

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KOPI WOLU
BABARSARI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVESHOOT**

SKRIPSI



disusun oleh

Kukuh Bayu Efendi

16.12.9640

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KOPI
WOLU BABARSARI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVESHOOT**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Kukuh Bayu Efendi

16.12.9640

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KOPI
WOLU BABARSARI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVESHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Kukuh Bayu Efendi

16.12.9640

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada tanggal 25 Februari 2022

Dosen Pembimbing

Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, M.T

NIK. 1903022289

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KOPI
WOLU BABARSARI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVESHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Kukuh Bayu Efendi

16.12.9640

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, MT

NIK. 190302289

Muhammad Tofa Nurcholis, M.Kom

NIK. 190302281

Haryoko, S.Kom, M.Cs

NIK. 190302286

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 18 Maret 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M.Kom

NIK. 190302096

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.

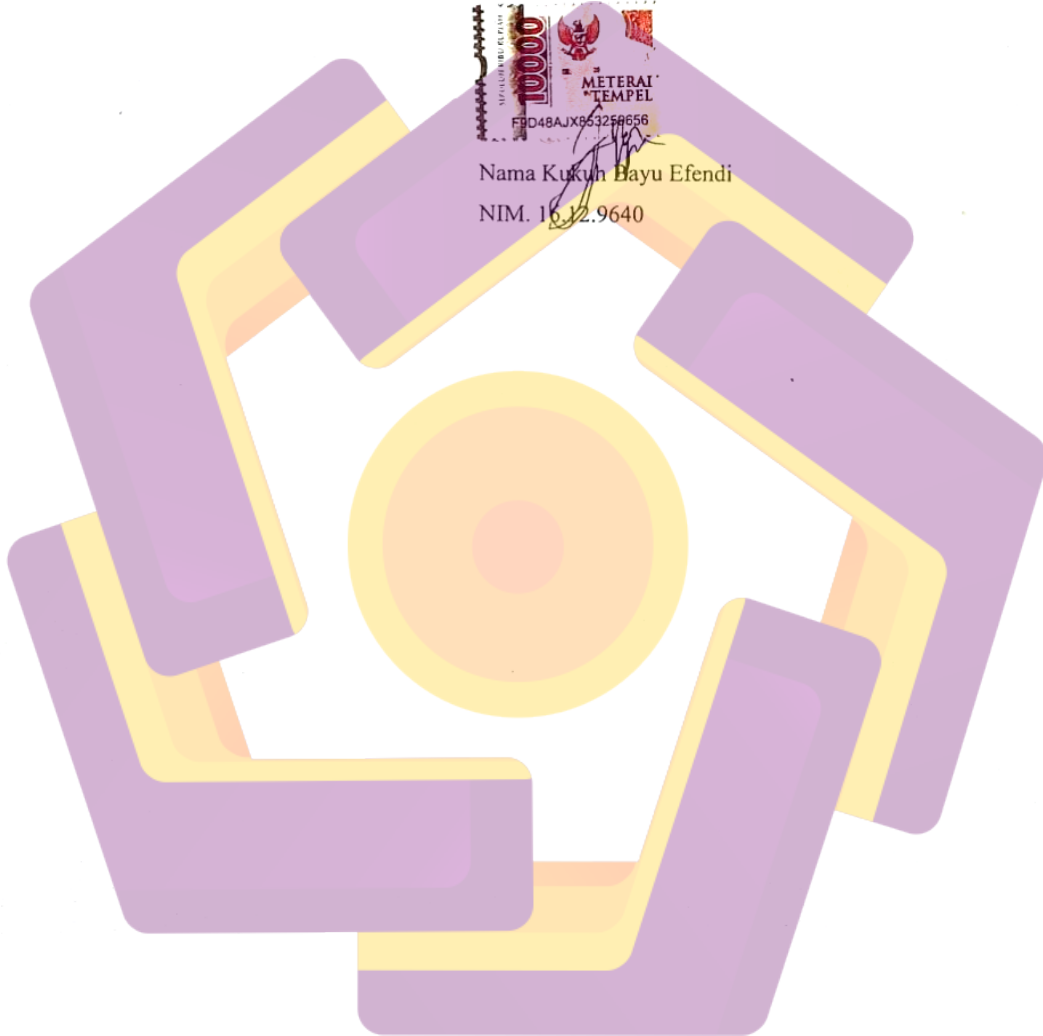
Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 18 Maret 2022



Nama Kukuh Bayu Efendi

NIM. 16.12.9640



MOTTO

*“Every wound will shape me.
Every scar will build my throne.”*

-Oliver sykes

*“last but not least, I wanna thank me
for believing me, for doing this hard work,
for having no days off, for never quitting,
for being a give more and tryna give more than i receive
I wanna thank me for tryna do more right than wrong
for just being me at all times”*

-Snoop Dog

“Kalo kalian ada dalam persimpangan antara milih hal yang kalian senengi atau pendidikan S1, Pilih dulu pendidikan, setelah lulus kuliah baru lakuin hal yang kalian seneng. Karena gak ada yang lebih berarti daripada lihat orang tua kalian punya kebanggaan menyekolahkan anaknya sampai S1”

-Raditya Dika

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

-QS. Al-Baqarah: 286

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis juga sangat berterima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan skripsi ini hingga selesai. Oleh karena itu, penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Bapak Sri Lanjar Widodo dan Ibu Sri Mulyani, selaku orang tua tercinta yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan memberikan semua fasilitas yang dibutuhkan untuk penunjang kuliah.
2. Bapak Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, M.T. yang telah membimbing dengan sabar dari awal hingga akhir proses pembuatan skripsi dan juga ketika ujian pendadaran.
3. Dosen-dosen di Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan dan mengajarkan banyak ilmu selama masa perkuliahan
4. Teman-teman sekos, sekontrakan dan teman-teman seperjuangan selama kuliah yang telah memberikan berbagai bentuk semangat, kenangan, canda dan tawa.
5. Teman-teman kelas 16 SI 10 yang telah menemani masa perkuliahan dari awal kuliah hingga selesai. Semoga kita semua sukses dunia akhirat dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
6. Naufal Luthfi Aulia Hakim dan Bagus Rohmadi yang telah memberikan bantuan dalam proses pengerjaan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul pembuatan video iklan sebagai media promosi pada kopi wolu babarsari menggunakan teknik livenesshoot.

Skripsi ini penulis buat guna menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program studi Sistem Informasi fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program strata 1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

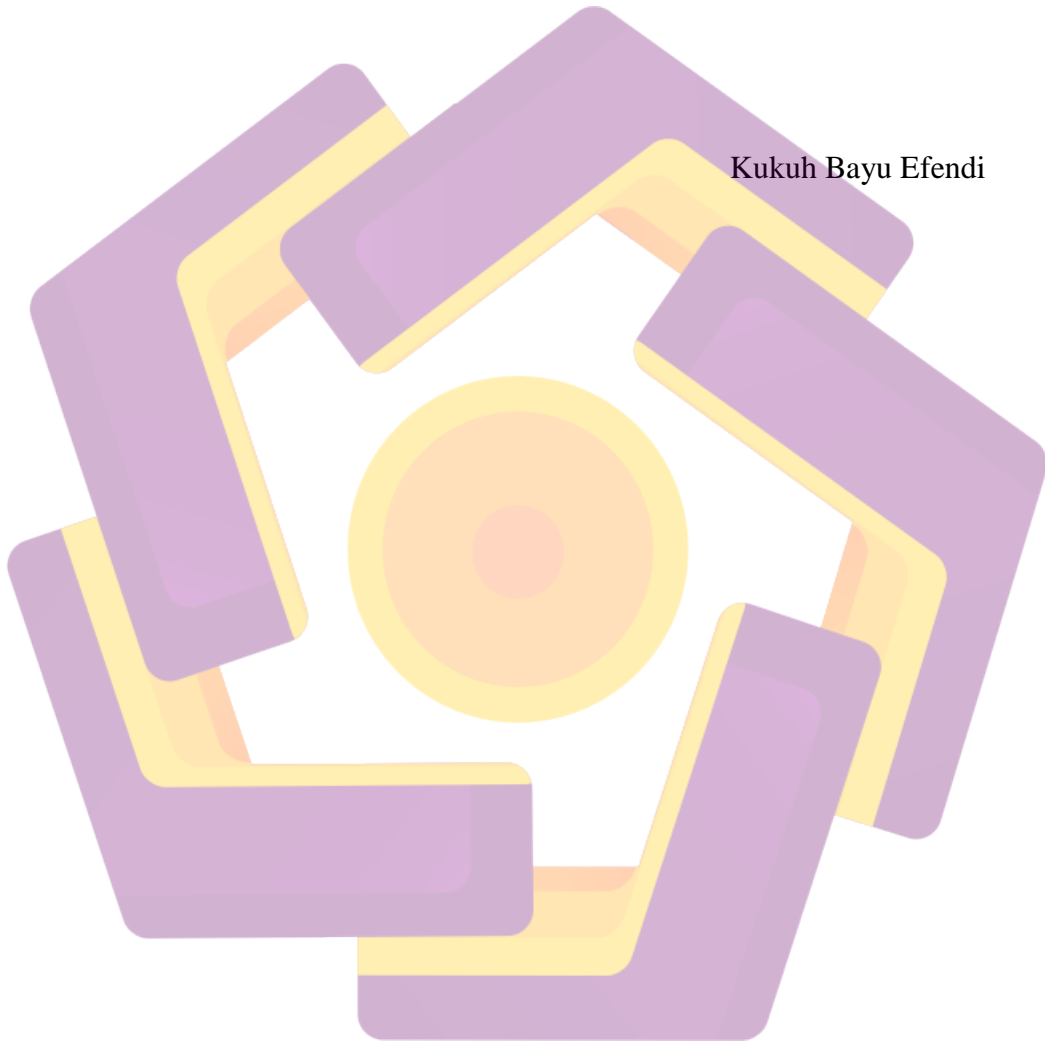
Dengan selesainya skripsi ini, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, M.T. yang telah membimbing dengan sabar dari awal hingga akhir proses pembuatan skripsi dan selalu bijaksana memberikan bimbingan, nasehat serta waktunya selama penulisan skripsi ini.
4. Ibu Supriatin, M.Kom. selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.
5. Dosen Penguji dan segenap Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah berbagi ilmu dan pengalamannya.
6. Kedua orang tua yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan moril.
7. Teman-teman sekelas, sekontrakan dan teman-teman seperjuangan selama kuliah yang telah memberikan berbagai bentuk semangat, kenangan, canda dan tawa.
8. Teman-teman Amikom yang telah menemani masa perkuliahan dari awal kuliah hingga selesai. Semoga kita semua sukses dunia akhirat dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
9. Naufal Luthfi Aulia Hakim dan Bagus Rohmadi yang telah memberikan bantuan dalam proses pengerjaan skripsi dan tentunya semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Semoga Allah *Subhanahu wa Ta'ala* memberikan balasan yang lebih kepada semua yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati dan rasa terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 18 Maret 2022

Kukuh Bayu Efendi



DAFTAR ISI

JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	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.....	3
1.6. Metode Penelitian.....	3
1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6.2. Metode Analisis.....	3
1.6.3. Metode Perancangan.....	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	6

LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Sejarah MultiMedia	10
2.2.2. Definisi MultiMedia.....	10
2.2.3. Kategori Multimedia.....	11
2.2.4. Jenis Multimedia.....	12
2.3. Video	14
2.3.1. Standard Video Format.....	15
2.4. Promosi.....	15
2.4.1. Manfaat Promosi mempengaruhi penjualan	16
2.5. Pengertian Iklan.....	16
2.5.1. Kategori Iklan	16
2.6. Produksi Iklan	17
2.6.1. Pra-Produksi.....	17
2.6.2. Produksi	19
2.6.3. Pasca Produksi	20
2.7. <i>Live Shoot</i>	20
2.7.1. Unsur Teknik <i>Live Shoot</i>	21
2.7.2. Type Of Shot dalam <i>Live Shoot</i>	21
2.8. Analisa SWOT	22
2.9. Data Kuesioner.....	23
2.9.1. Skala Likert.....	23
2.9.2. Skala Semantic Differentials.....	24
2.9.3. Skala Guttman.....	25
BAB III	27
METODOLOGI PENELITIAN.....	27

3.1	Tinjauan Umum.....	27
3.1.1	Deskripsi Objek	27
3.2.1.	Logo	28
3.2.	<i>Flow Chart</i> Penelitian	28
3.3.	Penjelasan <i>flow chart</i> penelitian	30
3.3.1.	Tahap Identifikasi dan Penelitian Awal	30
3.4	Identifikasi Masalah	31
3.5	Pengambilan Data	31
3.5.1.	Wawancara.....	31
3.5.2	. Observasi.....	32
3.5.3	Analisis Masalah.....	33
3.6	Analisis Kebutuhan Sistem	36
3.6.1.	Analisa kebutuhan fungsional.....	36
3.6.2	. Analisa kebutuhan Non fungsional	36
3.7	Analisis Kelayakan.....	38
3.7.1	Kelayakan Teknologi	38
3.7.2	Kelayakan Operasional	38
3.7.3	Kelayakan Hukum	38
3.7.4	Kelayakan Ekonomi.....	38
3.8	Rancangan Pra-produksi	39
3.8.1	Rancangan Konsep Video Iklan.....	39
3.8.2	Rancangan Naskah.....	39
3.8.3	Rancangan <i>Storyboard</i>	41
BAB IV		44
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Produksi.....	44
4.1.1.	<i>Shooting</i>	44

4.1.2.	Hasil Pengambilan Video	45
4.1.3.	Background Music	46
4.2.	Pasca Produksi.....	46
4.2.1.	Composition.....	47
4.2.2.	Editing Video Menggunakan Adobe Premiere	48
4.3.	Testing.....	52
4.3.1.	Kuesioner	52
4.3.2.	Hasil Kuisisioner	53
4.3.3.	Hasil sebelum promosi Instagram.....	59
4.3.4.	Hasil Promosi.....	59
BAB V	63
PENUTUP	63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Storyboard	18
Gambar 3. 1 Logo Kopi Wolu Babarsari	28
Gambar 3. 2 Flowchart penelitian	29
Gambar 4. 1 Angle Long Shoot	44
Gambar 4. 2 Angle Medium Shoot	45
Gambar 4. 3 Angle Close Shoot	45
Gambar 4. 4 Hasil Pengambilan Video	46
Gambar 4. 5 New Composition	47
Gambar 4. 6 Mengimport file	47
Gambar 4. 7 Tampilan Animasi Opening	48
Gambar 4. 8 Transformasi Dasar	48
Gambar 4. 9 Import Video	49
Gambar 4. 10 Proses Cutting Video	50
Gambar 4. 11 Proses Color Grading	50
Gambar 4. 12 Rendering	51
Gambar 4. 13 Total Responden Masuk	55
Gambar 4. 14 Rentang usia responden	56
Gambar 4. 15 Status Reponden	56
Gambar 4. 16 Wawasan sebelum dipromosikan	59
Gambar 4. 17 Video telah berhasil di promosikan	60
Gambar 4. 18 Wawasan Promosi Kopi Wolu Babarsari	60
Gambar 4. 19 Wawasan promosi berdasarkan jenis kelamin dan umur	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel perbandingan	7
Tabel 2. 2 Tabel Skala Likert	24
Tabel 2. 3 Tabel Sinetron Televisi	24
Tabel 3. 1 Hasil Wawancara	31
Tabel 3. 2 Analisis SWOT	34
Tabel 3. 3 Kebutuhan Perangkat keras	37
Tabel 3. 4 Rincian Biaya Produksi	39
Tabel 3. 5 Storyboard	41
Tabel 4. 1 Form Kuisisioner	52
Tabel 4. 2 Interval Skor	54
Tabel 4. 3 Hasil Kuisisioner	54
Tabel 4. 4 Hasil Implementasi di media sosial Instagram	61
Tabel 4. 5 Hasil Implementasi berdasarkan Wawasan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 6 Hasil Implementasi berdasarkan Wawasan Rentang Usia	62

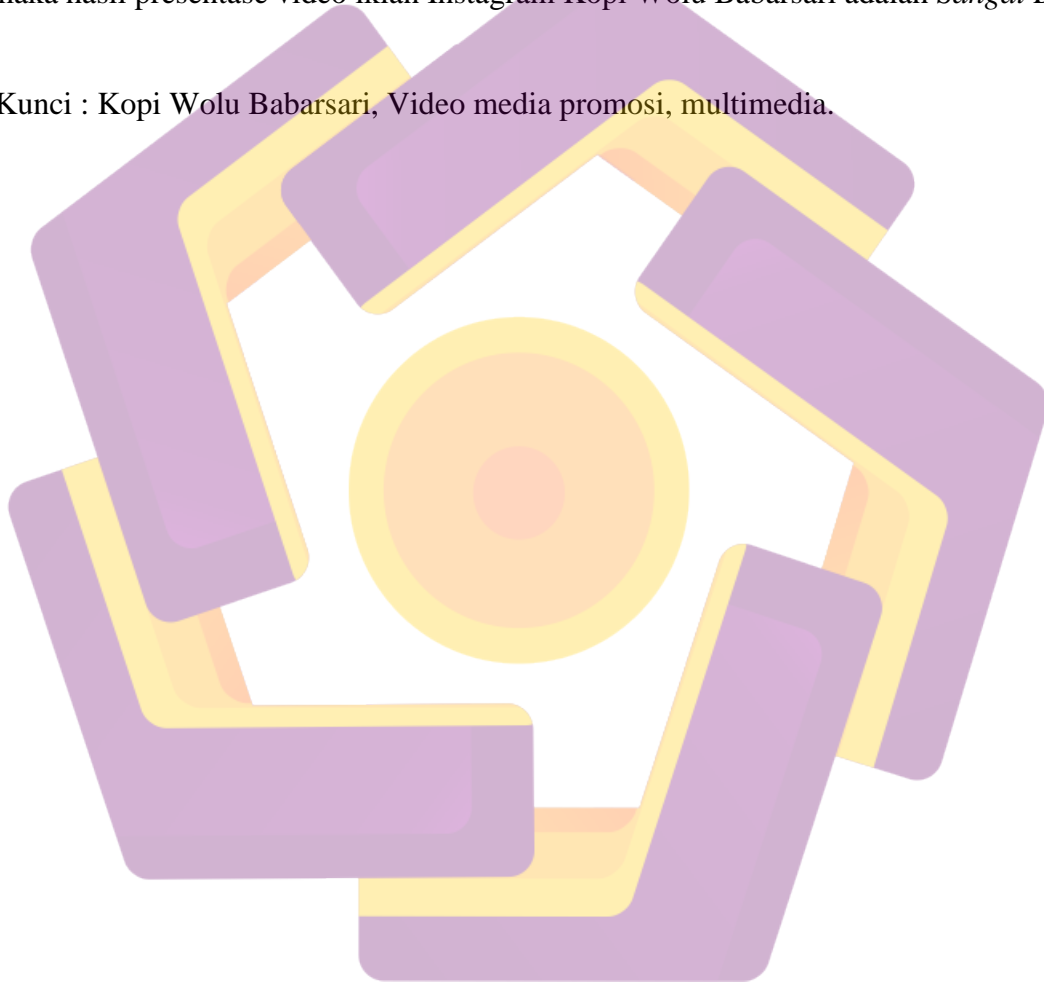
INTISARI

Selama Kopi Wolu Babarsari berjalan kurang memperhatikan media promosi, media promosi yang dilakukan hanya sebatas foto saja. Kegiatan promosi yang perlu dilakukan untuk Kopi Wolu Babarsari yaitu media promosi yang memuat beberapa informasi yang akan disampaikan kepada target pasar agar lebih tertarik kepada produk yang dijual tersebut.

Dengan teknik Liveshoot kita dapat melakukan pengambilan gambar bergerak secara langsung dan dengan teknik tersebut akan menampilkan apa yang benar-benar ada disana dan diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil pengambilan gambar tersebut

Dengan teknik Liveshoot ini dan media promosi video Penelitian ini telah menghasilkan video iklan promosi pada Kopi Wolu Babarsari berdurasi 60 detik dan Dari hasil uji skala faktor tampilan video dan informasi video. Setelah dilihat pada table interval skor maka hasil presentase video iklan Instagram Kopi Wolu Babarsari adalah *Sangat Baik*.

Kata Kunci : Kopi Wolu Babarsari, Video media promosi, multimedia.



ABSTRACT

As long as Kopi Wolu Babarsari was running, they paid less attention to promotional media, the promotional media were only limited to photos. Promotional activities that need to be carried out for Wolu Babarsari Coffee are promotional media that contain some information that will be conveyed to the target market so that they are more interested in the products being sold.

With the Liveshoot technique we can take pictures directly and with this technique it will show what is really there and editing is needed to perfect the image.

With this Liveshoot technique and video promotion media, this research has produced a promotional video for Kopi Wolu Babarsari for 60 seconds and from the results of the video display factor and video information scale. After looking at the score interval table, the results of the percentage of the Instagram video advertisement for Kopi Wolu Babarsari are very good.

Keywords: *Wolu Babarsari coffee, promotional media videos, multimedia.*

