

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA RUANG BERSAMA MOVIEBOX
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Fahmi Ilmawan Sulaiman

16.11.0268

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

2020

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA RUANG BERSAMA MOVIEBOX
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana pada Program Studi
Informatika



disusun oleh

Fahmi Ilmawan Sulaiman

16.11.0268

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

2020

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA RUANG BERSAMA MOVIEBOX YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fahmi Ilmawan Sulaiman

16.11.0268

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 26 November 2019

Dosen Pembimbing,

Mei P Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA RUANG BERSAMA MOVIEBOX YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fahmi Ilmawan Sulaiman

16.11.0268

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Maret 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ahlili Masruro M.Kom
NIK. 190302148

Lukman M.Kom
NIK. 190302151

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, 18 April 2020



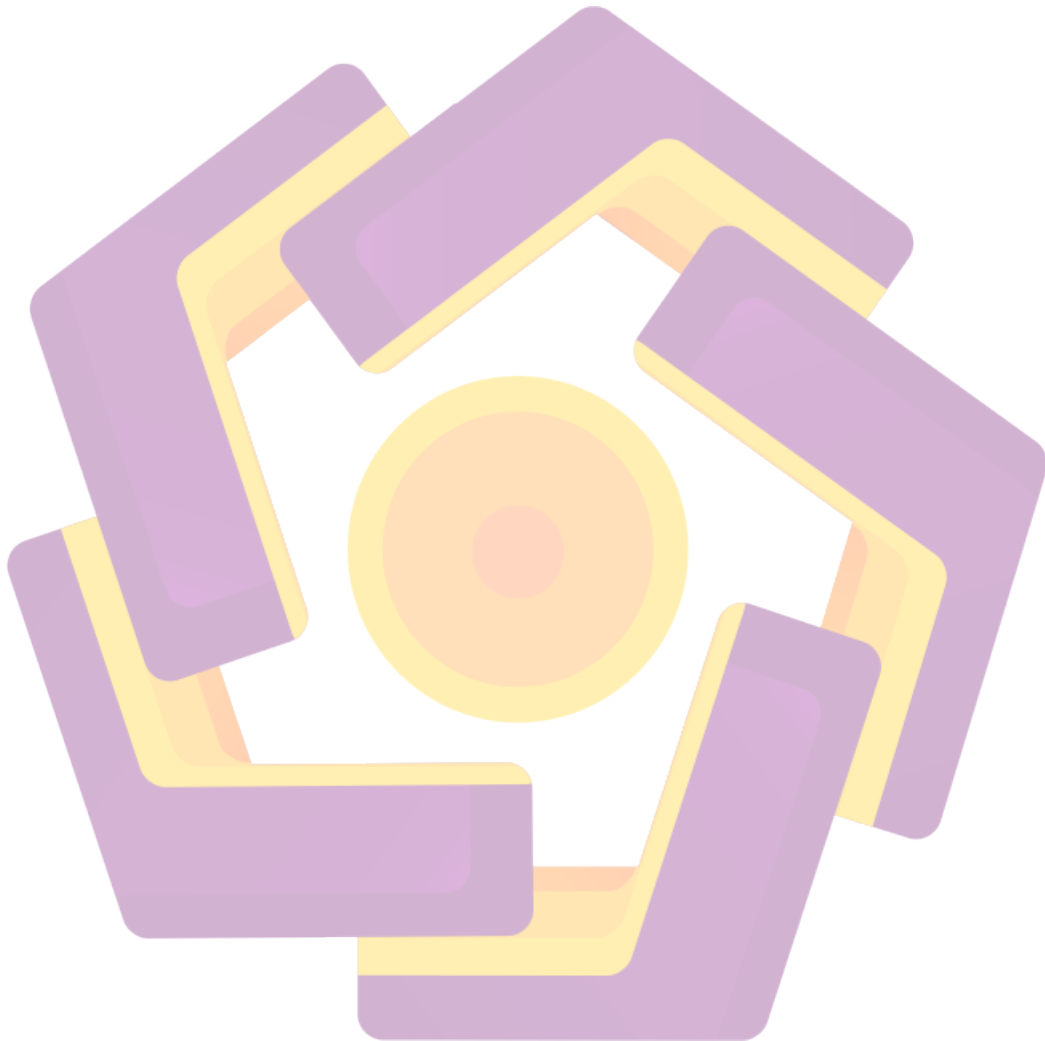
Fahmi Ilmawan Sulaiman

NIM. 16.11.0268

MOTTO

“Hasil masalah belakangan, yang penting ada kemauan”

–Papa–



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil Alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, kesehatan, kemudahan, serta kemampuan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada halaman persembahan ini, saya ingin berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Papa dan Mama yang selalu menjaga saya dalam doa-doa serta memberikan saya kebebasan untuk mengejar impian saya untuk melanjutkan studi di luar Jayapura. Walaupun saya anak terakhir tapi saya dipercaya oleh kalian untuk hidup mandiri. Terimakasih sebesar-besarnya atas kepercayaan yang telah diberikan.
2. Kak Iskandar dan Kak Ria, yang tak pernah berhenti memberikan dukungan dan motivasi dari awal saya menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta. Tanpa inspirasi, dorongan dan dukungan yang telah kalian berikan, saya mungkin bukan apa-apa saat ini.
3. Kak Aulia, walaupun kakak menyebalkan tapi tetap menjadi idola. Semoga mama tidak membanding-bandingkan kita lagi. Terimakasih untuk segala dukungannya selama ini semoga saya bisa menjadi versi terbaik dari diri saya.
4. Bapak Mei P Kurniawan M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sangat sabar dan selalu meluangkan waktunya untuk saya, terimakasih telah memberikan saya kemudahan, saya belajar banyak dari bapak. Serta bapak ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat.
5. Yuli Elfandari yang tak pernah lelah untuk memberikan semangat dan bantuannya saat pembuatan skripsi ini.
6. Teman-teman Pengurus UKM Amikom English Club yang telah memberikan banyak pengalaman yang sangat bermanfaat dan berkesan selama masa perkuliahan.
7. Pihak Ruang Bersama Moviebox yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian di Ruang Bersama Moviebox.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-nya kepada setiap hamba-nya dan tak lupa shalawat serta salam kepada junjungan Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam kelulusan pada Fakultas Ilmu Komputer Jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, berbagai pihak telah membantu penulis dalam segala hal. Sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM. sebagai Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M. T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberi dukungan, dan semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan.
5. Seluruh pihak yang telah membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini baik langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
6. Bapak dan Ibu Dosen di Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu pengetahuan untuk penulis selama masa perkuliahan.
7. Pihak Ruang Bersama Moviebox Yogyakarta yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Ruang Bersama Moviebox.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| JUDUL | i |
| PERSETUJUAN | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| MOTTO..... | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| INTISARI..... | xvi |
| <i>ABSTRACT</i> | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 2 |
| 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 2 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 2 |
| 1.6 Metode Penelitian..... | 3 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 5 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 6 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 6 |
| 2.2 Konsep Dasar Iklan | 6 |
| 2.2.2 Sejarah Periklanan..... | 7 |
| 2.2.3 Manajemen Periklanan..... | 8 |
| 2.2.4 Jenis-Jenis Iklan | 8 |
| 2.2.5 Fungsi dan tujuan periklanan | 9 |
| 2.3 Konsep Dasar Iklan | 9 |

| | | |
|-------|---------------------------------|----|
| 2.3.1 | Frame Rate | 9 |
| 2.3.2 | Resolusi dan Frame Size | 9 |
| 2.3.3 | Teknik Live Shoot..... | 9 |
| 2.4 | Animasi | 10 |
| 2.4.1 | Jenis Animasi | 10 |
| 2.5 | Efek Transisi..... | 11 |
| 2.5.1 | CUT..... | 11 |
| 2.5.2 | DISSOLVE | 12 |
| 2.5.3 | WIPE | 12 |
| 2.5.4 | FADE | 13 |
| 2.5.5 | GLITCH ART | 13 |
| 2.5.6 | LIGHT LEAKS | 13 |
| 2.5.7 | MOTION GRAPHICS | 13 |
| 2.5.8 | DISTORTION ZOOM | 14 |
| 2.6 | Audio Narasi..... | 14 |
| 2.6.1 | Pra Produksi | 14 |
| 2.6.2 | Produksi..... | 14 |
| 2.6.3 | Pasca Produksi | 15 |
| 2.7 | Teknik Pengambilan Gambar | 16 |
| 2.7.1 | Extreme Close Up | 16 |
| 2.7.2 | Close Up..... | 16 |
| 2.7.3 | Medium Close Up | 17 |
| 2.7.4 | Medium Shoot..... | 17 |
| 2.7.5 | Long Shoot | 18 |
| 2.7.6 | Very Long Shoot | 18 |
| 2.7.7 | Point of View | 19 |
| 2.7.8 | Cut and Cutaway..... | 19 |
| 2.8 | Teknik Gerakan Kamera..... | 19 |
| 2.8.1 | Panning..... | 20 |
| 2.8.2 | Tracking | 20 |
| 2.8.3 | Crane | 20 |

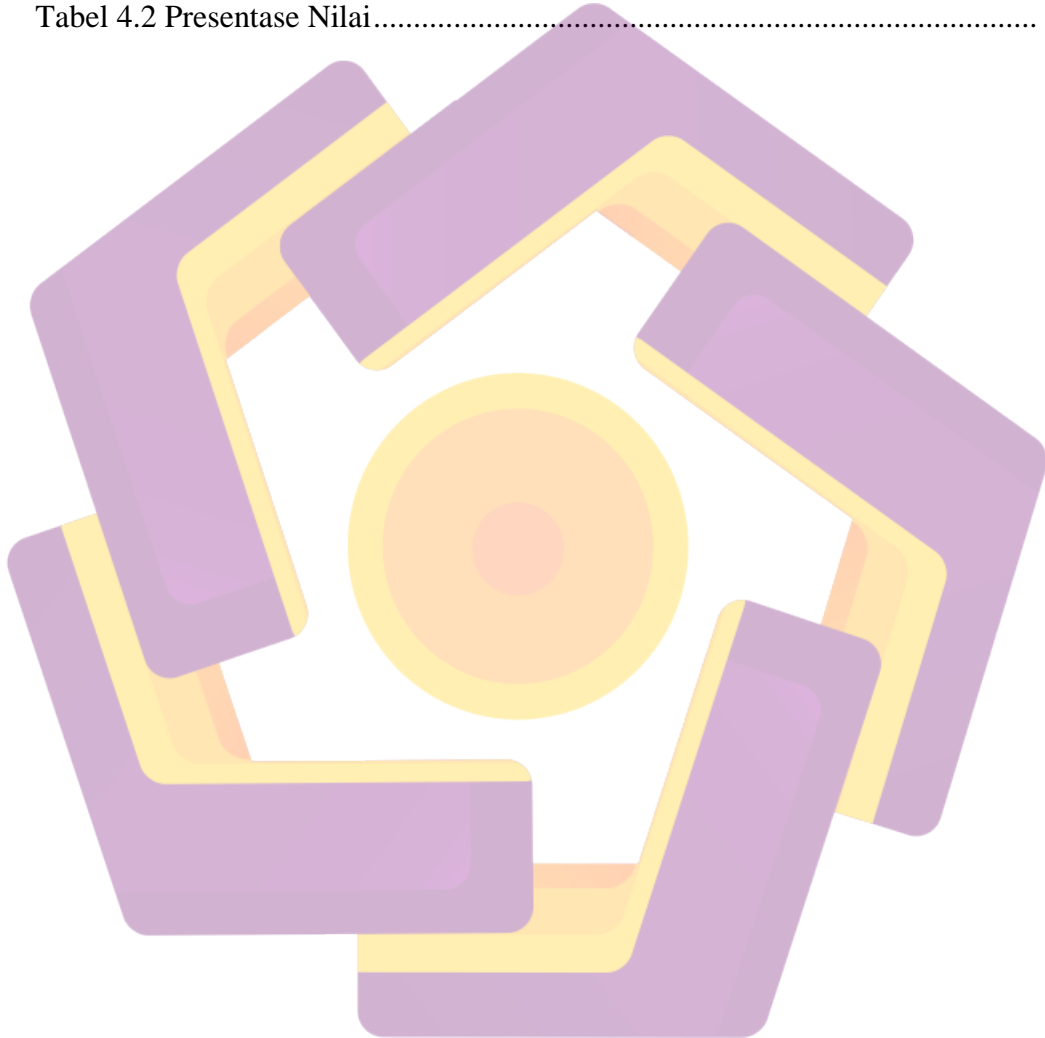
| | | |
|---|--|-----------|
| 2.8.4 | Tilting..... | 21 |
| 2.8.5 | Arching..... | 21 |
| 2.9 | Tahap Produksi..... | 22 |
| 2.9.1 | Pra Produksi | 22 |
| 2.9.2 | Produksi..... | 23 |
| 2.9.3 | Pasca Produksi | 24 |
| BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN | | 26 |
| 3.1 | Ruang Bersama Moviebox | 26 |
| 3.2 | Analisis | 27 |
| 3.2.1 | Definisi Analisis Sistem | 27 |
| 3.2.2 | Analisis SWOT | 27 |
| 3.2.3 | Analisis Kebutuhan Sistem | 28 |
| 3.2.4 | Studi Kelayakan Sistem | 30 |
| 3.3 | Perancangan Iklan | 31 |
| 3.3.1 | Brainstroming Iklan | 31 |
| 3.3.2 | Pengumpulan Ide dan Konsep..... | 31 |
| 3.3.3 | Script dan Naskah | 31 |
| 3.3.4 | Perancangan Storyboard..... | 32 |
| 3.4 | Media Penyampaian Iklan | 37 |
| 3.4.1 | Jangkauan Media..... | 37 |
| BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN | | 39 |
| 4.1 | Implementasi | 39 |
| 4.2 | Produksi..... | 40 |
| 4.2.1 | Pemilihan Lokasi Pengambilan Video | 40 |
| 4.2.2 | Pengambilan Video | 40 |
| 4.2.3 | Teknik Gerakan Gambar | 41 |
| 4.2.4 | Pengaturan Kamera | 41 |
| 4.3 | Pasca Produksi..... | 42 |
| 4.3.1 | Pengolahan Video | 42 |
| 4.3.2 | Hasil Akhir Editing | 51 |
| 4.4 | Evaluasi | 52 |

| | |
|------------------------|----|
| 4.5 Implementasi | 57 |
| BAB V PENUTUP..... | 59 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 59 |
| 5.2 Saran..... | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA | 60 |



DAFTAR TABEL

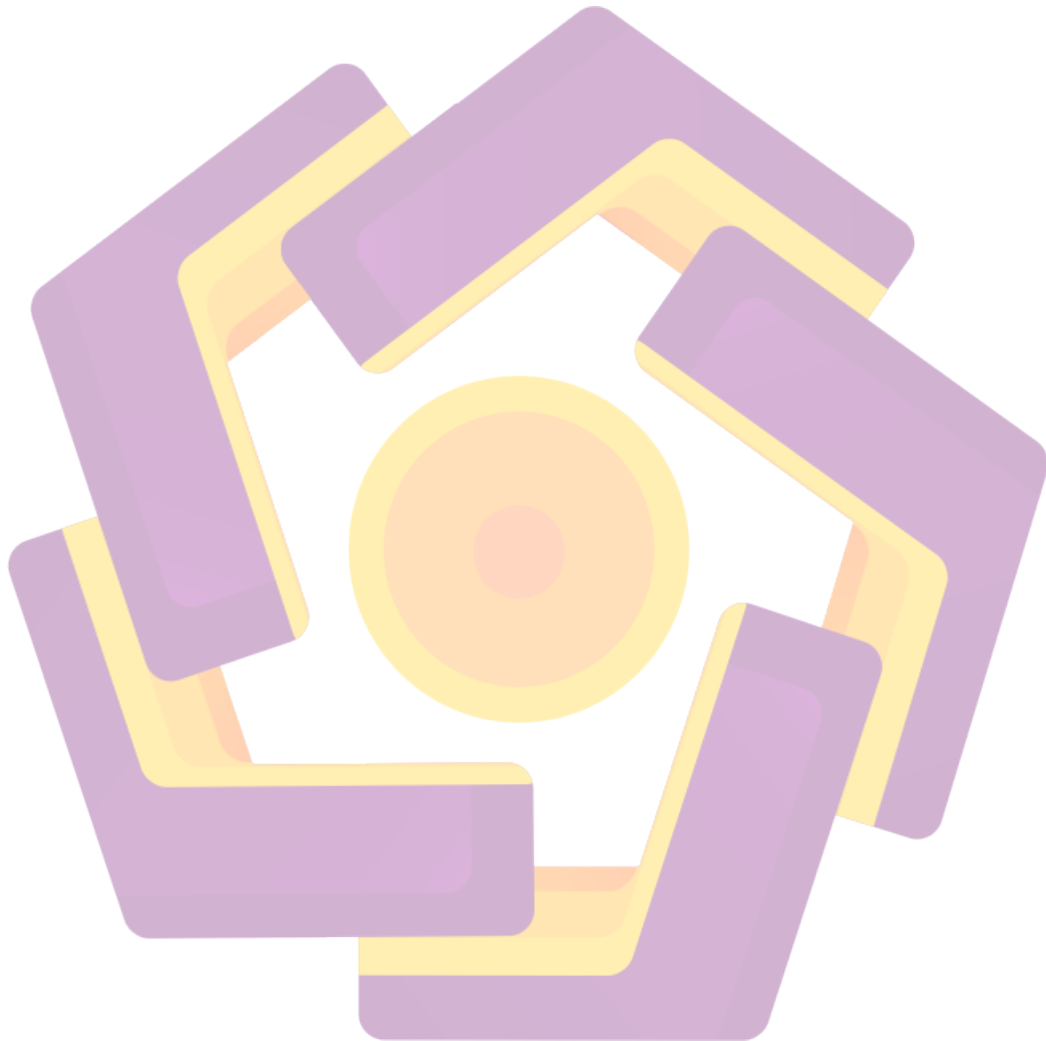
| | |
|---|-----|
| Tabel 3.1 Tabel <i>Script</i> atau Naskah | 311 |
| Tabel 3.2 Tabel <i>Story Board</i> | 322 |
| Tabel 4.1 Lembar Pertanyaan Kuesioner | 522 |
| Tabel 4.2 Presentase Nilai..... | 533 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 2.1 Extreme Close Up | 166 |
| Gambar 2.2 Close Up | 176 |
| Gambar 2.3 Medium Close Up | 177 |
| Gambar 2.4 Medium Shot | 187 |
| Gambar 2.5 Long Shot | 188 |
| Gambar 2.6 Very Long Shot | 198 |
| Gambar 2.7 Panning | 19 |
| Gambar 2.8 Crane | 210 |
| Gambar 2.9 Tilting | 211 |
| Gambar 2.10 Contoh Story Board | 233 |
| Gambar 3.1 Tampilan Akun Instagram Moviebo | 266 |
| Gambar 3.2 Tampilan Adobe Premiere Pro | 29 |
| Gambar 4.1 Alur Proses Pembuatan Iklan | 39 |
| Gambar 4.2 Hasil Pengambilan Video\ | 411 |
| Gambar 4.3 Manajemen File Video | 422 |
| Gambar 4.4 Pengaturan Lembar Kerja Adobe Premiere | 433 |
| Gambar 4.5 Lokasi File Penyimpanan | 444 |
| Gambar 4.6 Tampilan Sequence Preset | 455 |
| Gambar 4.7 Tampilan Main Sequence | 455 |
| Gambar 4.8 Menaruh file sesuai urutan | 466 |
| Gambar 4.9 Memberikan Musik Latar | 477 |
| Gambar 4.10 Memotong Video | 477 |
| Gambar 4.11 Efek Transisi Video | 488 |
| Gambar 4.12 Logo Ruang Bersama Moviebox | 49 |
| Gambar 4.13 Color Grading | 49 |
| Gambar 4.14 Menyisipkan Audio Narasi | 500 |
| Gambar 4.15 Tampilan Pengaturan Ekspor | 511 |
| Gambar 4.16 Hasil Akhir Editing | 522 |
| Gambar 4.17 Tampilan Video Iklan di Youtube | 577 |

Gambar 4.18 Tampilan Video Iklan di Instagram 588



INTISARI

Ruang Bersama Moviebox Yogyakarta merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang hiburan. Tersedia berbagai macam fasilitas seperti Café, Ruang Menonton, Ruang Seminar, Permainan Konsol hingga permainan papan. Ruang Bersama Moviebox masih dikenal hanya sebagai tempat nonton saja dikarenakan media informasi mengenai fasilitas-fasilitas yang disediakan masih terbatas. Padahal jika fasilitas itu dimanfaatkan lebih baik lagi dapat meningkatkan profit perusahaan.

Untuk permasalahan tersebut dibutuhkan sebuah media promosi dengan pembuatan video mengenai berbagai macam fasilitas yang mampu memberikan informasi secara detail mengenai Ruang Bersama Moviebox dengan menampilkan fasilitas-fasilitas yang tersedia. Video merupakan cara terbaik untuk menarik minat pengunjung, karena didalamnya terdapat kombinasi elemen multimedia yang terdiri dari gambar, suara dan teks sebagai informasi agar mudah diterima.

Dengan penggunaan teknik *live shoot* dalam pengambilan video dan digabungkan dengan beberapa spesial efek diharapkan mampu memberikan hasil akhir yang baik dan mampu memberikan informasi secara detail sehingga mampu menarik minat konsumen.

Kata Kunci : Video, Promosi, Iklan, Teknik *Live Shoot*.

ABSTRACT

Ruang Bersama Moviebox Yogyakarta is a business that is engaged in entertainment. There are various facilities such as Café, Home Theatre, Seminar Room, Console games and Gameboards. Ruang Bersama Moviebox is still known only as a place to watch a movie like home theatre because media information about the facilities provided is still limited. However, if the facility is used better it can increase company profits.

For this problem, a promotional media is needed by making videos about various kinds of facilities that are able to provide detailed information about Ruang Bersama Moviebox. Video is the best way to attract visitors' interest, because in it there is a combination of multimedia elements consisting of images, sound and text as information in order to be received.

With the use of live shoot techniques in video capture and combined with some special effects, it is expected to be able to give a good final result and able to provide detailed information so as to attract the interest of visitors.

Keywords: Video, Promotion, Advertisement, Live Shoot.

