

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BVAPOR JOGJA MENGGUNAKAN
TEKNIK *LIVE SHOT*, *TIMELAPSE* DAN *SLOW MOTION EFFECT***

SKRIPSI



disusun oleh

Jefrianto

15.12.8899

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

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BVAPOR JOGJA MENGGUNAKAN
TEKNIK *LIVE SHOT*, *TIMELAPSE* DAN *SLOW MOTION EFFECT***

SKRIPSI

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



disusun oleh

Jefrianto

15.12.8899

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BVAPOR JOGJA MENGGUNAKAN
TEKNIK *LIVE SHOT*, *TIMELAPSE* DAN *SLOW MOTION EFFECT***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Jefrianto

15.12.8899

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 03 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Hastari Utama, M.Cs

NIK. 190302230

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA BVAPOR JOGJA MENGGUNAKAN
TEKNIK *LIVE SHOT, TIMELAPSE* DAN *SLOW MOTION EFFECT***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Jefrianto

15.128899

telah dipertandatangani di depan Dewan Penguji
pada tanggal 03 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda tangan

Anggit Dwi Hartanto, M.Kom

NIK. 190302163

Norhikmah, M.Kom

NIK. 190302245

Hastari Utama, M.Cs

NIK. 190302230

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 03 Agustus 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, 03 Agustus 2022



Jefrianto

NIM. 15.12.8899

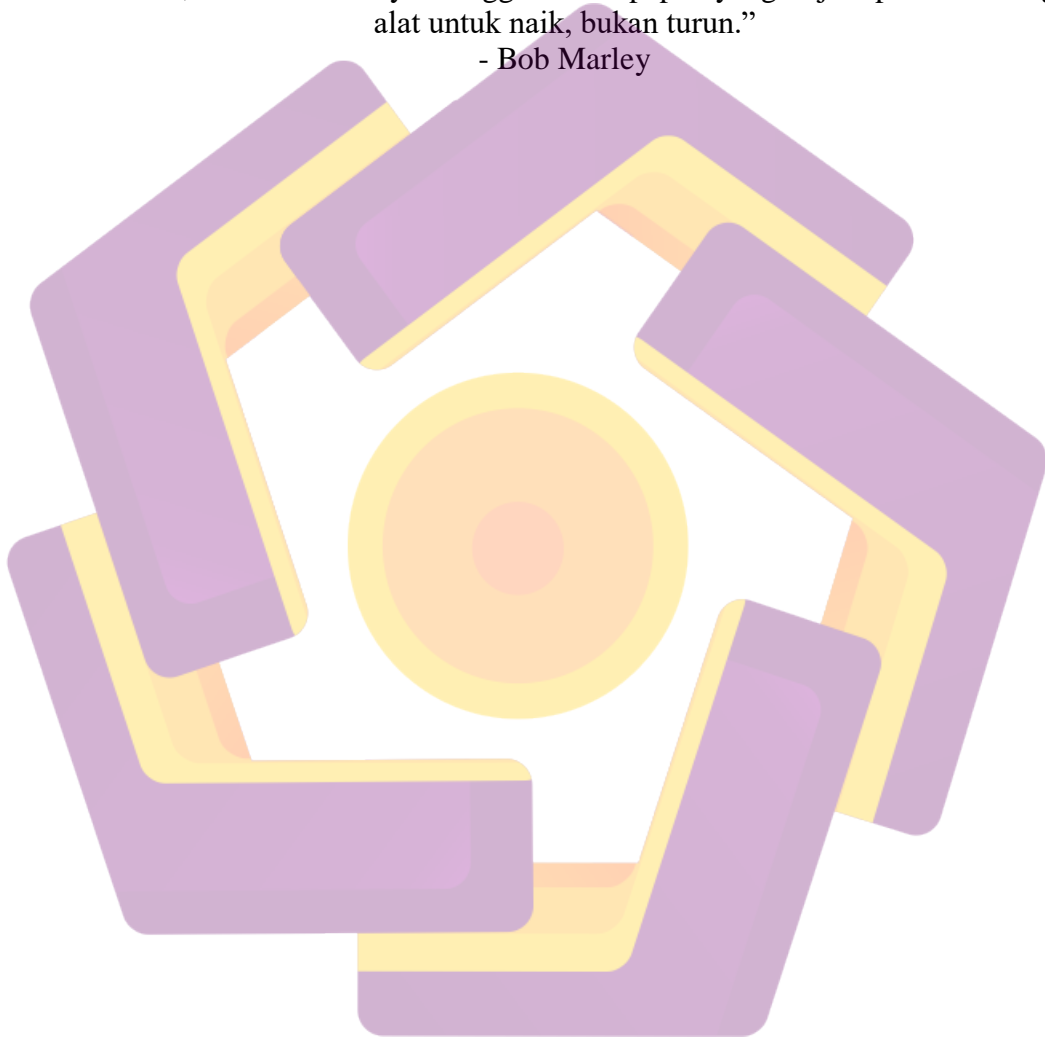
MOTTO

“Kita Boleh saja kecewa dengan apa yang terjadi, tetapi jangan pernah kehilangan harapan untuk masa depan yang lebih baik.”

- Bambang Pamungkas

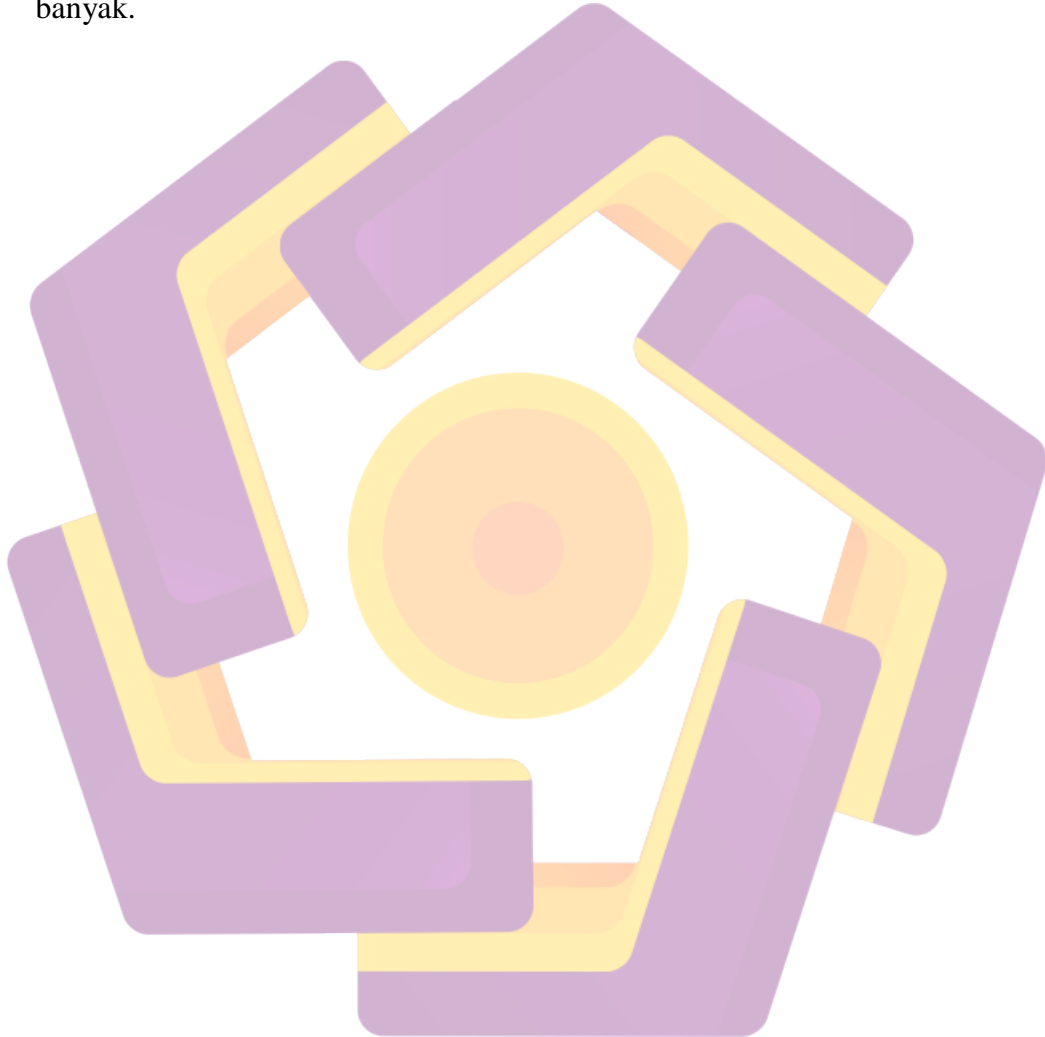
“Kamu seharusnya tidak menyerah terhadap apapun yang terjadi padamu. Maksudku, kamu seharusnya menggunakan apapun yang terjadi padamu sebagai alat untuk naik, bukan turun.”

- Bob Marley



PERSEMBAHAN

Dengan rasa penuh rasa sukur, dengan telah selesainya skripsi ini saya sebagai penulis mempersembahkan skripsi ini untuk orang tua saya yang selalu mendukung hal positif yang saya lakukan, memberikan saya restu untuk melanjutkan pendidikan di kota Yogyakarta. Terima kasih atas segala pengorbanan telah diberikan, nasihat dan doa yang selalu diberikan. Terimakasih banyak.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridanya saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pembuatan Video Iklan pada Bvapor Jogja Menggunakan Teknik *Live Shot*, *Timelapse* dan *Slow Motion Effect*” dengan baik.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada program studi sistem informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta dan penyusunan skripsi ini merupakan salah satu cara saya dalam menambah ilmu dan pengalaman dalam bidang *videography* yang sedang saya tekuni.

Dalam proses penyusunan skripsi saya menyadari banyak pihak yang memberi dukungan dan bantuan kepada saya. Jadi saya ucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu saya yang selalu mengingatkan saya untuk cepat menyelesaikan skripsi, sabar dengan tingkah anaknya yang masih memikirkan diri sendiri.
2. Ibu Norhikmah, M.Kom selaku dosen wali saya yang selalu mengingatkan saya untuk secepatnya menyelesaikan skripsi saya.
3. Bapak Hastari Utama, M.Cs selaku dosen pembimbing saya, yang sudah membantu saya dalam menyelesaikan tulisan dan projek video saya.
4. Bapak dan Ibu dosen yang dulu mengajar dikelas saya, memberikan saya ilmu dalam penulisan skripsi dan *basic editing video*.
5. Floor Ride Crew, rumah pertama saya di Yogyakarta, yang membantu saya dalam mengembangkan hobi saya dan banyak memberikan pengalaman baru kepada saya.
7. Bvapor dan tim produksi dalam projek skripsi ini yang sudah mau direpotkan untuk meluangkan waktunya.
6. Teman – teman kelas dan komunitas yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk segera menyusul untuk wisuda. Wulan yang mau mendengarkan cerita waktu tidak ada ide selama penyusunan skripsi. Bos Anod yang mau membagi ilmu dan pengalamannya dalam dunia fotografi.

Terima kasih banyak kepada setiap orang yang pernah saya temui. Semoga skripsi ini bisa menjadi referensi untuk yang sedang menyusun skripsi dan saya mohon maaf jika penyusunan skripsi ini belum sempurna.

Yogyakarta, 03 Agustus 2022

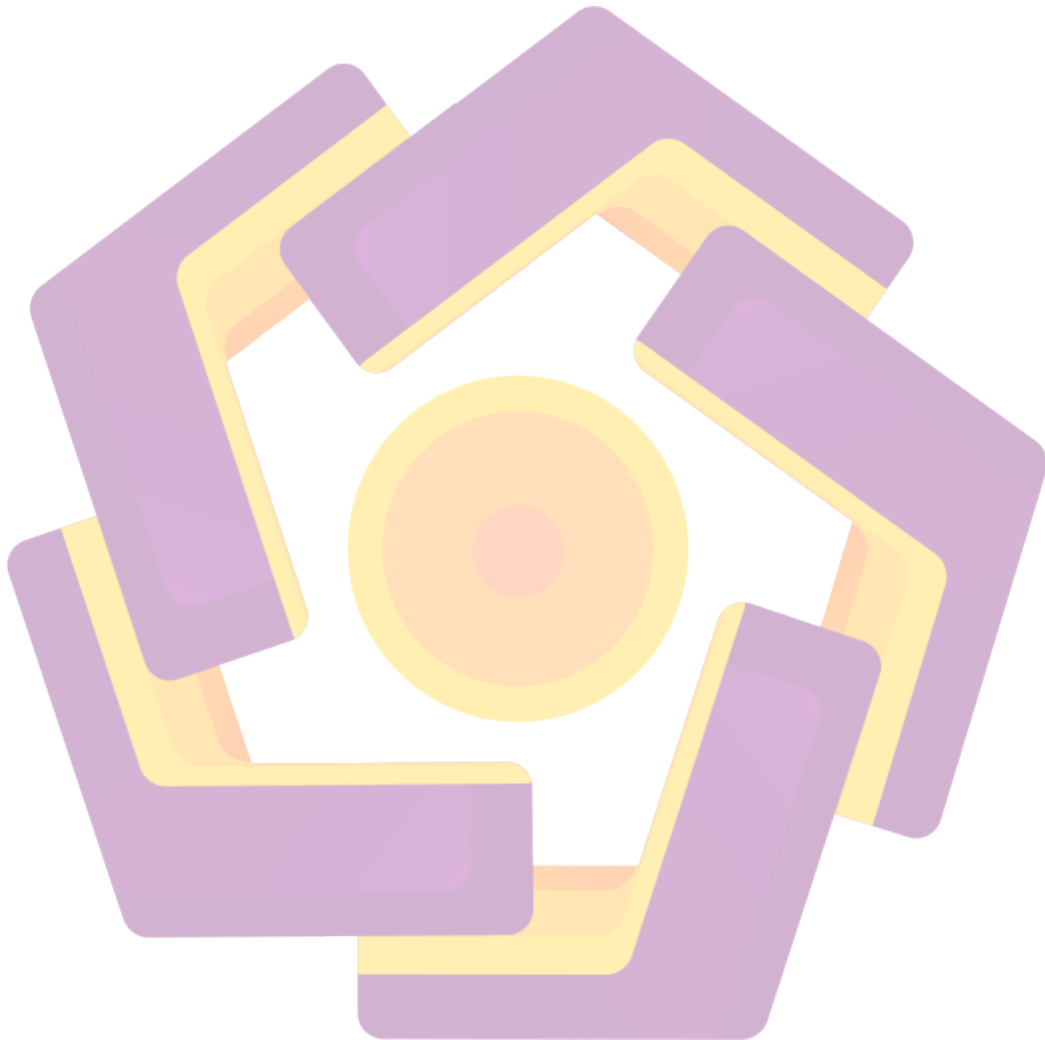
Jefrianto

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.6 Metode Pembuatan	5
1.7 Sistematika Penelitian	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	16
2.2.1 Definisi Multimedia	16
2.2.2 Sistem Multimedia	17
2.2.3 Elemen Multimedia.....	18
2.3 Konsep Dasar Iklan	20
2.3.1 Definisi Iklan.....	21

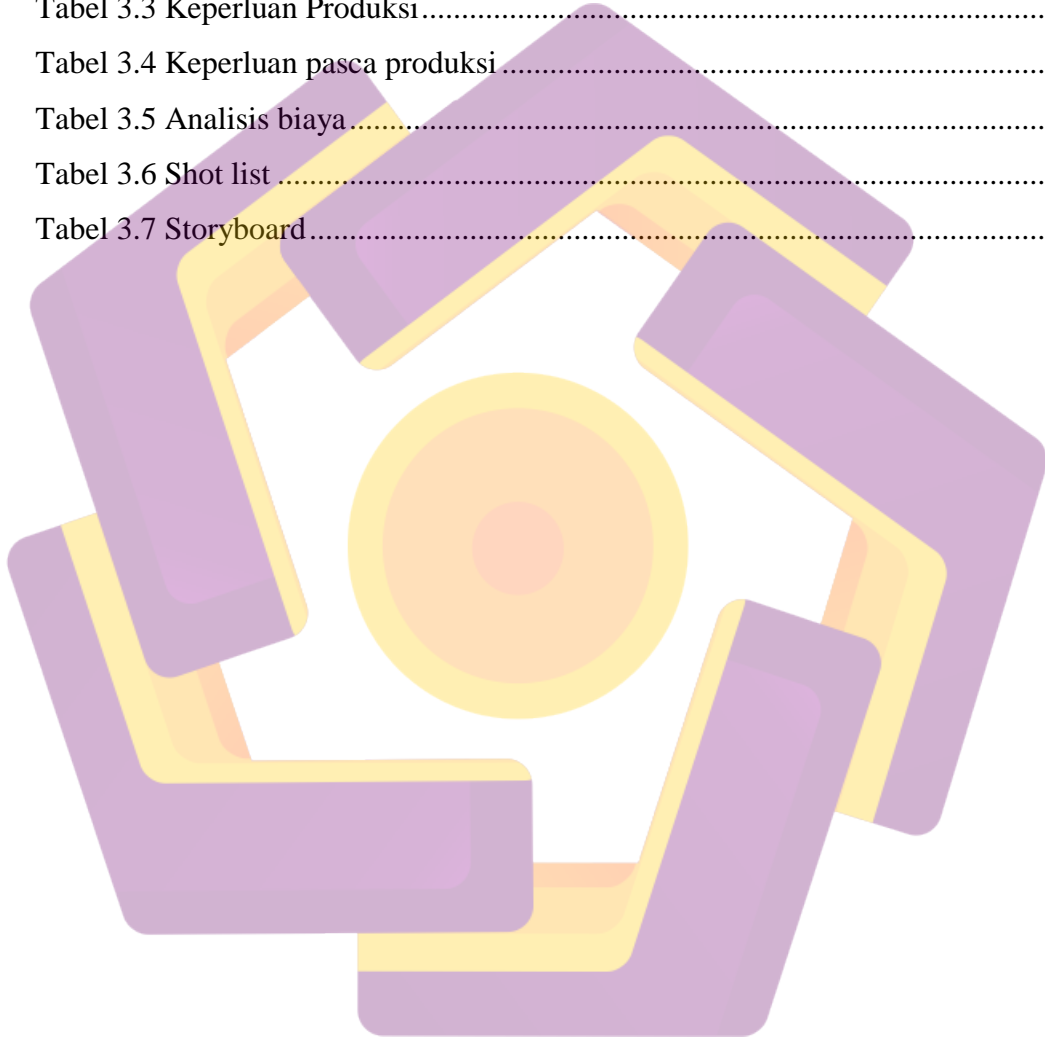
2.3.2	Media Periklanan	22
2.3.3	Tujuan Periklanan	23
2.4	Definisi Live Shot.....	25
2.4.1	Camera Angel.....	25
2.4.2	<i>Shot Size</i>	28
2.4.3	<i>Camera Movement</i>	33
2.5	Slow Motion	36
2.6	Timelapse	36
BAB III.....		37
ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		37
3.1	Bvapor Jogja.....	37
3.2	Pengumpulan Data.....	37
3.2.1	Wawancara.....	37
3.2.2	Observasi.....	39
3.3	Analisis Masalah	40
3.4	Solusi yang dipilih.....	43
3.5	Analisis Kebutuhan	44
3.5.1	Kebutuhan Fungsional	45
3.5.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	46
3.6	Analisis Biaya.....	49
3.7	Perancangan Video Iklan.....	50
3.7.1	Konsep.....	50
BAB IV		67
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		67
4.1	Produksi.....	67
4.2	Pasca Produksi.....	69
4.2.1	<i>Offline Editing</i>	69
4.2.2	<i>Online Editing</i>	76
4.3	Hasil Penayangan	87
BAB V.....		90
PENUTUP.....		90

5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA		92



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan pusaka	13
Tabel 3.1 Analisis masalah	41
Tabel 3.2 Strategi	42
Tabel 3.3 Keperluan Produksi.....	46
Tabel 3.4 Keperluan pasca produksi.....	47
Tabel 3.5 Analisis biaya.....	49
Tabel 3.6 Shot list	54
Tabel 3.7 Storyboard.....	60

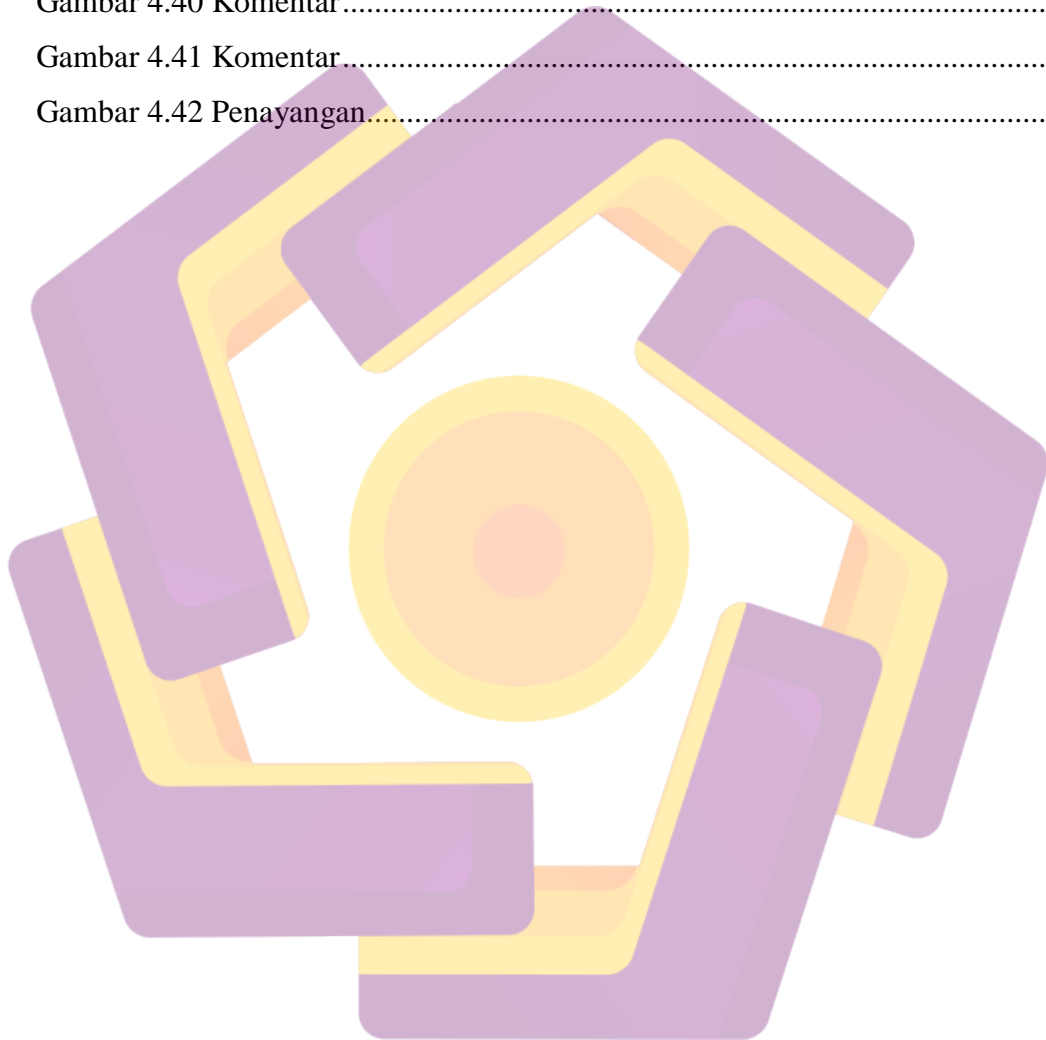


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Bird angle</i>	26
Gambar 2.2 <i>Bird angle</i>	26
Gambar 2.3 <i>High angle</i>	26
Gambar 2.4 <i>High angle</i>	26
Gambar 2.5 <i>Low angle</i>	27
Gambar 2.6 <i>Low angle</i>	27
Gambar 2.7 <i>Eye level</i>	27
Gambar 2.8 <i>Eye level</i>	27
Gambar 2.9 <i>Frog eye</i>	28
Gambar 2.10 <i>Frog eye</i>	28
Gambar 2.11 <i>Extreme long shot</i>	29
Gambar 2.12 <i>Extreme long shot</i>	29
Gambar 2.13 <i>Long shot</i>	29
Gambar 2.14 <i>Long shot</i>	29
Gambar 2.15 <i>Knee shot</i>	30
Gambar 2.16 <i>Knee shot</i>	30
Gambar 2.17 <i>Medium shot</i>	31
Gambar 2.18 <i>Medium shot</i>	31
Gambar 2.19 <i>Medium close up</i>	31
Gambar 2.20 <i>Medium close up</i>	31
Gambar 2.21 <i>Close up</i>	32
Gambar 2.22 <i>Close up</i>	32
Gambar 2.24 <i>Big close up</i>	32
Gambar 2.23 <i>Big close up</i>	32
Gambar 2.26 <i>Extreme close up</i>	33
Gambar 2.25 <i>Extreme close up</i>	33
Gambar 4.1 BTS produksi.....	67
Gambar 4.2 BTS produksi.....	67
Gambar 4.3 BTS produksi.....	68

Gambar 4.4 BTS produksi.....	68
Gambar 4.5 BTS produksi.....	68
Gambar 4.6 BTS produksi.....	68
Gambar 4.7 Foto <i>timelapse</i>	68
Gambar 4.8 Pembuatan <i>timelapse</i>	70
Gambar 4.9 Pembuatan <i>timelapse</i>	70
Gambar 4.10 Pembuatan <i>timelapse</i>	71
Gambar 4.11 Pembuatan <i>timelapse</i>	71
Gambar 4.12 Pembuatan <i>timelapse</i>	72
Gambar 4.13 Pembuatan <i>slow motion</i>	73
Gambar 4.14 Pembuatan <i>slow motion</i>	73
Gambar 4.15 Pembuatan <i>slow motion</i>	74
Gambar 4.16 Pembuatan <i>slow motion</i>	74
Gambar 4.17 Pembuatan <i>slow motion</i>	75
Gambar 4.18 Pembuatan <i>slow motion</i>	75
Gambar 4.19 <i>Sound effect</i>	76
Gambar 4.20 <i>Computer graphic image</i>	77
Gambar 4.21 <i>Computer graphic image</i>	78
Gambar 4.22 <i>Computer graphic image</i>	78
Gambar 4.23 <i>Color grading</i>	79
Gambar 4.24 <i>Color grading</i>	79
Gambar 4.25 <i>Color grading</i>	80
Gambar 4.26 <i>Color grading</i>	80
Gambar 4.27 <i>Color grading</i>	81
Gambar 4.28 <i>Color grading</i>	81
Gambar 4.29 <i>Color grading</i>	82
Gambar 4.30 <i>Color grading</i>	82
Gambar 4.31 <i>Rendering</i>	83
Gambar 4.32 <i>Rendering</i>	84
Gambar 4.33 <i>Rendering</i>	84
Gambar 4.34 <i>Rendering</i>	85

Gambar 4.35 <i>Rendering</i>	85
Gambar 4. 36 <i>Rendering</i>	86
Gambar 4.37 <i>Rendering</i>	86
Gambar 4.38 Instagram <i>insights</i>	87
Gambar 4.39 Instagram <i>insights</i>	87
Gambar 4.40 Komentar	88
Gambar 4.41 Komentar	88
Gambar 4.42 Penayangan	89



INTISARI

Bvapor Jogja menemui banyak orang masih ragu untuk beralih dari rokok biasa kerokok elektrik (vape) dikarenakan takut tidak dapat menggunakannya dengan baik atau sekedar takut rasanya berbeda jauh rangan rokok biasa. Dengan permasalahan tersebut Bvapor Jogja ingin memberikan sebuah informasi dimana vape lebih baik dibanding rokok biasanya. Dan dengan permasalahan tersebut Bvapor Jogja dapat memperluas jaringan konsumen.

Dari permasalahan diatas penulis melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan observasi untuk mengumpulkan informasi. Setelah mendapatkan informasi yang cukup jelas penulis melakukan analisis masalah untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal dengan menggunakan metode analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dari Bvapor Jogja.

Dari hasil evaluasi penulis membuat tabel stretegi dan kemudian mendapatkan solusi yang paling efektif dan murah yaitu membuat video iklan yang menarik dengan salah satu pelaku komunitas breaking di Yogyakarta dengan mengkobinasikan teknik *live shot*, *timelapse* dan *slow motion effect* dan diposting diinstagram Bvapor Jogja.

Kata kunci: Multimedia, informasi, wawancara, observasi, internal, eksternal, analisis SWOT, efektif, video iklan, *live shot*, *timelapse*, *slow motion effect*.

ABSTRACT

Bvapor Jogja found that many people are still hesitant to switch from regular cigarettes to electric cigarettes (vape) for fear of not being able to use them properly or just because they are afraid that the taste will be very different from ordinary cigarettes. With this problem, Bvapor Jogja wants to provide information on where vaping is better than regular cigarettes. And with these problems Bvapor Jogja can expand the consumer network.

From the problems above, the authors collect data by conducting interviews and observations to collect information. After getting clear enough information, the author conducts a problem analysis to determine internal and external conditions using the SWOT analysis method to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Bvapor Jogja.

From the results of the evaluation, the author made a strategy table and then got the most effective and inexpensive solution, namely making an interesting video advertisement with one of the actors of the breaking community in Yogyakarta by combining live shot, timelapse and slow motion techniques and posted on Instagram Bvapor Jogja.

Keywords: *Multimedia, information, interview, observation, internal, external, SWOT analysis, effective, video advertisement, live shot, timelapse, slow motion effect.*