

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA DESA WISATA
KAMPUNG FLORY JOGJA**

SKRIPSI



disusun oleh

Gerardus Bagasworo

15.11.8709

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA DESA WISATA
KAMPUNG FLORY JOGJA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Gerardus Bagasworo

15.11.8709

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA DESA WISATA KAMPUNG FLORY JOGJA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gerardus Bagasworo

15.11.8709

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 3 Desember 2021

Dosen Pembimbing,



Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.
NIK. 190302215

PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA DESA WISATA
KAMPUNG FLORY JOGJA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gerardus Bagasworo

15.11.8709

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Barka Satva, M.Kom

NIK. 190302126

Wahid Miftahul Ashari, S.Kom., M.T

NIK. 190302452

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

NIK. 190302215

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 23 Maret 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom.

NIK. 190302096

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 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 2022



Gerardus Bagasworo

NIM. 15.11.8709

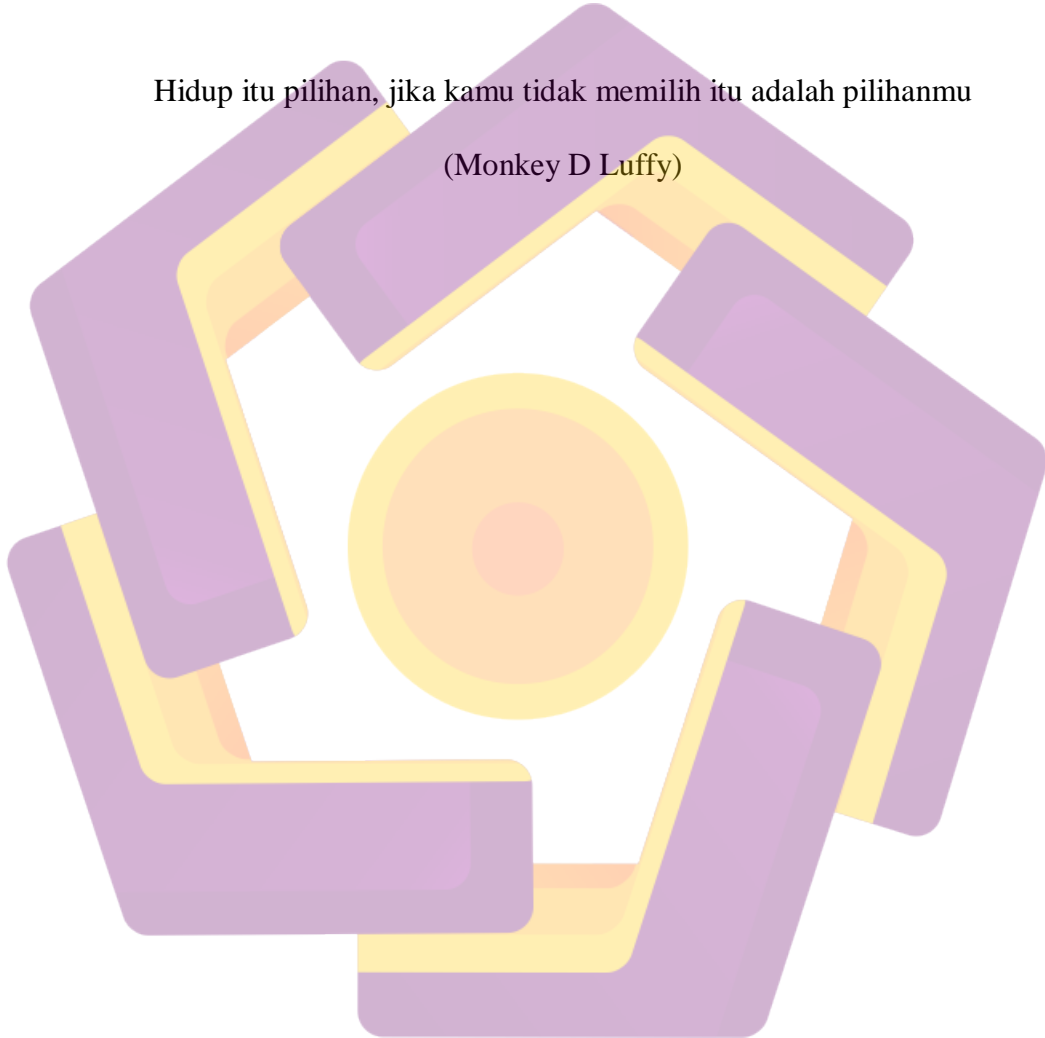
MOTTO

Selesaikan apa yang sudah kamu mulai !

(Mama)

Hidup itu pilihan, jika kamu tidak memilih itu adalah pilihanmu

(Monkey D Luffy)



PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Tuhan YME, yang telah memberikan rahmat dan kesempatannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang Tua saya yang selalu mendoakan saya disetiap doanya. Terimakasih atas segala dukungan dan motivasinya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing, Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom, terimakasih atas arahan dan bimbingannya dalam proses pengerjaan skripsi dari awal pengerjaan hingga selesai skripsi.
3. Teman yang telah membantu dalam membantu mengerjakan skripsi Fuad, Dika, Koprul, Nitta, Abi.
4. Teman-teman kelas 15-S1IF-04, terimakasih atas kebersamaan, pengalaman dan pembelajaran yang dilalui bersama selama ini.
5. Teman-teman yang selalu menemani canda dan tawa dari masa putih abu-abu sampai sekarang Fuad Yudhanto, Laurensius Mahardika, Koprul, Nitta, Abi, Febri Nurcahyo, Bulan Tamara, Bang Brahma
6. Semua orang yang menanyakan kapan wisuda

Terimakasih banyak semuanya

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan YME atas rahmat dan hidayahnya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pembuatan Video Iklan Instagram Pada Desa Wisata Kampung Flory Jogja”**

Skripsi ini dibuat guna sebagai syarat untuk menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program studi Informatika fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta. Saya menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik karena adanya bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak secara moril maupun materiil. Maka pada kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Dosen penguji, segenap dosen dan karyawan Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman.
4. Kedua orang tua dan keluarga atas dukungan berupa doa dan materiil selama perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, karena dukungan dan motivasi kalian skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk penyusunan skripsi ini. Namun penulis juga berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membacanya.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| COVER | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| INTISARI..... | xv |
| ABSTRACT..... | xvi |
| BAB I..... | 1 |
| 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. MANFAAAT PENELITIAN | 2 |
| 1.6. METODE PENELITIAN..... | 3 |
| 1.6.1. Metode Pengumpulan Data | 3 |
| 1.7. METODE ANALISIS | 3 |
| 1.8. METODE PERANCANGAN..... | 4 |
| 1.8.1. Merancang Konsep Iklan | 4 |
| 1.8.2. Merancang Isi Iklan..... | 4 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 1.8.3. | Merancang Naskah Iklan | 4 |
| 1.8.4. | Merancang Storyboard..... | 4 |
| 1.8.5. | Memproduksi Iklan | 4 |
| 1.9. | SISTEMATIKA PENULISAN | 5 |
| BAB II | | 6 |
| LANDASAN TEORI | | 6 |
| 2.1. TINJAUAN PUSTAKA | | 6 |
| 2.2. KONSEP DASAR MULTIMEDIA | | 7 |
| 2.2.1. | Definisi Multimedia | 7 |
| 2.2.2. | Unsur Sistem Multimedia..... | 8 |
| 2.3. VIDEO | | 9 |
| 2.3.1. | Definisi Video | 9 |
| 2.3.2. | Format File Video | 9 |
| 2.4. LIVE SHOOT | | 11 |
| 2.4.1. | Definisi Live Shoot..... | 11 |
| 2.4.2. | Teknik Shot Kamera Berdasarkan Besar dan Sudut..... | 11 |
| 2.4.3. | Teknik Shot Kamera Berdasarkan Ukuran Gambar | 16 |
| 2.4.4. | Unsur-unsur Pergerakan Kamera | 21 |
| 2.5. MOTION GRAPHIC | | 24 |
| 2.5.1. | Definisi Motion Graphic..... | 24 |
| 2.6. KONSEP DASAR IKLAN | | 25 |
| 2.6.1. | Pengertian Iklan | 25 |
| 2.6.2 | Tujuan Iklan..... | 25 |
| 2.7. MEDIA PROMOSI | | 26 |
| 2.7.1. | Definisi Media | 26 |
| 2.7.2. | Definisi Promosi | 27 |
| 2.7.3. | Definisi Media Promosi | 27 |
| 2.7.4. | Tujuan Media Promosi | 27 |
| 2.8. ANALISIS | | 28 |
| 2.8.1. | Analisis Kebutuhan Sistem..... | 28 |

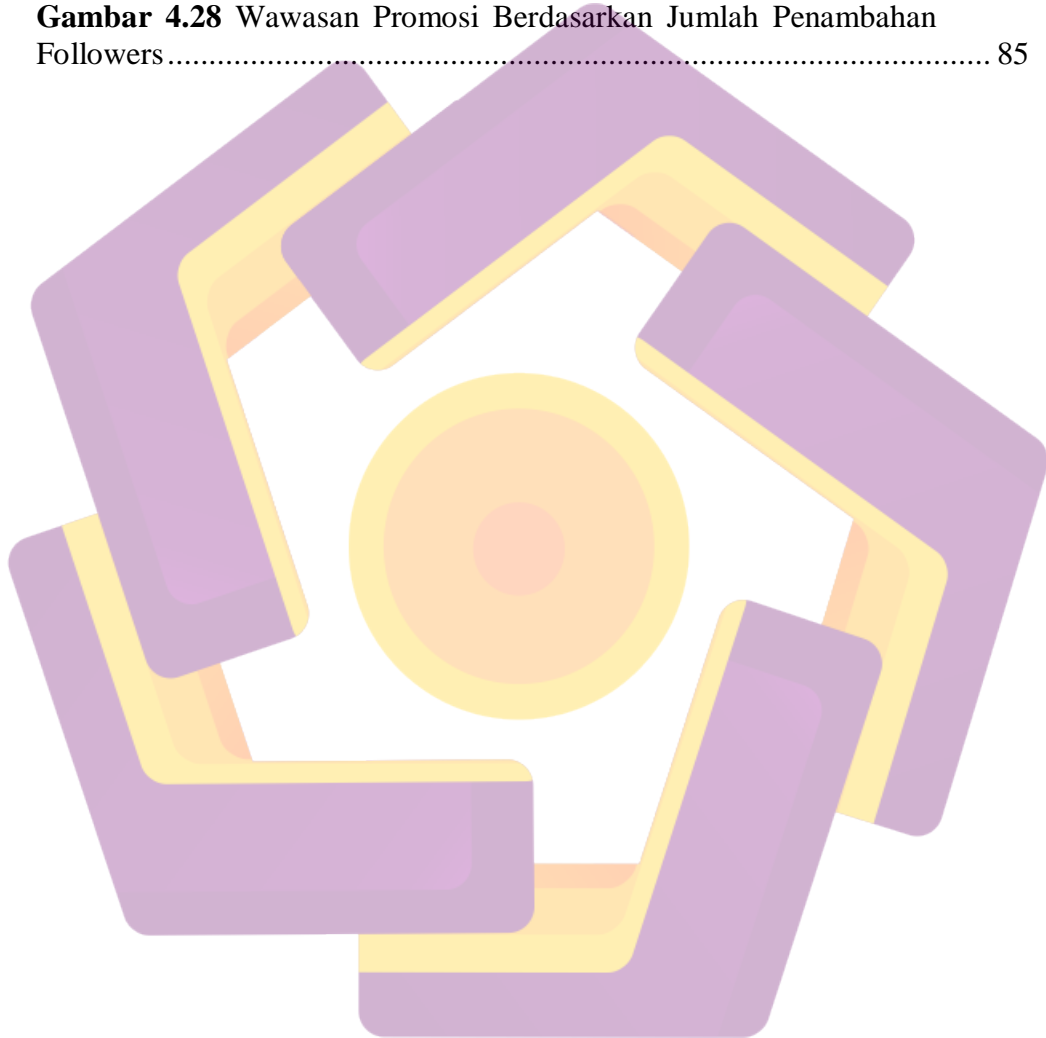
| | |
|---|-----------|
| 2.9. TAHAP MEMPRODUKSI IKLAN..... | 28 |
| 2.9.1. Pra Produksi | 28 |
| 2.9.2. Produksi | 29 |
| 2.9.3. Pasca Produksi..... | 29 |
| 2.10. INSTAGRAM..... | 30 |
| 2.10.1. Spesifikasi Instagram | 30 |
| 2.10.2. Buat Iklan Instagram | 36 |
| 2.11. DATA KUESIONER | 38 |
| 2.11.1. Skala Likert | 38 |
| 2.11.2. Menentukan Interval | 39 |
| 2.11.3. Rumus Presentase..... | 39 |
| 2.12. TEORI RESPONDEN..... | 40 |
| 2.12.1. Menentukan Jumlah Sample | 40 |
| BAB III..... | 42 |
| ANALISIS DAN PERANCANGAN..... | 42 |
| 3.1. GAMBARAN UMUM..... | 42 |
| 3.1.1. Sejarah Kampung Flory | 42 |
| 3.1.2. Logo Kampung Flory | 42 |
| 3.1.3. Lokasi Kampung Flory..... | 43 |
| 3.2. ANALISIS | 44 |
| 3.2.1. Identifikasi Masalah | 44 |
| 3.3. SOLUSI YANG DITERAPKAN | 45 |
| 3.4. SOLUSI YANG DIPILIH..... | 46 |
| 3.5. STUDI KELAYAKAN | 46 |
| 3.5.1. Kelayakan Teknologi | 46 |
| 3.5.2. Kelayakan Operasional | 46 |
| 3.5.3. Kelayakan Ekonomi | 46 |
| 3.5.4. Kelayakan Hukum..... | 47 |
| 3.6. ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM | 47 |
| 3.6.1. Kebutuhan Fungsional | 47 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.6.2. | Kebutuhan Non-Fungsional | 48 |
| 3.7. | TAHAP PRA-PRODUKSI..... | 50 |
| 3.7.1. | Perancangan Konsep Video Iklan | 50 |
| 3.7.2. | Pembuatan Naskah | 50 |
| 3.7.3. | Storyboard | 52 |
| 3.7.4. | Biaya Produksi..... | 56 |
| BAB IV | | 57 |
| IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN | | 57 |
| 4.1. PRODUKSI..... | | 57 |
| 4.1.1. | Penentuan Lokasi | 57 |
| 4.1.2. | Pengambilan Gambar (Shooting)..... | 58 |
| 4.1.3. | Proses Pengambilan Gambar | 61 |
| 4.1.4. | Hasil Pengambilan Gambar Video..... | 61 |
| 4.1.5. | Pembuatan Motion Graphic..... | 63 |
| 4.1.6. | Sound Recording..... | 64 |
| 4.2. PASCA PRODUKSI | | 65 |
| 4.2.1. | Capturing | 65 |
| 4.2.2. | Editing..... | 66 |
| 4.3. TESTING | | 72 |
| 4.3.1. | Kuesioner | 72 |
| 4.3.2. | Hasil Kuesioner..... | 73 |
| 4.3.3. | Implementasi Melalui Sosial Media Instagram | 81 |
| BAB V..... | | 86 |
| PENUTUP | | 86 |
| 5.1. KESIMPULAN..... | | 86 |
| 5.1.1. | Hasil Penelitian | 86 |
| 5.2. SARAN | | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 87 |

DAFTAR GAMBAR

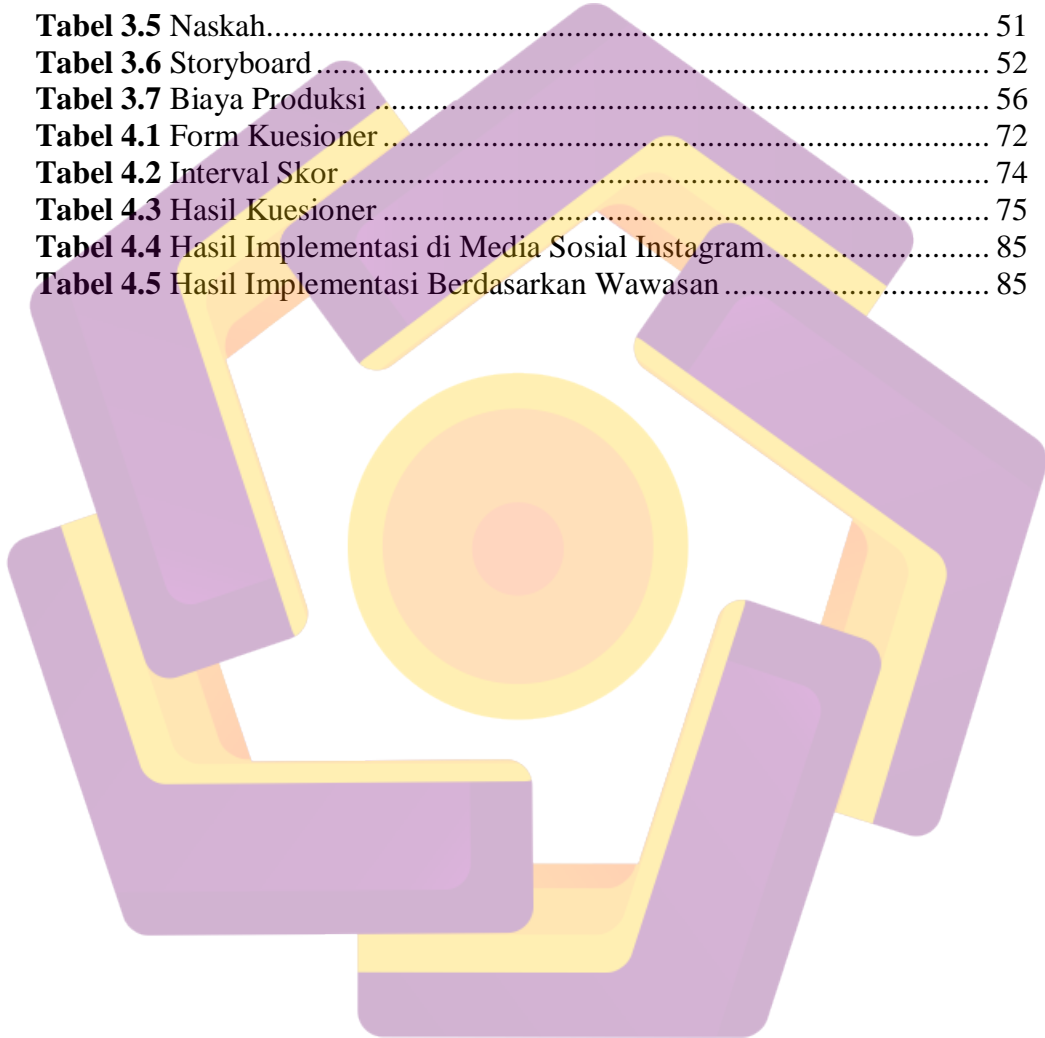
| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Sudut Angle pengambilan Gambar | 12 |
| Gambar 2.2 Frog Eye | 12 |
| Gambar 2.3 Low Angle | 13 |
| Gambar 2.4 Eye Level..... | 13 |
| Gambar 2.5 High Angle..... | 14 |
| Gambar 2.6 Bird Eye..... | 15 |
| Gambar 2.7 Slanted | 15 |
| Gambar 2.8 Over Shoulder | 16 |
| Gambar 2.9 Sudut Ukuran Gambar..... | 17 |
| Gambar 2.10 Extreme Close Up | 17 |
| Gambar 2.11 Big Close Up..... | 18 |
| Gambar 2.12 Close Up | 19 |
| Gambar 2.13 Medium Close UP | 19 |
| Gambar 2.14 Medium Shot..... | 20 |
| Gambar 2.15 Full Shot | 20 |
| Gambar 2.16 Long Shot..... | 21 |
| Gambar 2.17 Panning | 22 |
| Gambar 2.18 Tilt | 22 |
| Gambar 2.19 Tracking | 23 |
| Gambar 2.20 Following Shot..... | 24 |
| Gambar 2.21 Zooming..... | 24 |
| Gambar 2.22 Storyboard..... | 29 |
| Gambar 2.23 Daftar Nomogram | 41 |
| Gambar 3.1 Logo Kampung Flory | 42 |
| Gambar 3.2 Lokasi/Tempat Kampung Flory Jogja..... | 43 |
| Gambar 4.1 Bahan Penggunaan Software | 57 |
| Gambar 4.2 Lokasi Shooting Outdoor..... | 58 |
| Gambar 4.3 Kamera Sony a6000 | 59 |
| Gambar 4.4. Lensa Sony 0.25/0.82ft-0.30m/0.98ft..... | 60 |
| Gambar 4.5 Setting White Balance Kamera..... | 60 |
| Gambar 4.6 Setting Resolusi Rekaman Video..... | 61 |
| Gambar 4.7 Tools..... | 64 |
| Gambar 4.8 Pembuatan Motion Graphic | 64 |
| Gambar 4.9 Record Narasi..... | 65 |
| Gambar 4.10 Manajemen File Hasil Remakan | 66 |
| Gambar 4.11 Tampilan Penyusunan Layer | 67 |
| Gambar 4.12 Tampilan <i>Transition Dissolve</i> step 1..... | 68 |
| Gambar 4.13 Tampilan <i>Transition Dissolve</i> step 2..... | 68 |
| Gambar 4.14 Tampilan <i>Transition Dissolve</i> step 3..... | 68 |
| Gambar 4.15 Effect Noise pada Adobe Audition | 69 |
| Gambar 4.16 Sebelum Color Grading | 70 |
| Gambar 4.17 Sesudah Color Grading..... | 70 |
| Gambar 4.18 Hasil Implementasi Text..... | 71 |
| Gambar 4.19 Proses Rendering..... | 72 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.20 Total Responden Masuk | 76 |
| Gambar 4.21 Rentang Usia Responden..... | 76 |
| Gambar 4.22 Jenis Kelamin Responden..... | 77 |
| Gambar 4.23 Pekerjaan Responden | 77 |
| Gambar 4.24 Implementasi Video pada Media Sosial Instagram..... | 82 |
| Gambar 4.25 Wawasan Promosi Video Iklan Kampung Flory | 83 |
| Gambar 4.26 Wawasan Promosi Berdasarkan Jenis Kelamin | 84 |
| Gambar 4.27 Wawasan Promosi Berdasarkan Rentang Usia | 84 |
| Gambar 4.28 Wawasan Promosi Berdasarkan Jumlah Penambahan Followers..... | 85 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Tabel Kriteria Rumus Presentase | 40 |
| Tabel 3.1 Hasil Wawancara | 44 |
| Tabel 3.2 Perlengkapan Produksi..... | 48 |
| Tabel 3.3 Perangkat Lunak | 49 |
| Tabel 3.4 Kru Produksi | 50 |
| Tabel 3.5 Naskah..... | 51 |
| Tabel 3.6 Storyboard | 52 |
| Tabel 3.7 Biaya Produksi | 56 |
| Tabel 4.1 Form Kuesioner | 72 |
| Tabel 4.2 Interval Skor | 74 |
| Tabel 4.3 Hasil Kuesioner | 75 |
| Tabel 4.4 Hasil Implementasi di Media Sosial Instagram..... | 85 |
| Tabel 4.5 Hasil Implementasi Berdasarkan Wawasan | 85 |



INTISARI

Di zaman yang modern ini pemasaran suatu produk maupun jasa sangatlah penting bagi setiap orang dan perusahaan. Iklan merupakan strategi pemasaran yang baik dan sangat diperlukan untuk menyampaikan informasi ataupun produk kepada konsumen. Salah satunya dapat dibuat dalam bentuk video *live shoot* dan dipadukan dengan *motion graphic* sebagai media promosi, sehingga dapat memaksimalkan kegiatan promosi dalam bentuk digital.

Video yang menampilkan informasi dalam bentuk iklan dengan visual *motion graphic* akan membuat iklan produk menjadi lebih unik dan menarik. Kampung Flory perlu adanya strategi promosi yang lebih baik, serta sumberdaya yang semakin profesional, sehingga dapat melakukan inovasi dalam menghadapi peningkatan persaingan pemasaran layanan yang ditawarkan dimasa mendatang.

Video media promosi ini berisikan informasi layanan pada perusahaan berbasis pariwisata bertema alam pedesaan. Agar layanan informasi tersebut selalu tersampaikan serta dapat membantu Kampung Flory Jogja dalam meningkatkan daya tarik jasanya ke konsumen.

Kata kunci : Kampung Flory Jogja, Multimedia, Motion Graphic, Live Shoot

ABSTRACT

In this modern era a marketing a product or service is very important for every person and company. advertisement is the best marketing strategy and is indispensable for conveying information or products to consumers. One of them can be made in the form of a live shoot video and combined with motion graphics as a promotional medium, so as to maximize promotional activities in digital form.

Videos that display information in the form of advertisements with visual motion graphics will make product advertisements more unique and interesting. Kampung Flory needs a better promotional strategy, as well as more professional resources, so that it can innovate in the face of increasing competition in marketing the services offered in the future.

This promotional media video contains information on services, on tourism-based companies with the theme of rural nature. So that information services are always conveyed and can help Kampung Flory Jogja in increasing the attractiveness of its services to consumers.

Keywords : *Kampung Flory Jogja, Multimedia, Motion Graphic, Live Shoot*

