

**PEMBUATAN VIDEO PROFILE OUTLET EVERYNIGHT
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN VISUAL EFFECT**

SKRIPSI



disusun oleh

Lambang Hadi Wiratma

13.12.7354

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

**PEMBUATAN VIDEO PROFILE OUTLET EVERYNIGHT
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN VISUAL EFFECT**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Lambang Hadi Wiratma

13.12.7354

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO PROFILE OUTLET EVERYNIGHT
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN VISUAL EFFECT**

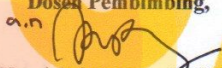
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Lambang Hadi Wiratma

13.12.7354

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 25 Oktober 2016

Dosen Pembimbing,


Dhani Ariatmanto, M.Kom
NIK. 190302197

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO PROFILE OUTLET EVERYNIGHT
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN
TEKNIK LIVE SHOOT DAN VISUAL EFFECT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Lambang Hadi Wiratma

13.12.7354

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 februari 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187



Windha Mega Pradnya D, M.Kom
NIK. 190302185



Dhani Ariatmanto, M.Kom
NIK. 190302197



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 05 Maret 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 490302038

PERNYATAAN KEASLIAN

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, 20 maret 2018

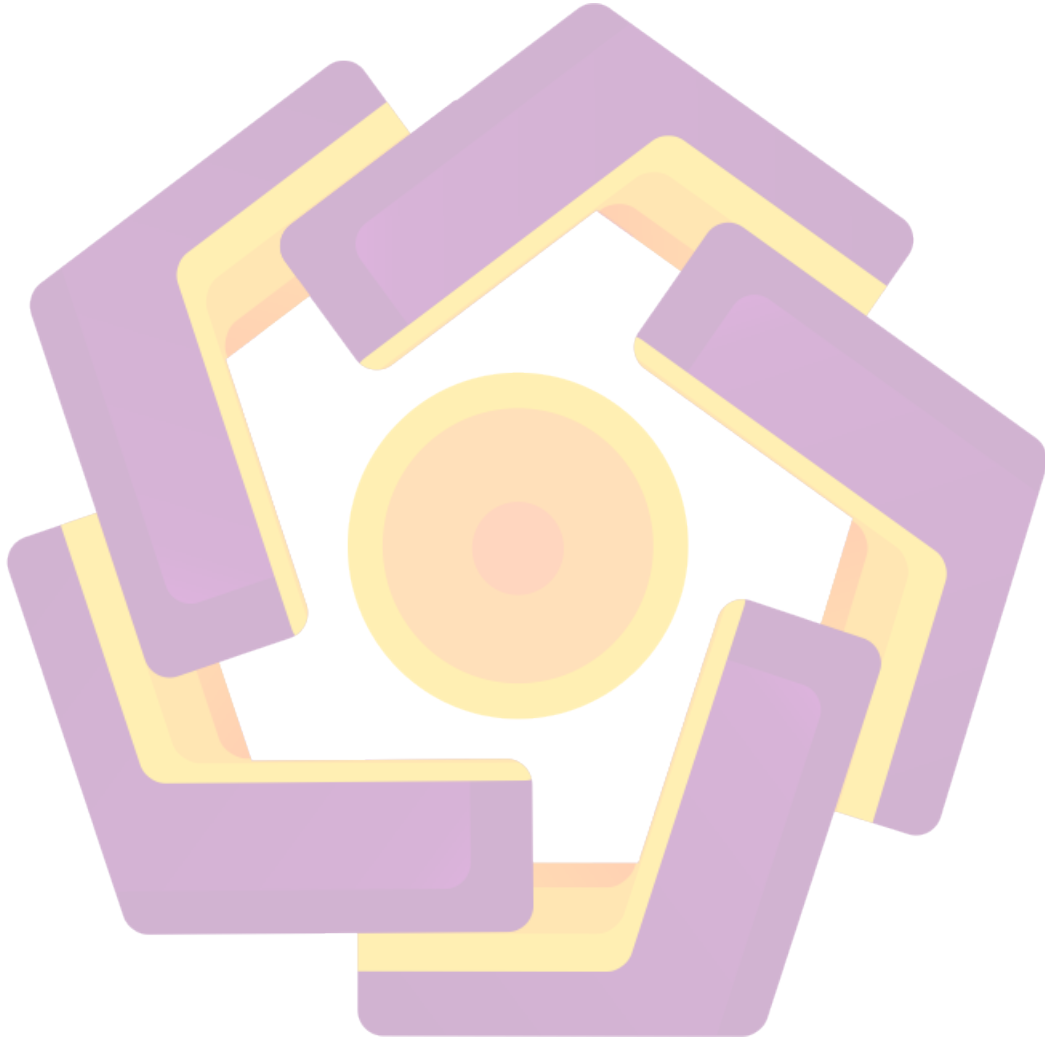


Lambang Hadi Wiratma

NIM. 13.12.7354

MOTTO

- Anggun dalam moral, Unggul dalam intelektual.
- Sehebat apapun kamu, tidak ada apa-apanya jika tidak solat.



PERSEMBAHAN

Pertama-tama puji dan syukur kepada ALLAH S.W.T yang telah memberikan nikmat iman, nikmat sehat, dan juga rahmatnya. Dan tak lupa pula atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. ALLAH S.W.T, karena atas rahmat dan karunia-NYA lah skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada ALLAH penguasa alam yang telah meridhoi dan mengabulkan segala do'a dan upaya.
2. Bapak dan Ibu saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak dan ibuku.
3. Dosen pembimbing saya Dhani Ariatmanto, M.Kom yang telah membantu dan membimbing saya sampai menyelesaikan skripsi ini, dan dosen penguji saya Bapak Mei P.Kurniawan, M.Kom dan ibu Windha Mega Pradnya D, M.Kom.
4. Sahabat-sahabat saya, Muhammad Syawal Basri, Nurul Huda, Yustinus Daristya, Masri Wibowo yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya. Dan tak lupa pula pada teman-teman dari kelas 13-S1-SI-04 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, yang sudah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Outlet Everynight selaku objek dari studi kasus untuk menyelesaikan dari pada skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama dan yang paling utama puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat pada Allah Subhanallahu wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pembuatan Video Profile Outlet Everynight Yogyakarta Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Visual Effect.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program strata 1 (S1) dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Penulis tentunya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak sekali kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambahkan kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 20 maret 2018

Lambang Hadi Wiratma

DAFTAR ISI

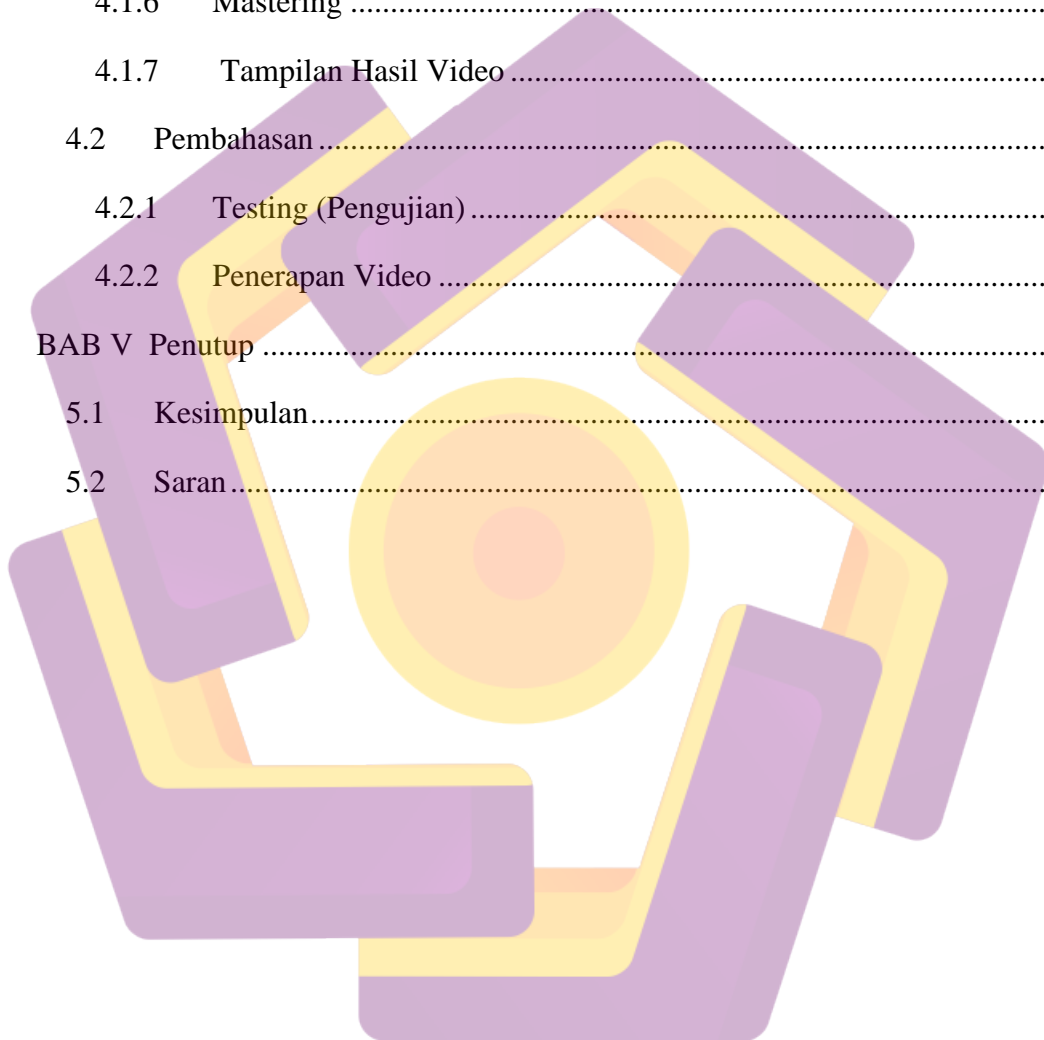
JUDUL	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud & Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Metode Analisis	5
1.5.3 Metode Perancangan	6
1.5.4 Metode Pengembangan	6
1.5.5 Metode Testing.....	6
1.5.6 Metode Implementasi.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Konsep Dasar Video.....	10
2.2.1 Pengertian Video.....	10
2.2.2 Standar Video.....	10

2.2.2.1	NTSC (Natum Television Standart Committee).....	10
2.2.2.2	PAL (Phase Alternate Line).....	11
2.2.2.3	SECAM (Sistem Sequantial Color and Memory).....	11
2.2.3.4	HDTV (High Definition Television).....	11
2.2.3	Jenis-Jenis Video.....	12
2.2.3.1	Video Analog	12
2.2.3.2	Video Digital.....	12
2.2.4	Pengertian Periklanan.....	12
2.3	Video Profile	13
2.3.1	Pengertian Video Profile.....	13
2.3.2	Jenis-jenis Video Profile	13
2.3.2.1	Video Profile Cetak.....	13
2.3.2.2	Video Profile Video	14
2.3.2.3	Video Profile Website.....	14
2.3.2.4	Video Profile Interaktif	14
2.3.3	Langkah Pengembangan Multimedia.....	14
2.4	Pengertian Visual Effect.....	15
2.5	Bahasa Gambar dan Gerakan Kamera.....	16
2.5.1	Bahasa Gambar	16
2.5.2	Gerak Kamera	19
2.5.2.1	Pan.....	19
2.5.2.2	TILT	20
2.5.2.3	Dolly.....	20
2.5.2.4	Pedestal (Boom) dan Crame.....	21
2.5.3	Pengambilan Gambar (<i>camera angel</i>)	21

2.5.3.1	Bird Eye View	21
2.5.3.2	High Angle	22
2.5.3.3	Low Angle.....	23
2.5.3.4	Eye Level	23
2.5.3.5	Frog Eye Angle	24
2.6	Metode Analisis.....	24
2.6.1	Analisis SWOT	25
2.6.2	Fungsi SWOT	27
2.7	Metode Perancangan.[17].....	28
2.7.1	Fase Pra Produksi.....	28
2.7.1.1	Sinopsis	29
2.7.1.2	Storyboard.....	29
2.7.1.3	Skript.....	30
2.8	Testing	31
2.9	Metode Implementasi.[21]	31
2.9.1	Fase Produksi	31
2.9.2	Post Production	31
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		33
3.1	Deskripsi Perusahaan	33
3.1.1	Visi	34
3.1.2	Misi	34
3.2	Pengumpulan Data	34
3.2.1	Metode Wawancara.....	34
3.2.2	Metode Observasi.....	37
3.3	Analisis Masalah	38

3.3.1	Analisis SWOT	38
3.3.2	Solusi Yang Dapat Ditawarkan.....	40
3.3.3	Solusi Yang Dipilih.....	41
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	41
3.4.1	Kebutuhan Fungsional	41
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	42
3.4.2.1	Kebutuhan Hardware	42
3.4.2.2	Kebutuhan Software.....	43
3.4.4	Analisis Kelayakan Video Profil.....	45
3.4.4.1	Kelayakan Teknologi	45
3.4.4.2	Kelayakan Hukum.....	45
3.4.4.3	Kelayakan Strategik	46
3.4.4.4	Kelayakan Ekonomi	46
3.5	Perancangan Video Profil.....	47
3.5.1	Tahapan Pra Produksi	48
3.5.1.1	Perancangan Ide Cerita	48
3.5.1.2	Konsep Video Profil.....	48
3.5.1.3	Naskah.....	49
3.5.1.4	Storyboard	51
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Implementasi	57
4.1.1	Persiapan Perangkat Produksi	58
4.1.2	Shooting atau pengambilan video	60
4.1.3	Editing dan Compositing	63
4.1.3.1	Editing Visual Effect.....	63

4.1.3.2	Editing Video	65
4.1.3.3	Editing Narasi.....	68
4.1.4	Mengevaluasi / Review Editing	71
4.1.5	Rendering	71
4.1.6	Mastering	72
4.1.7	Tampilan Hasil Video	73
4.2	Pembahasan	79
4.2.1	Testing (Pengujian)	79
4.2.2	Penerapan Video	80
BAB V	Penutup	82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perancangan Produksi	28
Tabel 3. 1 Hasil Wawancara	35
Tabel 3. 2 Matriks SWOT.....	39
Tabel 3. 3 Perlengkapan Produksi.....	42
Tabel 3. 4 Perlengkapan Editing	42
Tabel 3. 5 Perangkat Lunak	43
Tabel 3. 6 Biaya Produksi	46
Tabel 3. 7 Rancangan Storyboard	51
Tabel 4. 1 Perlengkapan Produksi.....	58
Tabel 4. 2 Screening Shoot	62
Tabel 4. 3 Narasi	68
Tabel 4. 4 Hasil Review	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Visual Effect.....	15
Gambar 2. 2 Full-length shoot	16
Gambar 2. 3 Extreme Wide Shoot	17
Gambar 2. 4 Two Shoot	17
Gambar 2. 5 Three Shoot	18
Gambar 2. 6 Group Shoot	18
Gambar 2. 8 TILT	20
Gambar 2. 9 Dolly.....	20
Gambar 2. 10 Pedestal.....	21
Gambar 2. 11 Bird Eye.....	22
Gambar 2. 12 High Angle	22
Gambar 2. 13 Low Angle.....	23
Gambar 2. 14 Eye Level.....	24
Gambar 2. 15 Frog Eye Angle	24
Gambar 2. 16 Contoh Storyboard	30
Gambar 2. 17 Contoh Script	30
Gambar 3. 1 Tampilan Instagram	38
Gambar 3. 2 Diagram Perancangan Video Profil.....	47
Gambar 4. 1 Bagan Produksi dan Pasca Produksi	57
Gambar 4. 2 Hasil Shooting	61
Gambar 4. 3 Footage yang telah dipilih.....	62
Gambar 4. 4 Proses editing visual effect pada logo.....	64
Gambar 4. 5 Proses Editing visual effect pada logo akhir atau ending.....	64
Gambar 4. 6 Menyusun Video dan Audio Pada Timeline	66
Gambar 4. 7 Cutting pada Video	67
Gambar 4. 8 Effect transisi zoom in zoom out	67
Gambar 4. 9 Effect Transisi Bad Television.....	68
Gambar 4. 10 Editing Narasi.....	71
Gambar 4. 11 Proses Rendering.....	72

Gambar 4. 12 Scene 1 Opening Visual effect	73
Gambar 4. 13 Scene 2 Shoot 1	73
Gambar 4. 14 Scene 2 Shoot 2	73
Gambar 4. 15 Scene 3 Shoot 1	74
Gambar 4. 16 Scene 4 Shoot 1	74
Gambar 4. 17 Scene 4 Shoot 2	75
Gambar 4. 18 Scene 5 Shoot 1	75
Gambar 4. 19 Scene 5 Shoot 2	75
Gambar 4. 20 Scene 5 Shoot 3	76
Gambar 4. 21 Scene 5 Shoot 4	76
Gambar 4. 22 Scene 5 Shoot 5	76
Gambar 4. 23 Scene 6 Shoot 1	77
Gambar 4. 24 Scene 7 Shoot 1	77
Gambar 4. 25 Scene 8 Shoot 1	77
Gambar 4. 26 Scene 9 Shoot 1	78
Gambar 4. 27 Scene 10 Shoot 1	78
Gambar 4. 28 Scene 10 Shoot 2	78
Gambar 4. 29 Scene 11 Shoot 1	79
Gambar 4. 30 Scene 12 Ending Visual effect	79
Gambar 4. 31 Penerapan Video Profil di Youtube	81
Gambar 4. 32 Penerapan Video Profil di Instagram	81

INTISARI

Everynight adalah outlet perusahaan yang berlokasi di JL. Masjid Besar No. 905, Purbayan, Kotagede, Bantul, Yogyakarta. Perusahaan ini bergerak dalam bidang fashion. Bidang Fashion yang meliputi penjualan berbagai jenis merk dan berbagai jenis kemeja, celana dan banyak lagi.

Profil perusahaan video dalam pembuatan diperlukan beberapa software seperti Adobe Premiere, Adobe After effects, Adobe Audition, dan software multimedia lainnya yang dibutuhkan. Selain software, hardware yang dibutuhkan dalam pembuatan sangat penting, lihat spesifikasi aplikasi editing video. sangat tinggi. Dan peralatan dalam melakukan live shoot, kamera itu harus menggunakan semi pro untuk menghasilkan video dengan kualitas dan aksesoris kamera yang hebat juga.

Dalam hal ini penulis mengambil judul penelitian pembuatan video profile Outlet Everynight Yogyakarta sebagai media promosi dengan menggunakan teknik Live Shoot dan Visual Effect.

Kata kunci: *Fashion, Software, Hardware, Video, Live shoot, Perusahaan*

ABSTRACK

Abstract - Everynight is a company outlet located on JL. Masjid Besar No. 905, Purbayan, Kotagede, Bantul, Yogyakarta. The company is engaged in fashion. The field of Fashion which includes the sale of various types of brands and different types of dress shirts, pants and more.

Video company profile in making needed some software such as Adobe Preimere, Adobe After effects, Adobe Audition, and other multimedia software is needed. In addition to the software, the hardware required in the making of the very important, see the video editing application specification is extremely high. And equipment in performing live shoot that camera should use a semi-pro to produce video with great quality and professional camera accessories as well.

In this case the author took the title of the Video-making research Profile Outlet Everynight As Media promotion using the technique of Live Shoot and Visual Effect.

Keywords: *Fashion, Softwere, Hardwere, Video, Live shoot, Company Profile*