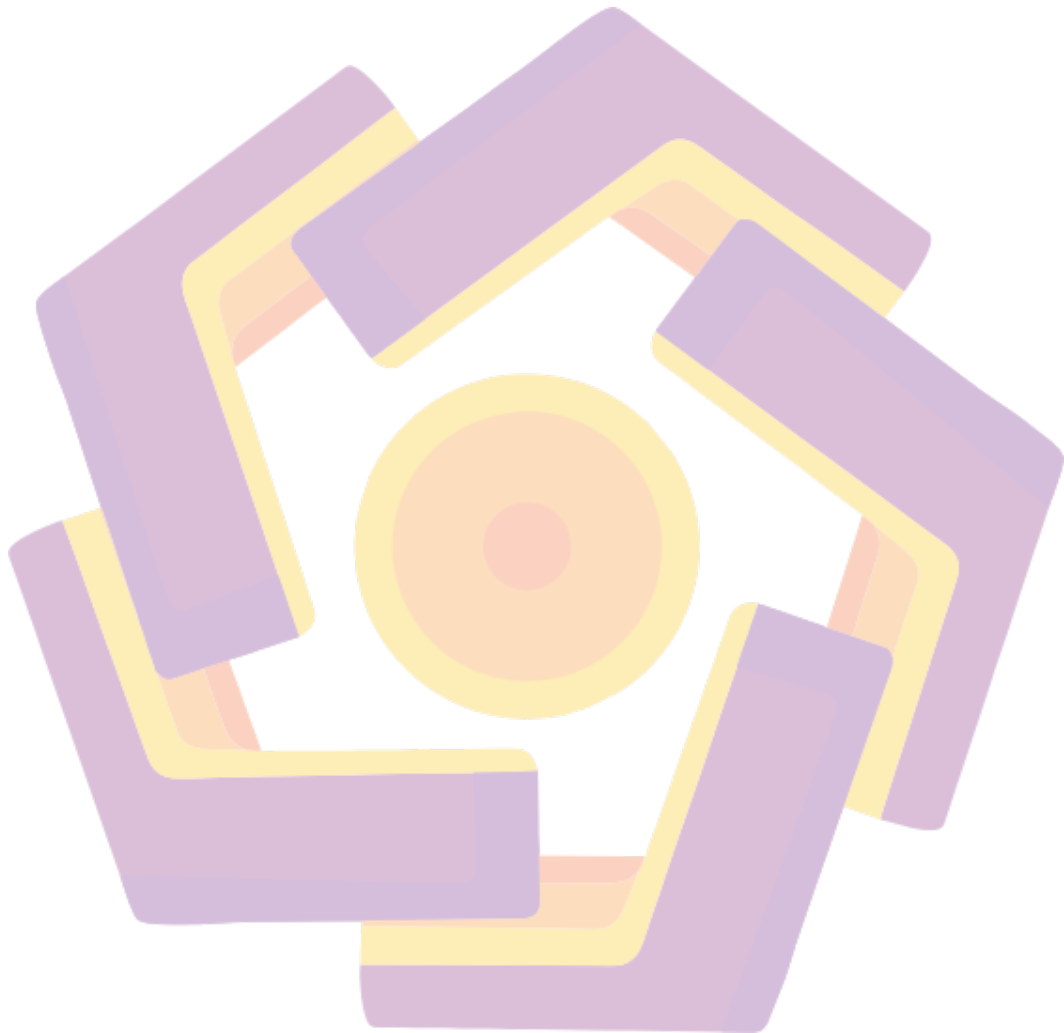
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Keaslian Penelitian	7
Tabel 2. 2 SWOT Matrix	22
Tabel 4. 1 Analisis SWOT	36
Tabel 4. 2 Spesifikasi perangkat keras.....	37
Tabel 4. 3 Spesifikasi perangkat lunak	37
Tabel 4. 4 Kebutuhan brainware	38
Tabel 4. 5 Rancangan naskah.....	39
Tabel 4. 6 Storyboard.....	40
Tabel 4. 7 Kuesioner	53
Tabel 4. 8 Bobot Nilai.....	53
Tabel 4. 9 Nilai interval	54
Tabel 4. 10 Bobot nilai kuesioner	55

DAFTAR GAMBAR

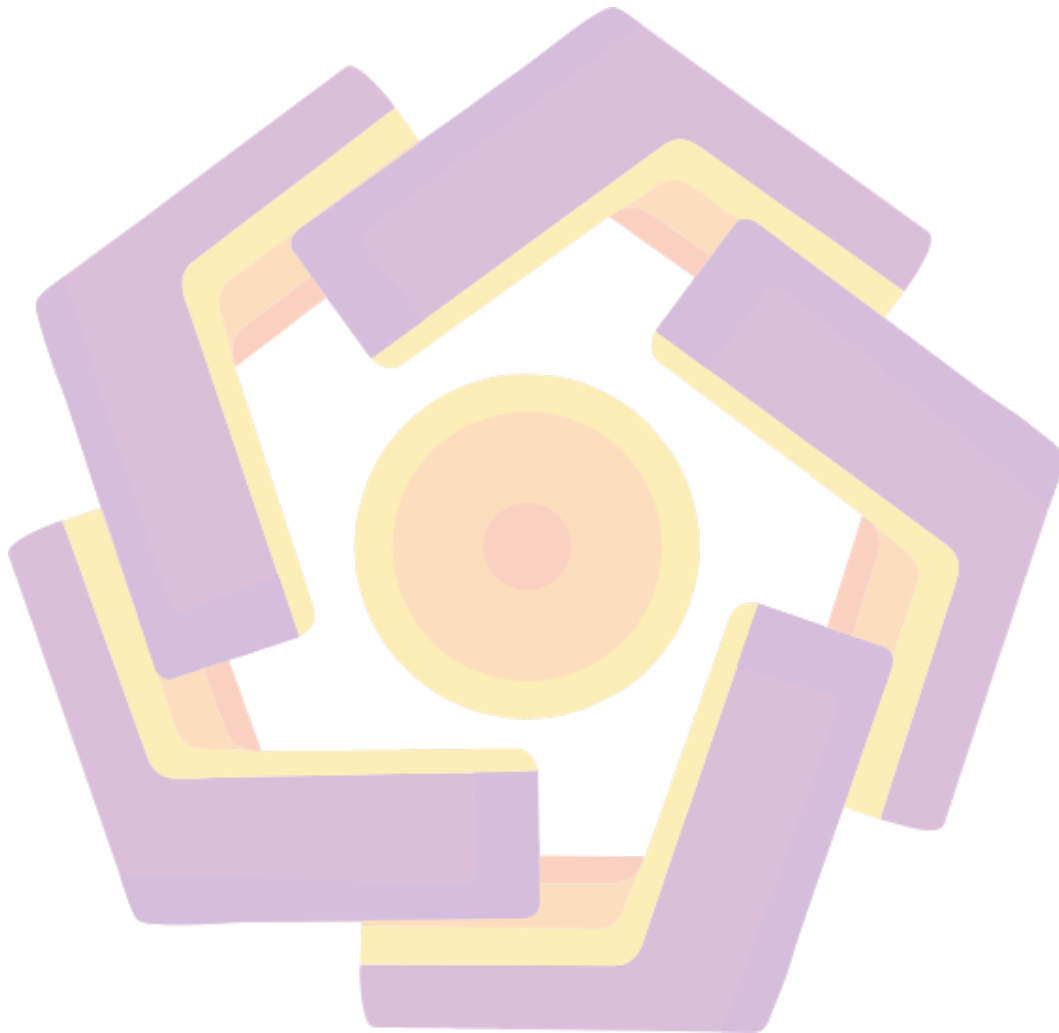
Gambar 2. 1 Elemen Multimedia.....	13
Gambar 2. 2 Long shot.....	17
Gambar 2. 3 Medium close up.....	17
Gambar 2. 4 Close Up.....	17
Gambar 2. 5 Medium Shot.....	18
Gambar 2. 6 Panning Shot.....	18
Gambar 2. 7 Tilt Shot.....	18
Gambar 2. 8 E.L.S.....	19
Gambar 2. 9 M.L.S.....	19
Gambar 2. 10 M.S.....	20
Gambar 2. 11 Close Up.....	20
Gambar 2. 12 Big Close up.....	20
Gambar 2. 13 E.C.U.....	21
Gambar 2. 14 Presentase Penilaian Likert.....	23
Gambar 3. 1 Logo Burjo One Star 99.....	27
Gambar 3. 2 Alur penelitian.....	28
Gambar 4. 1 Media sosial burjo one star 99.....	33
Gambar 4. 2 Dokumentasi Wawancara.....	35
Gambar 4. 3 Dokumentasi Observasi.....	35
Gambar 4. 4 Pengambilan footage.....	45
Gambar 4. 5 Hasil Pengambilan Footage.....	45
Gambar 4. 6 New Sequence.....	46
Gambar 4. 7 Import.....	47
Gambar 4. 8 Cutting.....	47
Gambar 4. 9 Import Backsound.....	48
Gambar 4. 10 Pengabungan scane.....	49
Gambar 4. 11 Color Grading.....	50
Gambar 4. 12 Text.....	51
Gambar 4. 13 Cinematic bar.....	52

Gambar 4. 14 Rendering	52
Gambar 4. 15 Penyerahan video kepada pemilik Burjo One Star 99	56
Gambar 4. 16 Media Placement	58
Gambar 4. 17 Insight Iklan	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Profil obyek Penelitian	66
Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian.....	67
Lampiran 3.Wawancara	68



INTISARI

Burjo One Star 99 merupakan salah satu usaha kuliner yang menawarkan berbagai menu makanan dan minuman dengan harga terjangkau. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, strategi promosi menjadi salah satu elemen yang penting untuk meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membuat sebuah video iklan sebagai media promosi untuk Burjo One Star 99 menggunakan teknik live shoot.

Metode penelitian yang akan digunakan meliputi tahapan perencanaan, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap perencanaan, dilakukan analisis kebutuhan berdasarkan identitas bisnis Burjo One Star 99, target audiens, serta pesan yang ingin disampaikan melalui iklan, semua data tersebut didapatkan melalui proses wawancara dengan pemilik burjo one star 99. Tahap produksi dilakukan dengan pengambilan gambar secara langsung (live shoot) di burjo one star 99 untuk menampilkan suasana asli secara langsung dari Burjo One Star 99. Adapun Tahap pasca-produksi merupakan sebuah proses dalam melakukan pengeditan video menggunakan perangkat lunak berupa adobe premiere pro dan adobe after effects untuk menciptakan sebuah video iklan yang akan menarik secara visual serta informatif.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah video iklan berbasis live shoot yang di harapkan dapat mampu mempromosikan atau mengiklankan Burjo One Star 99 secara efektif. Video tersebut diharapkan dapat menjangkau khalayak umum yang lebih luas agar dapat mempromosikan burjo one star 99 lebih luas serta lebih baik dan di harapkan agar dapat menarik minat konsumen. Penelitian ini juga bertujuan untuk menunjukan bahwa penerapan teknik live shoot dapat menjadi strategi yang relevan untuk di terapkan dalam usaha kuliner lokal dalam memperkuat identitas merek mereka.

Kata kunci: video iklan, live shoot, Burjo One Star 99, promosi, usaha kuliner.

ABSTRACT

A Burjo One Star 99 is a culinary business that offers a variety of food and beverage menus at affordable prices. In the face of increasing business competition, promotional strategy is one of the important elements to increase competitiveness and expand market reach. This research aims to design and create an advertising video as a promotional media for Burjo One Star 99 using live shoot technique.

The research method used includes planning, production, and post-production stages. In the planning stage, a needs analysis is carried out based on the business identity of Burjo One Star 99, the target audience, and the message to be conveyed through advertising, all of these data are obtained through an interview process with the owner of Burjo One Star 99. The production stage is carried out by taking live shots at Burjo One Star 99 to display the original atmosphere directly from Burjo One Star 99. The post-production stage is a process of editing videos using software in the form of adobe premiere pro and adobe after effects to create an advertising video that will be visually appealing and informative.

This research aims to design a live shoot-based advertising video that is expected to be able to promote or advertise Burjo One Star 99 effectively. The video is expected to reach a wider public audience in order to promote Burjo One Star 99 more widely and better and is expected to attract consumer interest. This research also aims to show that the application of live shoot techniques can be a relevant strategy to be applied in local culinary businesses in strengthening their brand identity.

Kata kunci: advertising videos, live shoots, Burjo One Star 99, promotions, culinary businesses.