

**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE BLANCO BOOKS &  
COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Bram Alamsyah**

**11.12.6286**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2018**

**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE BLANCO BOOKS &  
COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Bram Alamsyah**

**11.12.6286**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2018**

# PERSETUJUAN

SKRIPSI

**SKRIPSI**

**PERANCANG VIDEO *COMPANY PROFILE* BLANCO BOOKS &  
COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bram Alamsyah**

**11.12.6286**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 28 April 2016

**Dosen Pembimbing,**

  
**Agus Purwanto, M.Kom**

**NIK. 190302229**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN VIDEO *COMPANY PROFILE* BLANCO BOOKS & COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bram Alamsyah**

**11.12.6286**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 Januari 2018

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Tonny Hidayat, M.Kom**  
NIK. 190302182

**Bhanu Sri Nugraha, M.Kom**  
NIK. 190302164

**Agus Purwanto, M.Kom**  
NIK. 190302229



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 30 Januari 2018

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



**Krisnawati, S.Si, M.T.**  
NIK. 190302038

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi maupun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yg pernah di tulis dan/atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan di sebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah di buat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 5 Februari 2018



Bram Alamsyah  
NIM. 11.12.6286

## MOTTO

- Sesungguhnya di balik kesulitan pasti ada kemudahan (QS. Al Insyirah : 5-6)
- Niatmu adalah awal keberhasilan doamu dan doa orang – orang di sekitarmu adalah salah satu cara terpenting untuk mendapatkannya. Kegagalan di setiap langkahmu adalah suatu keyakinan bahwa nantinya kita akan berhasil, maka dari itu bersabarlah Allah selalu menyertai orang - orang yang penuh dengan kesabaran dalam proses menuju keberhasilan. Sesungguhnya kesabaran akan membuatmu mengerti bagaimana mensyukuri arti sebuah keberhasilan.
- Jangan pernah malu untuk maju, karna malu tidak akan membuatmu berarti dan teruslah bangkit, apapun yang orang lain katakan atau apapun hasilnya pasti kita bisa melewati masa – masa sulit karna Tuhanmu tidak akan memberikan cobaan melebihi kemampuan hambanya.
- Mungkin aku berbeda dari yang lain, atau mungkin aku terlambat, at least i finished what i started.

## PERSEMBAHAN

1. Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan, jalan, dan petunjuk dalam menapaki hidup ini.
2. Orang tua tercinta, Ayahanda Alm Drs. Tan Alamsyah dan Ibunda Husmaniar yang telah sabar mendukung, membimbing dan memotivasi, serta senantiasa mendoakan keberhasilan untuk anaknya.
3. Untuk semua saudara khususnya keluarga besar Tan Alamsyah, terima kasih kakak – kakakku yang telah memberikan suport yang tak henti hentinya, juga nasehat yang baik agar skripsi ini bisa terselesaikan.
4. Buat teman teman Gowsky dan Jamsar, tanpa kalian skripsi ini tak berkesudahan, terimakasih sudah menjadi bagian paling penting.
5. Untuk teman teman di jogja dan di batam, terimakasih telah menjadi pendorong dalam menyelesaikan pendidikan S1.
6. Bapak Agus Purwanto, M.Kom sebagai dosen pembimbing saya yang telah banyak memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Kepada pihak Blanco Books & Coffee, terima kasi telah menjadi objek dalam skripsi saya.
8. Dan semua pihak yang telah banyak membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Peranvangan Video Company Profile Blanco Books & Coffee Sebagai Media Promosi”

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk persyaratan kelulusan jenjang program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Komputer jurusan Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan beberapa pihak yang telah memberikan dorongan moril maupun spiritual dan juga bimbingan ilmu pengetahuan. Oleh karna itu, Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati S. Si, M.T selaku Dekan dan Ketua jurusan S1 Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Agus Purwanto, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan selama proses pembuatan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta atas semua ilmu dan pengetahuannya yang telah diberikan.
5. Serta Kepada semua pihak yang telah banyak membantu selama proses pembuatan skripsi ini.



Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan minimnya pengalaman penulis.

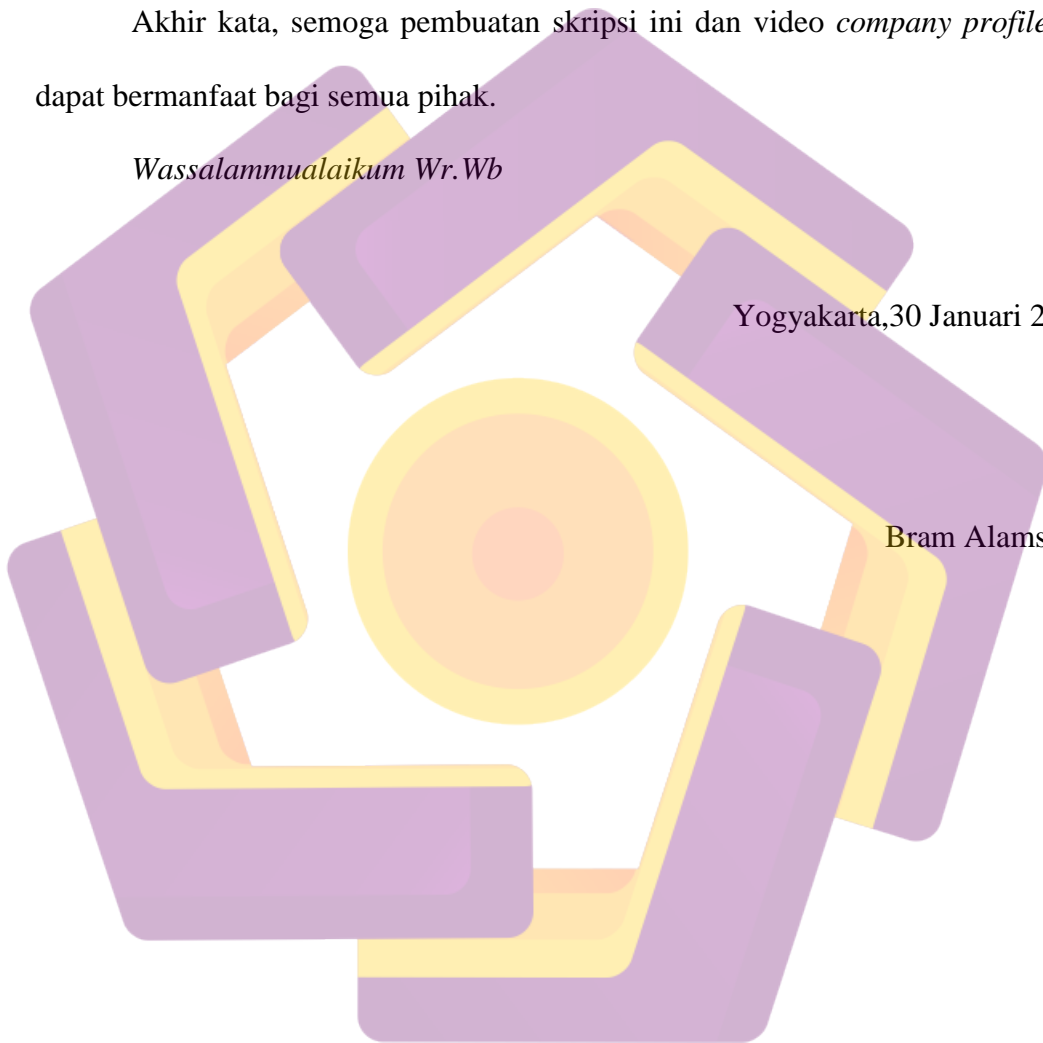
Penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan juga penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, semoga pembuatan skripsi ini dan video *company profile* ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalammualaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 30 Januari 2018

Bram Alamsyah



## DAFTAR ISI

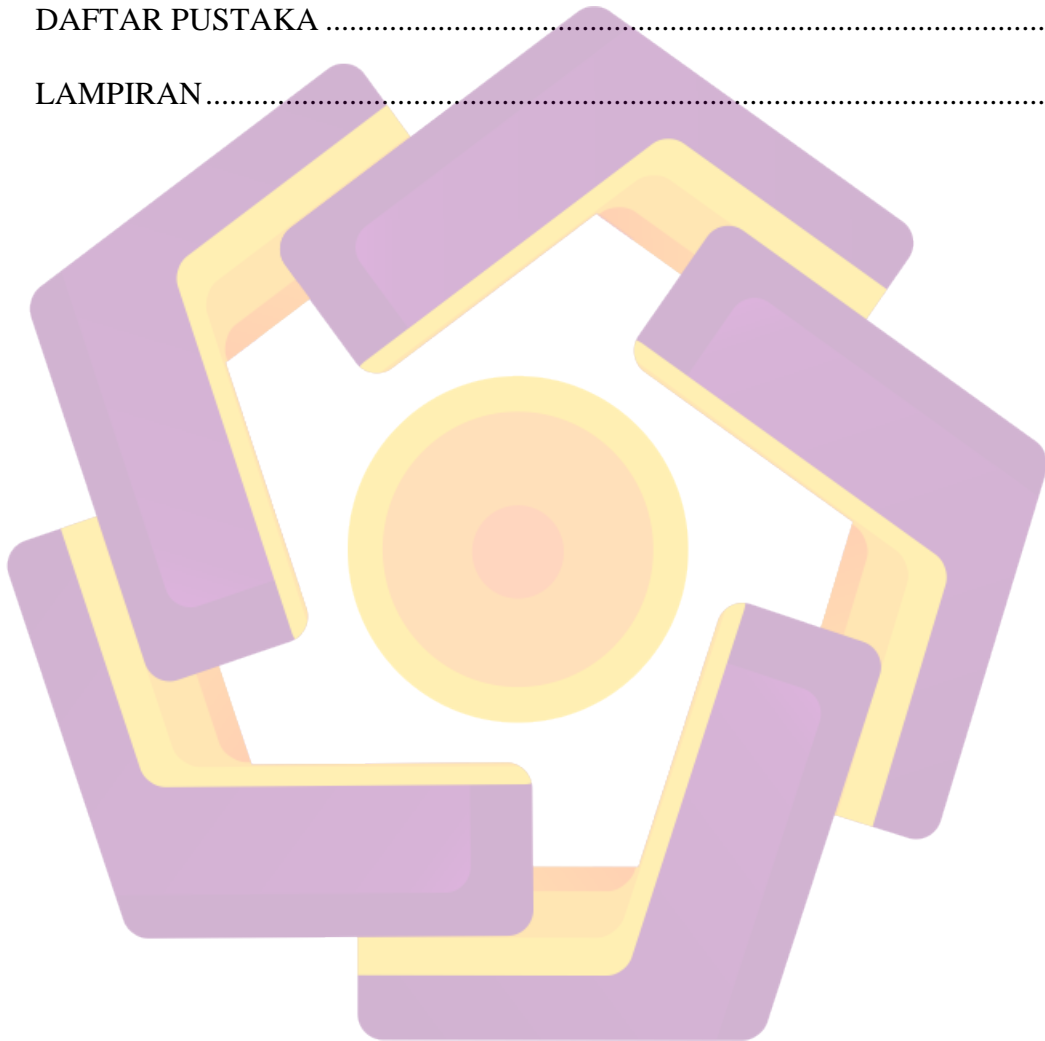
JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
INTISARI.....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Metode Penelitian .....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.5.2 Metode Analisis.....	5

1.5.3 Metode Perancangan Company Profile .....	5
1.5.4 Evaluasi .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Dasar Teori .....	9
2.2.1 Pengertian <i>Company Profile</i> .....	9
2.2.2 Pengertian <i>Video Company Profile</i> .....	9
2.2.3 Konsep Dasar Media .....	10
2.2.4 Promosi.....	10
2.3 Analisis SWOT .....	11
2.4 Analisis Kebutuhan.....	12
2.5 Tahapan Produksi .....	13
2.5.1 Tahap Pra Produksi .....	13
2.5.2 Tahap Produksi.....	15
2.5.2.1 Teknik Pengambilan Gambar.....	16
2.5.2.2 <i>Time Lapse</i> .....	21
2.5.2.3 Animasi .....	21
2.5.2.4 Sound .....	21
2.5.3 Tahap Pasca Produksi.....	22
2.5.3.1 <i>Editing Video</i> .....	22
2.5.3.2 <i>Compositting</i> .....	23
2.5.3.3 <i>Rendering</i> .....	23

2.6 Evaluasi.....	23
2.7 Kuisisioner.....	25
2.7.1 Kuisisioner Tertutup .....	26
2.7.2 Kuisisioner Terbuka.....	26
2.7.3 Perhitungan Kuisisioner (Skala Likert).....	26
2.7.4 Menentukan Interval.....	27
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Gambaran Umum.....	27
3.1.1 Latar Belakang Blanco Books and Cafe.....	27
3.1.2 Deskripsi Blanco Books and Cafe.....	28
3.1.3 Produk .....	28
3.2 Pengumpulan Data.....	28
3.2.1 Metode Observasi.....	28
3.2.1.1 Instagram.....	28
3.2.1.2 Website .....	29
3.2.2 Metode Wawancara.....	30
3.3 Analisis Masalah.....	32
3.3.1 Analisis SWOT.....	32
3.3.1.1 <i>Strength</i> (Kekuatan) .....	32
3.3.1.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan) .....	33
3.3.1.3 <i>Opportunity</i> (Peluang) .....	33
3.3.1.4 <i>Threat</i> (Ancaman) .....	34
3.4 Analisis Kebutuhan Sistem.....	37

3.4.1 Analisis Kebutuhan Fungsional.....	37
3.4.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	38
3.4.2.1 Analisis Kebutuhan <i>Hardware</i> .....	38
3.4.2.2 Analisis Kebutuhan <i>Software</i> .....	40
3.4.2.3 Analisis Kebutuhan SDM .....	40
3.4.3 Analisis Kebutuhan Biaya .....	41
3.5 Perancangan .....	41
3.5.1 Perancangan <i>Storyboard</i> .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Produksi .....	45
4.1.1 Pengambilan Gambar .....	44
4.1.2 Produksi Animasi .....	47
4.1.3 Produksi Suara.....	48
4.2 Pasca Produksi .....	48
4.2.1 <i>Compositing</i> Animasi .....	48
4.2.2 <i>Compositing</i> Video.....	49
4.2.3 <i>Design Graphic</i> .....	53
4.2.4 <i>Editing</i> .....	55
4.2.4.1 <i>Animating</i> .....	55
4.2.5 <i>Rendering</i> .....	57
4.2.6 Hasil <i>Rendering</i> .....	58
4.3 Evaluasi.....	61
4.3.1 <i>Alpha Testing</i> .....	62

4.3.2 Beta <i>Testing</i> .....	63
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Saran .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN.....	1



## DAFTAR TABEL

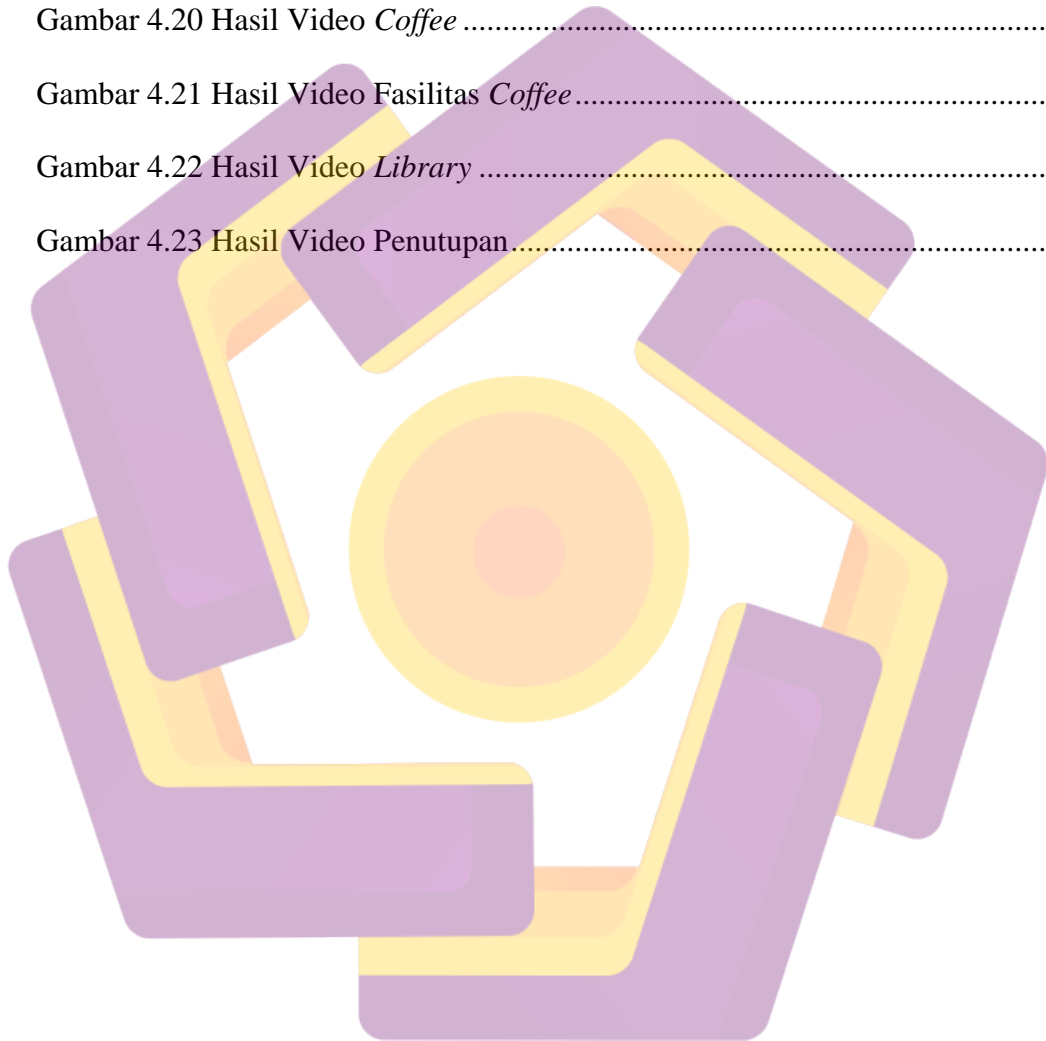
Tabel 2.1 Bagan Tabel matrix SWOT .....	12
Tabel 2.2 Contoh Penilaian Skala Likert .....	24
Tabel 2.3 Contoh Pengkategorian Skor Jawaban.....	26
Tabel 3.1 Analisis SWOT .....	35
Tabel 3.2 Kebutuhan biaya operasional penelitian dan produksi .....	40
Tabel 3.3 Storyboard.....	41
Tabel 4.1 Alpha <i>Testing</i> .....	62
Tabel 4.2 Pengujian Pada Aspek Informasi .....	63
Tabel 4.3 Bobot Nilai .....	64
Tabel 4.4 Persentase Nilai.....	64
Tabel 4.5 Pengujian Pada Tampilan.....	68
Tabel 4.6 Bobot Nilai .....	69
Tabel 4.7 Persentase Nilai.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Pembuatan naskah dengan software Celt-x.....	14
Gambar 2.2 Contoh Storyboard untuk media promosi .....	15
Gambar 2.3 Gerakkan kamera dalam pengambilan gambar .....	16
Gambar 2.4 Proses <i>audio editing</i> dengan <i>software</i> Adobe Audition.....	21
Gambar 2.5 Proses <i>video editing</i> dengan <i>software</i> Adobe after effect .....	22
Gambar 3.1 Instagram.....	29
Gambar 3.2 Website.....	30
Gambar 4.1 Pengambilan Gambar <i>Outdoor</i> .....	45
Gambar 4.2 Pengambilan Gambar <i>Interior</i> .....	46
Gambar 4.3 Pengambilan Gambar Pembuatan Coffee .....	47
Gambar 4.4 Peta Lokasi .....	49
Gambar 4.5 Pengaturan Lembar Kerja.....	50
Gambar 4.6 <i>Library</i> .....	51
Gambar 4.7 <i>Layer</i> .....	51
Gambar 4.8 Komposisi .....	52
Gambar 4.9 <i>Pallete</i> .....	52
Gambar 4.10 <i>Timeline</i> .....	53
Gambar 4.11 Peta Lokasi .....	54
Gambar 4.12 Logo <i>Blanco Coffee</i> .....	54
Gambar 4.13 Pengaturan Komposisi Kerja.....	55
Gambar 4.14 Library Project.....	56
Gambar 4.15 <i>Timeline</i> .....	57



Gambar 4.16 <i>Rendering</i> .....	57
Gambar 4.17 Hasil Video <i>Opening</i> .....	58
Gambar 4.18 Hasil Video <i>Map</i> .....	58
Gambar 4.19 Hasil Video <i>Racikan Coffee</i> .....	59
Gambar 4.20 Hasil Video <i>Coffee</i> .....	59
Gambar 4.21 Hasil Video <i>Fasilitas Coffee</i> .....	60
Gambar 4.22 Hasil Video <i>Library</i> .....	60
Gambar 4.23 Hasil Video <i>Penutupan</i> .....	61



## INTISARI

Media promosi berupa iklan biasanya dibuat dalam bentuk video dan ditayangkan di televisi. Namun dengan perkembangan tren teknologi, sudah banyak pihak yang membuat produk lain sebagai media promosi. Salah satu produk tersebut adalah *company profile*. Dalam setiap perancangan sebuah produk multimedia selalu didasari oleh sebuah permasalahan pada sebuah instansi atau badan usaha. Seperti pada Blanco Books & Coffee yang merupakan salah satu kafe di Daerah Istimewa Yogyakarta yang ingin memperluas jaringan konsumennya dengan biaya terbatas namun tidak keluar dari konsep yang dibawa oleh kafe tersebut.

Dalam proses produksi dapat digabungkan metode-metode berupa *live shoot*, *motion graphic*. Hal tersebut juga didukung dengan tersedianya fasilitas internet yang dapat digunakan sebagai media untuk mempublikasikan produk multimedia tersebut. Penggunaan metode *live shoot* menggunakan teknik-teknik pengambilan gambar dan ditujukan agar mendapat hasil berupa gambar atau video yang berkaitan dengan objek penelitian secara langsung. *Motion graphic* digunakan untuk menampilkan animasi sederhana yang tidak bisa diproses dengan *live shoot*

Dari permasalahan tersebut maka dapat diperoleh solusi berupa video *company profile* sebagai media promosi pada Blanco Books & Coffee. Hasil dari perancangan tersebut akan dipublikasikan melalui media sosial *youtube* dengan akun bernama Blanco Books & Coffee.

**Kata Kunci:** *Company profile*, video, *live shoot*, *motion graphic*.

## **ABSTRACT**

*Promotional media in the form of ads are usually made in the form of video and aired on television. But with the development of technology trends, has many parties who make other products as a media campaign. One such product is company profile. In every design a multimedia product is always based on a problem in an agency or business entity. As in Blanco Books & Coffee which is one of the cafes in Daerah Istimewa Yogyakarta who want to expand its consumer network with limited cost but not out of concept brought by the cafe.*

*In the production process can be combined methods such as live shoot, motion graphic. It is also supported by the availability of internet facilities that can be used as a medium to publish the multimedia products. The use of live shoot method using shooting techniques and intended to get the results of images or video related to the object of research directly. Motion graphics are used to display simple animations that can not be processed with live shoot.*

*From these problems can be obtained solution in the form of a company profile video as a media campaign on Blanco Books & Coffee. The results of the design will be published through social media youtube with account named Blanco Books & Coffee.*

**Keywords:** *Company profile, video, live shoot, motion graphic*

