

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MINUMAN KUMIKTEA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN B-ROLL**

SKRIPSI



**disusun oleh
Yusuf Setya Sakti
17.12.0114**

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

2022

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MINUMAN KUMIKTEA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN B-ROLL**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Yusuf Setya Sakti

17.12.0114

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

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MINUMAN KUMIKTEA SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE
SHOOT DAN B-ROLL**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yusuf Setya Sakti

14.12.0114

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 24 Januari 2022

Dosen Pembimbing,

AgusFatkhurohman, M.Kom

NIK. 190302254

PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN VIDEO IKLAN MINUMAN KUMIKTEA SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE
SHOOT DAN B-ROLL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yusuf Setya Sakti

14.12.0114

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 Januari 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Agung Nugroho, M.Kom
NIK. 190302242

Tanda Tangan

Rifda Faticha Alfa Aziza, S.Kom., M.Kom
NIK. 190302392

Agus Fatkhurohman, M.Kom
NIK. 190302249

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 24 Januari 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 dicatu 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, 24 Januari 2022



Yusuf Setya Sakti

NIM 17.12.0114

MOTTO

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak”

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus memulai untuk menjadi hebat”

“Memulai dengan Penuh Keyakinan, Menjalankan dengan Penuh Keikhlasan, Menyelesaikan dengan Penuh Kebahagiaan”



PERSEMBAHAN

PujiSyukurkepadaAllahSWTYangtelahmemberikanlimpahanrahmatdan hidayah sehingga skripsi ini dapatterselesaikan.

Padahalamanpersembahanini penulisinginmenyampaikanrasasyukurdant erimakasih kepada:

- Allah SWT yang telah memberikan rahmat berupa kesehatan, kekuatan, kesabaran, ketekunan, fokus, dan semangat sehingga seluruh rangkaian proses pengerjaan skripsi dapat berjalan dengan baik hingga skripsi ini selesai serta memperoleh hasil yang maksimal.
- Orang Tua (Bapak Samsudin & Ibu Suwartini) yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
- Kumikte yang telah memberikan izin penelitian.
- Bapak Agus Fatkhurohman, M.Kom selaku pembimbing utamayangtelah membimbing dan memberikan arahan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan serta memperoleh hasil yang terbaik.
- Seluruh dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
- Teman-teman sayayangselalumemberikan semangat dan mensupport kepadaya agar skripsi ini segera terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN MINUMAN KUMIKTEA SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN B-ROLL”** dapat terselesaikan dengan baik.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan perguruan tinggi program studi Strata – 1 Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Serta dengan terbuka mengucapkan terima kasih atas kritik dan saran dari pembaca guna perbaikan pada masa mendatang.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto M.M. selaku ketua UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku ketua jurusan Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Agus Fatkhurohman, M.Kom selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan Karyawan/Karyawati Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis mengikuti perkuliahan.

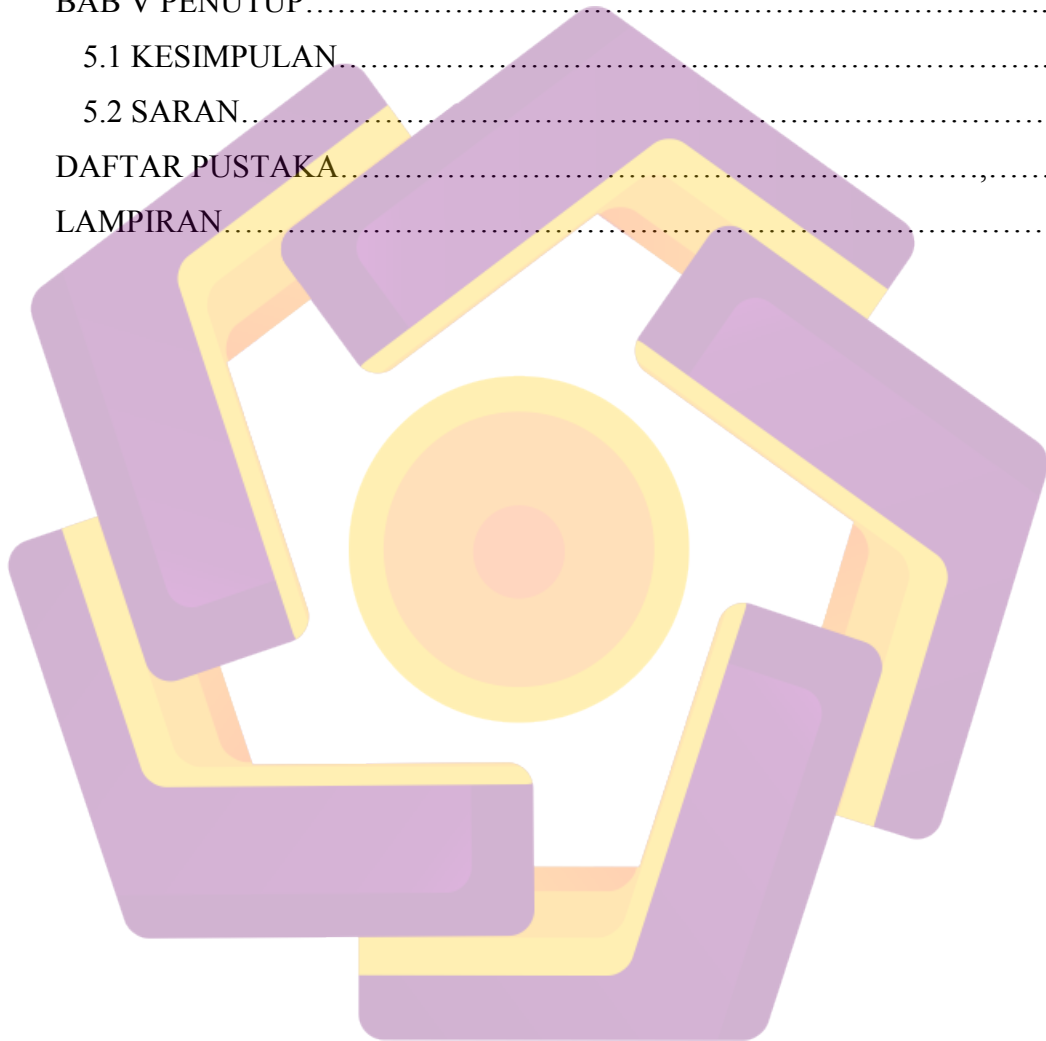
DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	2
1.3 BATASAN MASALAH.....	2
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	2
1.4.1 MAKSUD PENELITIAN.....	2
1.4.2 TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.5 METODE PENELITIAN.....	3
1.5.1 METODE PENGUMPULAN DATA.....	3
1.5.1.1 METODE OBSERVASI.....	3
1.5.1.2 METODE WAWANCARA.....	3
1.5.1.3 METODE STUDI PUSTAKA.....	3
1.5.2 METODE ANALISIS SWOT.....	4
1.5.3 METODE PERANCANGAN.....	4
1.5.4 METODE PENGEMBANGAN.....	4
1.5.5 METODE TESTING.....	4
1.6 SISTEMATIS PENULIS.....	4

BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.2 KONSEP DASAR MULTIMEDIA.....	11
2.2.1 PENGERTIAN MULTIMEDIA.....	11
2.2.2 SEJARAH MULTIMEDIA.....	11
2.2.3 ELEMEN ELEMEN MULTIMEDIA.....	12
2.3 KONSEP DASAR IKLAN.....	12
2.3.1 PENGERTIAN IKLAN.....	12
2.3.2 TUJUAN IKLAN.....	13
2.4 IKLAN INSTAGRAM.....	13
2.5 DEFINISI VIDEO.....	14
2.5.1 KARAKTERISTIK VIDEO.....	14
2.5.2 STANDART VIDEO.....	14
2.6 TEKNIK LIVESHOT.....	15
2.6.1 JENIS JENIS SHOOT.....	15
2.7 B-ROLL.....	18
2.8 METODE PRODUKSI.....	19
2.8.1 PRA PRODUKSI.....	19
2.8.2 PRODUKSI.....	19
2.8.3 PASCA PRODUKSI.....	20
2.9 ANALISIS SWOT.....	21
2.9.1 PENGERTIAN ANALISIS SWOT.....	21
2.9.2 MANFAAT ANALISIS SWOT.....	21
2.9.3 FAKTOR FAKTOR ANALISIS SWOT.....	22
2.10 METODE PENGUJIAN.....	22
2.10.1 KUISIONER.....	22
2.10.2 RESPONDEN.....	24
2.10.3 SKALA LIKERT.....	24
2.11 PERANGKAT YANG DIGUNAKAN.....	24
2.11.1 ADOBE PREMIERE PRO.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26

3.1	TINJAUAN PUSTAKA.....	26
3.1.1	SEJARAH KUMIKTEA.....	26
3.1.2	LOGO KUMIKTEA.....	26
3.1.3	ALAMAT KUMIKTEA.....	26
3.1.4	PRODUK.....	26
3.2	ANALIS.....	27
3.2.1	DEFINISI ANALIS SISTEM.....	27
3.2.2	ANALIS SWOT.....	27
3.2.3	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM.....	29
3.2.3.1	KEBUTUHAN FUNGSIONAL.....	29
3.2.3.2	KEBUTUHAN NON FUNGSIONAL.....	29
3.2.3.3	KEBUTUHAN PENGGUNA.....	30
3.2.4	ANALISIS KELAYAKAN SISTEM.....	30
3.2.4.1	KELAYAKAN TEKNELOGI.....	30
3.2.4.2	KELAYAKAN HUKUM.....	31
3.2.4.3	KELAYAKAN OPERASIONAL.....	31
3.3	PRA PRODUKSI.....	31
3.3.1	PERANCANGAN IDE DAN KONSEP.....	31
3.3.2	PERANCANGAN NASKAH.....	32
3.3.3	PERANCANGAN STORYBOARD.....	34
BAB IV	IIMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1	PEMBAHASAN.....	38
4.2	TAHAPAN PRODUKSI.....	38
4.2.1	PROSES PENGAMBILAN GAMBAR.....	38
4.3	TAHAPAN PASCA PRODUKSI.....	39
4.3.1	PENYUTINGAN GAMBAR.....	39
4.3.2	COLOR CORRECTION.....	42
4.3.3	RENDERING.....	44
4.4	EVALUASI.....	45
4.4.1	PERBANDINGAN KELAYAKAN OPERASIONAL DENGAN HASIL AKHIR.....	45

4.4.2 KUISIONER PENGUJIAN.....	47
4.4.3 PERHITUNGAN MENGGUNAKAN SKALA LIKERT.....	49
4.5 MEDIA PLACEMENT.....	51
4.5.1 PENAYANGAN DI MEDIA SOSIAL.....	52
4.6 PENYERAHAN HASIL PENELITIAN.....	52
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 KESIMPULAN.....	54
5.2 SARAN.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	58



DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 KAJIAN PUSTAKA.....	8
TABEL 2.2 SKOR SKALA LIKERT.....	24
TABEL 2.3 PEDOMAN PENILAIAN ACUAN PATOKAN.....	25
TABEL 3.1 ANALISIS SWOT.....	27
TABEL 3.2 KEBUTUHAN FUNGSIONAL.....	29
TABEL 3.3 KEBUTUHAN PERANGKAT LUNAK.....	30
TABEL 3.4 PERANCANGAN NASKAH.....	32
TABEL 3.5 PERANCANGAN STORYBOARD.....	34
TABEL 4.1 PERBANDINGAN KEBUTUHAN AKHIR OPERASIONAL DENGAN HASIL AKHIR.....	45
TABEL 4.2 SAMPLE HASIL PENGUJIAN KUISIONER.....	47
TABEL 4.3 BOBOT PENILAIAN.....	48
TABEL 4.4 PRESENTASE NILAI SKALA LIKERT.....	48
TABEL 4.5 HASIL PENILAIAN PERTANYAAN PERTAMA.....	49
TABEL 4.6 HASIL PENILAIAN PERTANYAAN KEDUA.....	49
TABEL 4.7 HASIL PENILAIAN PERTANYAAN KETIGA.....	50
TABEL 4.8 HASIL PENILAIAN PERTANYAAN KEEMPAT.....	50
TABEL 4.9 HASIL PENILAIAN PERTANYAAN KELIMA.....	50
TABEL 4.10 HASIL PENILAIAN PERTANYAAN KEENAM.....	51
TABEL 4.11 HASIL PENILAIAN PERTANYAAN KETUJUH.....	51

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 EXTREME LONG SHOOT.....	16
GAMBAR 2.2 WIDE SHOOT.....	16
GAMBAR 2.3 MEDIUM SHOOT.....	16
GAMBAR 2.4 MEDIUM CLOSE UP.....	17
GAMBAR 2.5 CLOSE UP.....	17
GAMBAR 2.6EXTREME CLOSE UP.....	17
GAMBAR 2.7 TWO SHOOT.....	18
GAMBAR 2.8 ALUR TAHAPAN PRODUKSI.....	20
GAMBAR 3.1 LOGO KUMIKTEA.....	26
GAMBAR 3.2 PRODUK KUMIKTEA.....	27
GAMBAR 4.1 PROSES PENGAMBILAN GAMBAR.....	39
GAMBAR 4.2 MEMBUAT NEW PROJEK.....	40
GAMBAR 4.3 MENGIMPORT VIDEO.....	40
GAMBAR 4.4 MENYUSUN VIDEO KE TIMELINE.....	41
GAMBAR 4.5 MENAMBAHKAN MUSIK BACKGROUND.....	41
GAMBAR 4.6 MEMBERIKAN EFEK SUARA.....	42
GAMBAR 4.7 MEMBERIKAN VOICE OVER.....	42
GAMBAR 4.8 MENAMBAHKAN ADJUSTMENT LAYER.....	43
GAMBAR 4.9 COLOR CORRECTION.....	43
GAMBAR 4.10 PROSES RENDERING.....	44
GAMBAR 4.11 VIDEO HASIL PENELITIAN.....	52
GAMBAR 4.12 VIDEO HASIL PENELITIAN.....	53
GAMBAR 4.13 PENYERAHAN HASIL PENELITIAN.....	53

INTISARI

Kumiktea adalah sebuah usaha yang menjual berbagai macam minuman seperti thaitea,matcha, yogurt,cappuccino dan coklat, terdapat juga minuman dengan basic biscuit dan buah buahan. beralamat di Jl.sumarwi no 6,wonosari,kecamatan wonosari,kabupaten gunungkidul,daerah istimewa yogyakarta.Kumiktea mengandalkan Instagram untuk menjangkau konsumen dalam mempromosikan usahanya.

Dalam mempromosikan Kumiktea memiliki beberapa kendala yaitu promosi yang digunakan hanya sebatas postingan foto di Instagram sehingga informasinya belum dapat menampilkan semua informasi secara maksimal. melihat usaha tersebut belum memiliki media promosi secara audio dan visual peneliti melihat peluang bahwa usaha tersebut akan lebih baik apabila mempunyai promosi berbasis video.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pembuatan Video Iklan Minuman Kumiktea sebagai Media Promosi dengan Menggunakan Teknik Live shoot dan B-roll. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk menyampaikan informasi tentang Yoiwae.Ind yang belum tersampaikan ke media lama.

Kata Kunci: Iklan, Video, Minuman, B – Roll, Live Shoot, Promosi

ABSTRACT

Kumiktea is a business that sells various kinds of drinks such as Thaitea, matcha, yogurt, cappuccino and chocolate, there are also drinks with basic biscuits and fruits. having its address at Jl. sumarwi no 6, Wonosari, Wonosari sub-district, Gunungkidul Regency, Yogyakarta special area. Kumiktea relies on Instagram to reach consumers in promoting its business.

In promoting Kumiktea, there are several obstacles, namely the promotion that is used is only limited to posting photos on Instagram so that the information cannot display all the information optimally. Seeing that the business does not have audio and visual promotional media, the researcher sees an opportunity that the business will be better if it has video-based promotions.

From the description above, the authors are interested in conducting research with the title Making Kumiktea Drinks Advertising Video as a Promotional Media by Using Live Shoot and B-roll Techniques. This research is expected to be a solution to convey information about Yoiwae.Ind that has not been conveyed to the old media.

Keywords: Advertising, Video, Drink, B – Roll, Live Shoot, Promotion