

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KOPI KUMENDAN DENGAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI



disusun oleh

Toni Hariyo Yudho

15.12.8348

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

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KOPI KUMENDAN DENGAN TEKNIK
LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI
PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Toni Hariyo Yudho

15.12.8348

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KOPI KUMENDAN DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Toni Hariyo Yudho

15.12.8348

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 12 Februari 2019

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.

NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KOPI KUMENDAN DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Toni Hariyo Yudho

15.12.8348

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Februari 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tonny Hidayat, M.Kom.
NIK. 190302182

Bernadhed, M.Kom.
NIK. 190302243

Bayu Setiaji, M.Kom.
NIK. 190302216

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 22 Juli 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 28 Juli 2019



Toni Hariyo Yudho

NIM. 15.12.8348

MOTTO

YOU'LL NEVER WALK ALONE

MAKE US DREAM

NEVER GIVE UP

(Quote of Kopites)

"Hal terindah di dunia ini adalah ketika melihat kedua orang tuamu tersenyum dan mengetahui bahwa kamu adalah alasan di balik senyuman itu."

"Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan Menambah (nikmat) kepadamu."

(Q.S Ibrahim 7)

"Dan sesungguhnya bagi kamu ada (malaikat-malaikat) yang mengawasi (pekerjaanmu), yang mulia (di sisi Allah) dan yang mencatat (perbuatanmu), mereka mengetahui apa yang kamu kerjakan."

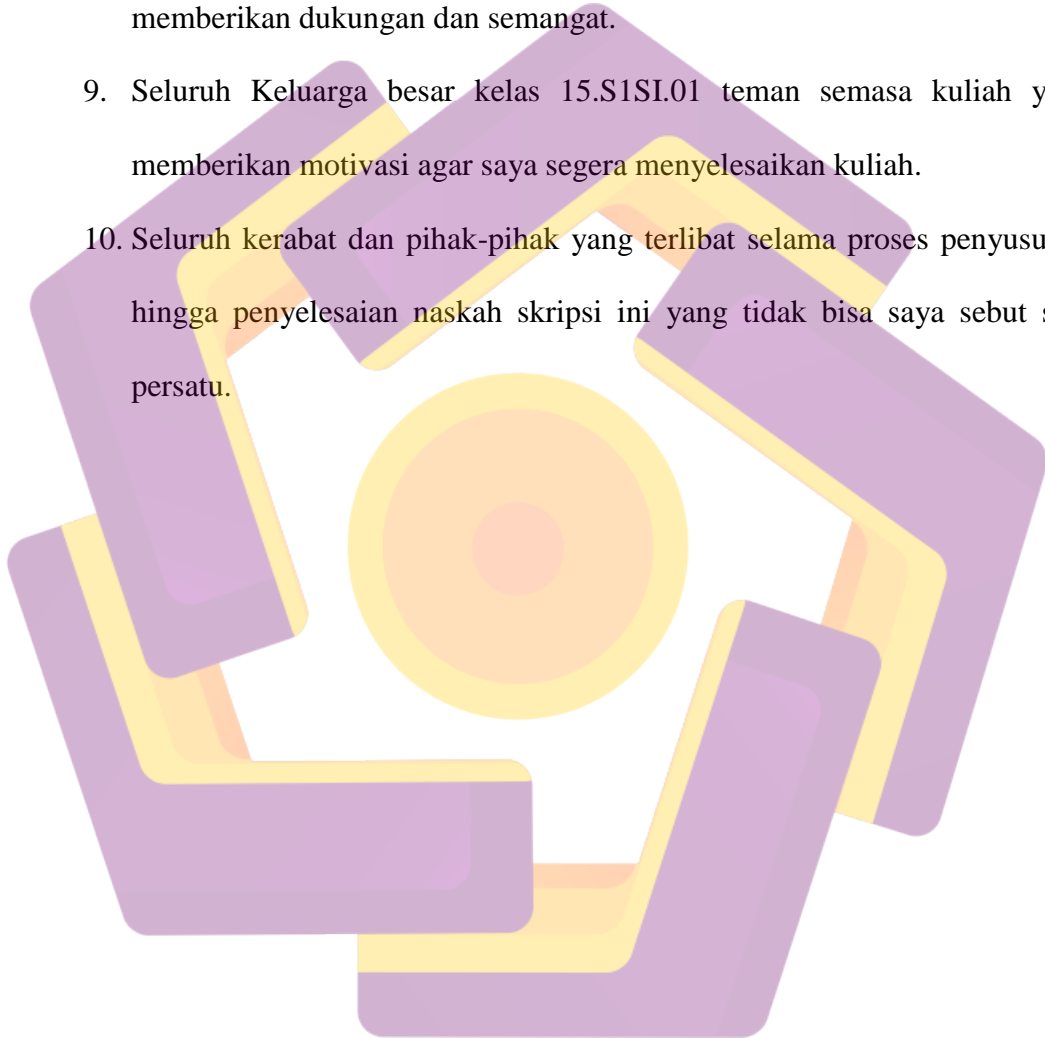
(Q.S Al-Infithar 10-12)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, syukur yang tak terhingga atas nikmat dan karunia Allah kepada hamba-Nya. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah Subhanahu wata'ala yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia dalam bentuk apapun, sehingga dilancarkan dan diberikan kemudahan dalam segala urusan yang penulis hadapi, terutama dalam proses penyampaian naskah skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya yang tiada henti-hentinya mendoakan, melimpahkan rasa kasih dan sayang, selalu memberikan nasehat, memberikan motivasi, memberikan bimbingan dan dukungan kepada saya, tanpa mereka saya bukan lah apa – apa.
3. Seluruh keluarga saya selain orang tua. Bulek, tante, om, nenek, adik-adik kesayangan saya. Terimakasih untuk doa, dukungan, bimbingan. Terutama untuk adik saya Raka.
4. Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan semangat, motivasi, bimbingan, arahan, kritik dan saran selama proses penyusunan hingga penyelesaian naskah skripsi ini.
5. Karel Alexander selaku pemilik Kopi Kumendan memberikan ijin kepada saya untuk melakukan penelitian skripsi ini.
6. Mas Firly Rudiansyah yang telah memberikan saya pencerahan dalam memulai menyusun skripsi. Meskipun belum pernah sama sekali bertemu dan berkenalan tapi berkenan membantu saya.

7. Keluarga besar KATALIS (Dewa Kuntul, Apet, Coach Axel, Akhid Icut, Gandhi, Rifki Simur, Adit) yang telah menemani dari zaman SMA hingga kuliah. Terimakasih sudah mau terlibat dan membantu di skripsi saya ini.
8. Rosyida Hanum salah satu motivator saya selama ini. Terimakasih telah memberikan dukungan dan semangat.
9. Seluruh Keluarga besar kelas 15.S1SI.01 teman semasa kuliah yang memberikan motivasi agar saya segera menyelesaikan kuliah.
10. Seluruh kerabat dan pihak-pihak yang terlibat selama proses penyusunan hingga penyelesaian naskah skripsi ini yang tidak bisa saya sebut satu persatu.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wata'ala atas segala limpahan rahmat dan ridho-Nya yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, kemudahan, keteguhan, dan membekali anugerah ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Berbasis Website pada Foodcourt Taman JEC”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan di Program Strata-I Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Banyak pihak yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat, motivasi selama bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat bagi saya kedepannya.
4. Keluarga besar 15-S1SI-01, yang telah menemani selama perkuliahan dan memberikan kenangan yang tidak akan terlupakan.

Penulis juga memohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis berhadap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 22 Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Analisi	4
1.6.3 Metode Perancangan Video	4
1.6.4 Metode Pembuatan Video	5

1.6.5 Metode Testing.....	5
1.6.6 Implementasi	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	9
2.3 Element Multimedia.....	10
2.3.1 Text	10
2.3.2 Image.....	10
2.3.3 Video	10
2.4 Pengertian Live Shoot.....	12
2.5 Tipe Shoot, Angel Kamera, Gerakan Kamera	27
2.6 Konsep Animasi	28
2.7 Motion Graphic	28
2.8 Promosi	28
2.9 Periklanan.....	29
2.10 Video Instagram Ads	29
2.10.1 Format Video	29
2.10.2 Spesifikasi Instagram Ads.....	31
2.11 Tahapan Pengerjaan Video	31
2.11.1 Pra Produksi	31
2.11.2 Produksi	34
2.11.3 Pasca Produksi	35
2.12 Teori Kuesioner.....	36
2.13 Teori Skala Likert	37
2.13.1 Skala Likert	37

2.14 Rumus Persentase	38
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	39
3.1 Tinjauan Umum	39
3.1.1 Deskripsi Singkat Kedai Kopi Kumendan	39
3.1.2 Struktur Organisasi	40
3.2 Pengumpulan Data	40
3.2.1 Metode Observasi.....	40
3.2.2 Metode Wawancara.....	40
3.3 Analisis Masalah	41
3.3.1 Kelemahan (Weaknesses)	43
3.3.2 Solusi Yang Ditawarkan	43
3.4 Analisis Kebutuhan Sistem	44
3.4.1 Kebutuhan Fungsional	44
3.4.2 Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	44
3.5 Tahapan Pra Produksi	46
3.5.1 Rancangan Konsep.....	46
3.5.2 Rancangan Naskah Cerita	46
3.5.3 Rancangan Storyboard	49
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Proses Produksi	54
4.2 Pengambilan Video	54
4.3 Penganimasian.....	54
4.3.1 Selection Tool	55
4.3.2 Hand Tool	55
4.3.3 Zoom Tool.....	55

4.3.4 Rotate Tool.....	55
4.3.5 Animasi Logo Kopi Kumendan	56
4.4 Tahap Pasca Produksi	56
4.5 Editing.....	56
4.5.1 Selection Tool	57
4.5.2 Track Select Tool	57
4.5.3 Razor Tool.....	58
4.5.4 Penggabungan Video	58
4.5.5 Memberikan Musik <i>Background</i>	59
4.6 Coloring	59
4.7 Rendering	60
4.8 Hasil Iklan.....	61
4.9 Pembahasan.....	67
4.9.1 <i>Screen Testing</i>	67
4.9.2 Evaluasi.....	68
4.9.3 Penerapan Video	70
4.9.4 Pembaruan Data <i>Instagram Ads</i>	80
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	88
LAMPIRAN.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel perbandingan dengan penelitian Nolfian.....	7
Tabel 2.2 Tabel perbandingan dengan penelitian Alpriansah	8
Tabel 2.3 Tabel perbandingan dengan penelitian Ardilla	9
Tabel 2.4 Tabel kategori skor skala likert	37
Tabel 2.5 Tabel kategori skor jawaban.....	38
Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT	42
Tabel 3.2 Analisis kebutuhan perangkat keras	44
Tabel 3.3 Naskah	47
Tabel 3.4 Storyboard	49
Tabel 4.1 Tabel Hasil Iklan	61
Tabel 4.2 Tabel Hasil Kuesioner	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan ECU mata pada iklan.....	13
Gambar 2.2 Tampilan ECU mulut pada iklan	13
Gambar 2.3 Tampilan CU wajah bagian dari iklan	14
Gambar 2.4 Adegan iklan yang di bidik menggunakan MCU	14
Gambar 2.5 Adegan iklan yang menggunakan bidikan MS.....	15
Gambar 2.6 LS bidikan kamera jauh	15
Gambar 2.7 VLS bidikan kamera sangat jauh.....	15
Gambar 2.8 Tampilan yang dibidik menggunakan TS.....	16
Gambar 2.9 Tampilan dari iklan yang menunjukkan titik pandangan yang dilihat suami POV pada istrinya yang sedang marah.....	16
Gambar 2.10 Latar belakang gelap.....	18
Gambar 2.11 Gambar kedua yang merupakan pembuka dari iklan	18
Gambar 2.12 Efek optis yang merupakan perubahan dari gambar.....	18
Gambar 2.13 Contoh WIPE pada iklan	19
Gambar 2.14 Hasil akhir WIPE dari iklan.....	19
Gambar 2.15 Contoh DDS pada iklan.....	20
Gambar 2.16 Hasil akhir DDS iklan.....	20
Gambar 2.17 Tampilan efek Slide.....	20
Gambar 2.18 Hasil akhir efek Slide.....	21
Gambar 2.19 Gambar kedua menutup gambar pertama	21
Gambar 2.20 Gambar kedua yang di rentangkan pada gambar pertama.....	22
Gambar 2.21 Gambar kedua menutup gambar pertama	22
Gambar 2.22 Gambar pertama menghilang dengan cara model kitiran	23
Gambar 2.23 Muncul gambar kedua	23
Gambar 2.24 Gambar pertama membelah.....	23
Gambar 2.25 Muncul gambar kedua	24
Gambar 2.26 Gambar pertama yang muncul gambar kedua dari kecil memutar menjadi besar seperti angin.....	24

Gambar 2.27 Gambar kedua menutup gambar pertama	24
Gambar 2.28 Gambar pertama mengelupas	25
Gambar 2.29 Muncul gambar kedua	25
Gambar 2.30 Gambar pertama yang menutup seperti pintu dari dalam.....	25
Gambar 2.31 Muncul Gambar kedua	26
Gambar 2.32 Gambar pertama yang menutup seperti pintu dari luar	26
Gambar 2.33 Muncul gambar kedua	26
Gambar 2.34 Storyboard	34
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Kopi Kumendan.....	40
Gambar 3.2 Logo Kopi Kumendan	40
Gambar 4.1 Selection Tool.....	55
Gambar 4.2 Hand Tool	55
Gambar 4.3 Zoom Tool	55
Gambar 4.4 Rotate Tool	55
Gambar 4.5 Penganimasian Logo.....	56
Gambar 4.6 Selection Tool.....	57
Gambar 4.7 Track Select Tool.....	57
Gambar 4.8 Razor Tool	58
Gambar 4.9 Penggabungan Layer	58
Gambar 4.10 Background Musik	59
Gambar 4.11 Coloring Three-Way Color Corrector	60
Gambar 4.12 Rendering.....	61
Gambar 4.13 Scene yang dihilangkan	67
Gambar 4.14 Scene yang dihilangkan	68
Gambar 4.15 Tampilan unggah instagram	72
Gambar 4.16 Video setelah terunggah	72
Gambar 4.17 Langkah promote audiens.....	73
Gambar 4.18 Langkah promote tujuan.....	73
Gambar 4.19 Biaya dan durasi penayangan iklan	74
Gambar 4.20 Review data iklan	74
Gambar 4.21 Review data target audiens	75

Gambar 4.22 Mengisi data bank.....	75
Gambar 4.23 Iklan siap ditayangkan	76
Gambar 4.24 Iklan dalam masa penayangan	76
Gambar 4.25 Tayangan iklan yang ditemukan.....	77
Gambar 4.26 Age range audience.....	78
Gambar 4.27 Gender audience	79
Gambar 4.28 Hasil akhir insight.....	79
Gambar 4.29 Setelah mengisi data Create Your Own.....	81
Gambar 4.30 Langkah promote tujuan	81
Gambar 4.31 Biaya dan durasi penayangan iklan kedua.....	82
Gambar 4.32 Review dan target audiens	82
Gambar 4.33 Review data iklan	83
Gambar 4.34 Iklan dalam masa penayangan	83
Gambar 4.35 Tayangan iklan pada feed instagram	84
Gambar 4.36 Tayangan iklan pada story instagram	84
Gambar 4.37 Jumlah pengikut.....	86
Gambar 4.38 Age range audience.....	86
Gambar 4.39 Gender audience	86
Gambar 4.40 Hasil akhir insight.....	87

INTISARI

Kedai Kopi Kumendan adalah usaha yang bergerak di bidang jasa kuliner yang beralamat di Jl. Ki Ageng Pemanahan No.21 Tamanan, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta berdiri sejak 2017 hingga sekarang. Usaha ini mempunyai minuman kopi khas “Kopi Kumendan”, berbagai minuman dan makanan serta menyediakan tempat kedai yang nyaman.

Berdasarkan peninjauan yang dilakukan penulis pada objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa selama ini produk Kedai Kopi Kumendan promosinya masih melalui media sosial *instagram* yang hanya sebatas posting dalam bentuk foto. Menurut manajemen Kopi Kumendan media ini sudah berjalan dengan baik namun masih minim dan cangkupannya kurang luas.

Pihak manajemen ingin meningkatkan metode iklan dengan menggunakan video yang diiklankan pada media *instagram*. Akan tetapi dengan keterbatasan sumber daya manusia, video iklan yang diinginkan belum dapat terealisasi. Dengan adanya iklan ini diharap dapat meningkatkan penyebaran informasi tentang Kedai Kopi Kumendan.

Kata Kunci: Kopi, Instagram, Video, Iklan.

ABSTRACT

Kumendan Coffee Shop is a business engaged in culinary services that is located at Jl. Ki Ageng Pemanahan No.21 Tamanan, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta was established from 2017 until now. This business has a typical coffee drink "Kopi Kumendan", a variety of drinks and food and provides a comfortable tavern place.

Based on a review conducted by the author on the object of this study, the author found that so far the products of the Coffee Shop Kumendan were still promoted through Instagram social media which was limited to posting in the form of photos.

According to the management of Kumendan Coffee this media has been going well but is still minimal and the cup is not wide enough. The management wants to improve the advertising method by using videos advertised on Instagram media. However, with limited human resources, the desired video ads cannot yet be realized. With this advertisement, it is expected to be able to increase the dissemination of information about Kumendan Coffee Shop.

Keyword: *Coffee, Instagram, Video, Advertisement*