

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN OTENTIKOPI
JOGJA MENGGUNAKAN TEKNIK
SINEMATOGRAFI**

SKRIPSI

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
MENCAPAI GELAR SARJANA
PADA PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**



**disusun oleh
M HADZIR MUSLIM NAFIS
15.12.8644**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2019**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN OTENTIKOPI
JOGJA MENGGUNAKAN TEKNIK
SINEMATOGRAFI**

SKRIPSI

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
MENCAPAI GELAR SARJANA
PADA PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**



**disusun oleh
M HADZIR MUSLIM NAFIS
15.12.8644**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN OTENTIKOPI JOGJA MENGGUNAKAN
TEKNIK SINEMATOGRAFI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

M Hadzir Muslim Nafis

15.12.8644

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 19 April 2019

Dosen Pembimbing,


Bernadhed, M.Kom

NIK. 190302243

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN OTENTIKOPI JOGJA MENGGUNAKAN
TEKNIK SINEMATOGRAFI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

M Hadzir Muslim Nafis

15.12.8644

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 22 April 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Kusnawi, S.Kom, M. Eng.
NIK. 190302112



Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243



Dony Ariyus, M.Kom
NIK. 190302128



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 25 April 2019

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, 9 Mei 2019



M Hazir Muslim Nafis

NIM. 15.12.8685

MOTTO

Awali semua kegiatan dengan Bismillahirrahmanirrahim

Tidak perlu malu belajar untuk menjadi bisa

Percayalah dengan karyamu, karena sebuah ide itu mahal

Hargai proses, karena tanpa ada proses kita tidak akan sampai pada posisi hasil

Jangan pernah merasa sudah pintar, karena semakin kita mengkaji ilmu maka bertambah pula ketidaktahuan kita

Akhiri semua kegiatan dengan Alhamdulillahirabbil'alamin

PERSEMBAHAN

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahman-Nya dan Rahim-Nya kepada kita semua khususnya peneliti sendiri, sehingga peneliti sampai pada posisi sekarang yaitu untuk menyelesaikan skripsi ini.

Setelah peneliti selesai merampungkan skripsi ini, karya ilmiah ini peneliti persembahkan untuk :

Mama, abah dan ading saya yang tidak hentinya mendukung, menyemangati, dan mendoakan dalam setiap langkah saya.

Acil, Uwa, Paman, Ading angkat, Kaka angkat, dan seluruh kalangan yang mendukung saya sampai pada titik ini

Semua keluarga saya yang selalu mendukung dan memberikan perhatian

Dosen Pemimbing saya yang selalu sabar menghadapi anak bimbingannya termasuk saya terimakasih pak

Kawan-kawan Asrama Murakata yang sudah memberikan pengalaman dan dukungan

Saudara seperantauan A.k.a Tim Sukses yang selalu mensupport sampai akhir.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahman-Nya dan Rahim-Nya kepada kita semua khususnya peneliti sendiri, sehingga peneliti sampai pada posisi sekarang yaitu untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang peneliti angkat yaitu tentang Pembuatan Video Iklan Otentikopi Jogja Menggunakan Teknik Sinematografi.

Penerapan multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, *public relation*, dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Dengan ini kegiatan promosi Otentikopi Jogja tentunya tidak terlepas dari kegiatan kita untuk mempromosikannya. Karya ilmiah ini diharapkan dapat menjadi salah satu solusi dalam mengatasi persoalan terkait kegiatan promosi tentang mengiklankan Kedai kopi.

Skripsi ini berisikan tentang proses pembuatan video iklan otentikopi Jogja menggunakan teknik sinematografi.

Pada Bab I diawali dari kegiatan mencari pokokpersoalan yang melatar belakangi penelitian ini sampai kepada proses rancangan dan pembuatan sebuah video iklan berbasis multimedia yang lebih informatif dan komunikatif.

Pada Bab II berisikan tentang teori-teori yang membahas lingkup perancangan video, teori tentang promosi, teori tentang multimedia, teori tentang analisis.

Pada Bab III berisikan tentang analisa dan Pembuatan Video Iklan Otentikopi Jogja Menggunakan Teknik Sinematografi

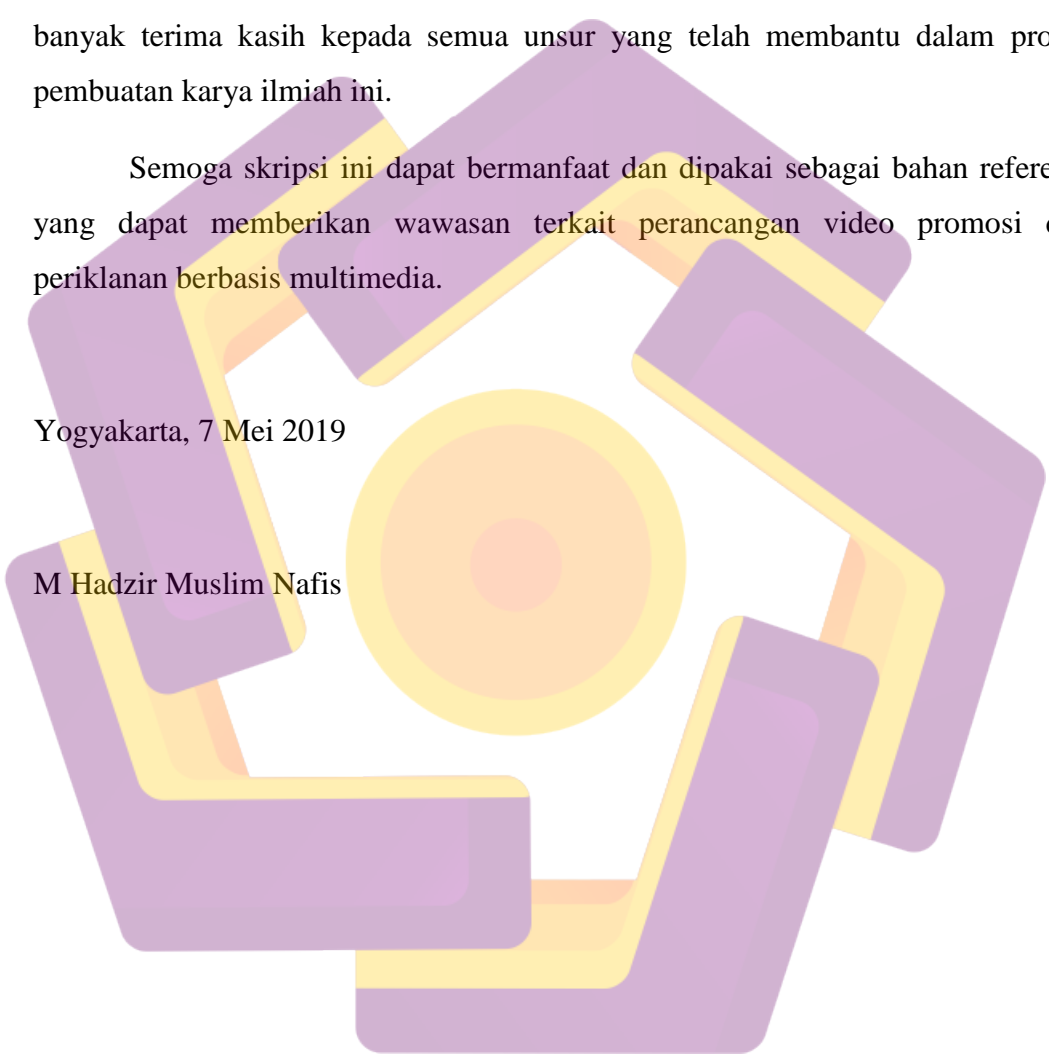
Pada Bab IV berisikan tentang proses pembahasan tentang Pembuatan Video Iklan Otentikopi Jogja Menggunakan Teknik Sinematografi

Peneliti sadar bahwa karya ilmiah ini sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan saran maupun masukannya untuk memperbaiki tulisan karya ilmiah ini. Tidak lupa peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua unsur yang telah membantu dalam proses pembuatan karya ilmiah ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dipakai sebagai bahan referensi yang dapat memberikan wawasan terkait perancangan video promosi dan periklanan berbasis multimedia.

Yogyakarta, 7 Mei 2019

M Hadzir Muslim Nafis



DAFTAR ISI

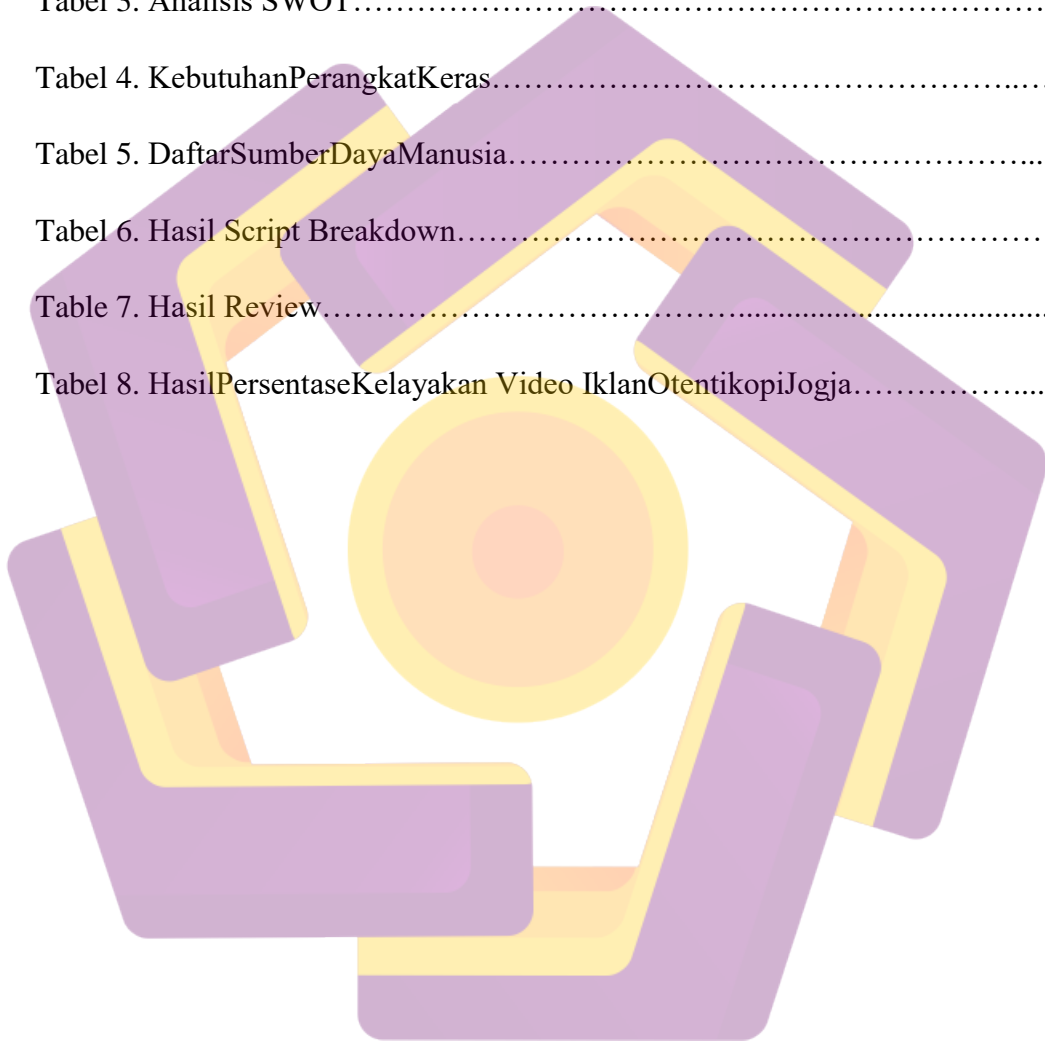
COVER	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Maksud dan Tujuan	5
1.5 Tujuan.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Metode Penelitian.....	7
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.7.2 Metode Analisis	7
1.7.3 Metode Perancangan	8
1.7.4 Metode Pengembangan	9
1.7.5 Metode Evaluasi.....	9
1.8 Sistematika Penelitian	9
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.2 Dasar Teori	14
2.2.1 Definisi Multimedia	14
2.2.2 Konsep Dasar Video	17
2.2.3 Standar video.....	19

2.2.4	Video Analog	21
2.2.5	Video Digital.....	21
2.3	Iklan.....	21
2.3.1	Konsep Dasar Iklan	21
2.3.1	Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	22
2.4	Sinematografi	23
2.5	Metode Pengembangan	25
2.5.1	Pra-Produksi.....	25
2.5.2	Produksi	26
2.5.3	Pasca Produksi	27
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		28
3.1	Tinjauan Umum.....	28
3.1.1	Deskripsi Singkat Perusahaan	28
3.1.2	Visi dan Misi	29
3.1.3	Logo Otentikopi Jogja.....	30
3.1.4	Struktur Organisasi	30
3.1.5	Fasilitas	30
3.1.6	Alamat Perusahaan.....	31
3.1.7	Produk	31
3.2	Metode Pengumpulan data	32
3.2.1	Metode Observasi.....	32
3.2.2	Metode Wawancara.....	33
3.3	Analisis Masalah	33
3.3.1	Analisis SWOT	34
3.3.2	Solusi yang Dapat Diterapkan.....	40
3.3.3	Solusi yang Dipilih.....	40
3.4	Analisis Kebutuhan	40
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	40
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	42
3.5	Tahap Pra Produksi	44
3.5.1	Ide Cerita.....	44
3.5.2	Tema Cerita.....	44

3.6	Screenplay	44
3.7	Storyboard	47
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Pembahasan	54
4.1.1	Alur Produksi	54
4.1.2	Produksi	55
4.2	Hasil Pengambilan Video	56
4.3	Pasca Produksi.....	62
4.3.1	Editing.....	62
4.3.2	Proses Compositioning dan Pengeditan Video	63
4.3.3	Proses Pengeditan Suara	65
3.3.4	Proses Color Grading.....	67
3.3.5	Proses Rendering.....	68
3.3.6	Mastering	69
3.3.7	Hasil Pembuatan Video Profile.....	70
4.4	Implementasi	70
4.4.1	Publish Instagram.....	75
4.4.2	Penyerahan Berkas	75
BAB V PENUTUP.....		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	13
Tabel 2. Menu Otentikopi Jogja.....	31
Tabel 3. Analisis SWOT.....	36
Tabel 4. Kebutuhan Perangkat Keras.....	42
Tabel 5. Daftar Sumber Daya Manusia.....	43
Tabel 6. Hasil Script Breakdown.....	57
Table 7. Hasil Review.....	71
Tabel 8. Hasil Persentase Kelayakan Video Iklan Otentikopi Jogja.....	72



DAFTAR GAMBAR

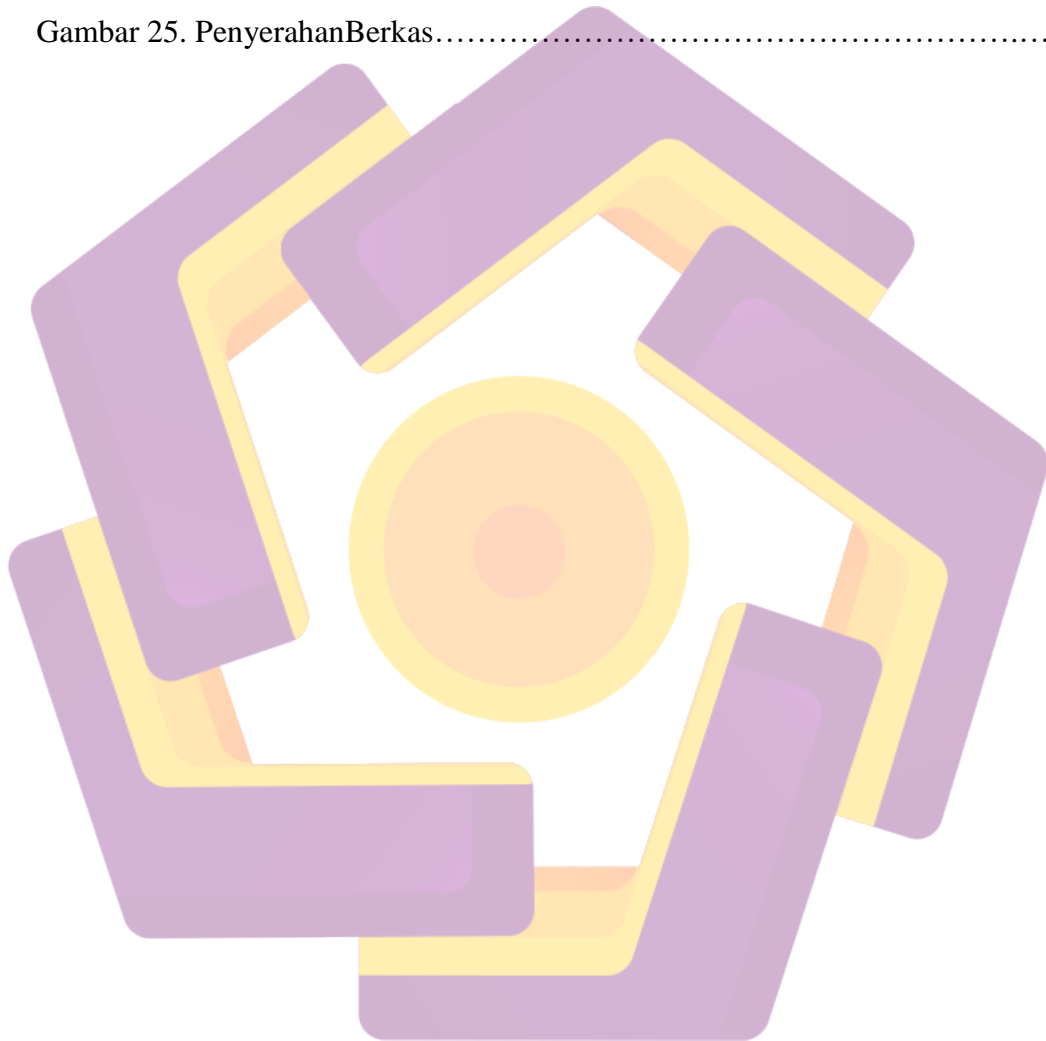
Gambar 1. OtentikopiJogjaLanggengsari.....	2
Gambar 2. ProsedurProduksi Program Video.....	18
Gambar 3. Frame Video.....	20
Gambar 4. PerbedaanStandar Video.....	20
Gambar 5. EkspresiKameraMelaluiSudut-sudutPengambilanGambar.....	24
Gambar 6. FajarpemilikOtentikopiJogja.....	28
Gambar 7. Logo OtentikopiJogja.....	30
Gambar 8. StrukturOrganisasi.....	30
Gambar 9. TampilanInstagramOtentikopiJogja.....	32
Gambar 10. Canon 60D.....	55
Gambar 11. Sony A6300.....	56
Gambar 12. Memory Card Vgen16gb.....	56
Gambar 13. BagianPascaProduksi video iklanOtentikopiJogja.....	62
Gambar 14. MemposisikanShoot Per Shoot denganNaskah.....	63
Gambar 15. MenyisipkanefekWarp Stabilizier.....	64
Gambar16. TampilanOpen File Pada Adobe Audiotion CC 2018.....	65
Gambar 17. (Opsional) Open File pada Adobe Audiotion CC 2018.....	66
Gambar18. Tampilan editing audio pada Adobe Audition CC 2018.....	66
Gambar19. TampilanExport pada Adobe Audition CC 2018.....	67
Gambar 20. Color Gradingpada video iklan.....	68
Gambar21. Rendering pada video iklan.....	69

Gambar22. Hasil Akhir *Editing*70

Gambar23. Skala Kategori Kelayakan Hasil Uji dari Ahli Rekayasa
Perangkat Lunak.....74

Gambar24. Upload Instagram.....75

Gambar 25. Penyerahan Berkas.....76



INTISARI

Multimedia merupakan salah satu cara untuk mempermudah menyampaikan informasi dalam bentuk audio ataupun visual. Multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik, salah satu penerapan multimedia adalah untuk memvisualisasikan video atau video iklan. Dengan ini Otentikopi Jogja memiliki sarana media promosi berupa video iklan.

Dengan menggunakan video iklan ini diharapkan Otentikopi Jogja dapat menggunakannya sebagai media promosi. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pustaka, observasi, wawancara, analisis, perancangan, pengambilan video dan capturing, editing dan perekaman suara, dan implementasi.

Perancangan menggunakan Adobe Premiere CC 2018, Adobe Audition CC 2017 And Adobe Photoshop CC 2015. Setelah melalui beberapa tahapan dalam pembuatan Video Iklan ini, Maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya Video Iklan ini lebih memudahkan penyampaian ke Masyarakat dan Media Sosial, karena dikemas dalam sebuah Video.

Kata kunci: Multimedia, media promosi, iklan, video, sinematografi

ABSTRACT

Multimedia is one way to facilitate convey information in the form of audio or visual. Multimedia is also capable of producing something more lively and interesting, one of the applications of multimedia is to visualize video or video ads.

With this Otentikopi Jogja has media promotion media in the form of video advertisement. By using this ad video is expected Otentikopi Jogja can use it as a media campaign. The research methodology used is literature, observation, interview, analysis, design, video capture and capturing, editing and voice recording, and implementation.

Designing using Adobe Premiere CC 2018, Adobe Audition CC 2017 and Adobe Photoshop CC 2015. After going through several stages in the making of this Video Ad, So it can be concluded that the existence of this Video Ad makes it easier to deliver to the Community and Social Media, because it is packed in a Video.

Keywords: Multimedia, promotion media, ad, Video, Cinematography