

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KLINIK KOPI SEBAGAI
PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat sarjana S1
Pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Dimas Aditya Suryanto

13.22.1463

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2016

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KLINIK KOPI SEBAGAI
PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dimas Aditya Suryanto

13.22.1463

telah di setujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 23 Mei 2016

Dosen Pembimbing



Tonny Hidavat, M.Kom
NIK.190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KLINIK KOPI SEBAGAI
PUBLIKASI PADA MEDIA SOSIAL**

yang disusun oleh

Dimas Aditya Suryanto

13.22.1463

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 23 Mei 2016

Susunan Dewan Penguji

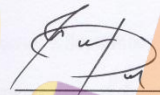
Nama Penguji

Tanda Tangan

Ferry Wahyu Wibowo, S.Si., M.Cs.
NIK. 190302235

Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng.
NIK. 190302105

Tonny Hidayat, M.Kom.
NIK. 190302182



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 14 September 2016

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya yang pernah di ajukan 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, 9 September 2016



Dimas Aditya Suryanto

NIM.13.22.1463

MOTTO

- **TUHAN MAHA ASYIK**
- **Semakin dewasa seharusnya semakin kekanakan - (DAS)**
- **Kopi dengan gula, bentuk kongkrit perselingkuhan - (DAS)**
- **Wanita itu suka es cream dan coklat, namun lebih suka kepastian (ST)**
- **Tujuan pendidikan itu untuk mempertajam kecerdasan, memperkuat kemauan serta menghaluska perasaan - (TM)**
- **Idealisme adalah kemewahan terakhir yang hanya dimiliki oleh pemuda - (TM)**
- **Besok pagi kita ke pabrik, kembali kerja, sarapan nasi bungkus, ngutang seperti biasa - (WT)**
- **Apa guna ilmu tinggi kalau hanya untuk mengibuli, apa guna banyak baca buku kalau mulut kau bungkam melulu - (WT)**
- **Agama anda tidak akan menjadi lebih mulia dengan menghujat dan menista agama orang lain - (Anonim)**
- **Apa yang kau buang, mungkin masih bisa diambil orang lain. Hormatilah, meski sampah - (CM)**
- **What we think, we become - (Buddha)**
- **When the student is ready, the teacher will appear - (Buddha)**
- **Kun Faya Kun - (Q.S Yaasiin:82)**

PERSEMBAHAN

Dengan rasa puji dan syukur yang mendalam skripsi ini telah selesai dengan baik dan skripsi ini dipsembahkan oleh Penulis untuk :

- Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran, kesehatan serta kemudahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
- Untuk kedua orang tua, yang selalu memberikan kepercayaan dan nasihat, tidak lupa uang bulanannya 😊
- Dosen Pembimbing Bapak Tonny Hidayat, yang selalu memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi.
- Buat seluruh KOST “THE MEKIEST” yang selalu gokil, ya kita generasi supernova (dalam serial komik one piece).
- Terakhir buat kamu, iya kamuuuu...

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN LEMBAR PENYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode penelitian	4
1.5.1 Pengumpulan Data	4
1.5.1.1 <i>Interview</i>	4
1.5.1.2 Metode Kepustakaan	4
1.5.1.3 Metode Observasi	4
1.5.2 Mendefinisikan Masalah	4
1.5.3 Perancangan	5
1.5.4 Produksi	5
1.5.5 Implementasi	5
1.5.6 Evaluasi	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8

2.2 Konsep Dasar Multimedia	9
2.2.1 Definisi Multimedia	9
2.2.2 Unsur Multimedia	10
2.2.2.1 Teks	12
2.2.2.2 Gambar	12
2.2.2.3 Suara	12
2.2.2.4 Video	13
2.2.2.5 Animasi	13
2.3 Definisi Video Promosi	13
2.4 Jenis Iklan	14
2.4.1 Pembagian Iklan Berdasarkan Media	15
2.4.1.1 Iklan Media <i>Above The Line</i>	15
2.4.1.2 Iklan <i>Below The Line</i>	16
2.4.2 Pembagian Iklan Berdasarkan Tujuan	16
2.4.2.1 Iklan Komersial	16
2.4.2.2 Iklan Non Komersial	16
2.5 Jenis – Jenis Video	17
2.5.1 Video Analog	17
2.5.1.1 <i>NTSC</i>	17
2.5.1.2 <i>PAL</i>	17
2.5.1.3 <i>SECAM</i>	18
2.5.2 Video Digital	18
2.5.3 Format Video	18
2.5.3.1 <i>Moving Picture Expert Group (MPEG)</i>	18
2.5.3.2 <i>Shockwave (Flash)</i>	18
2.5.3.3 <i>Audio Video Interlace (AVI)</i>	19
2.5.3.4 <i>Quicktime (MOV)</i>	19
2.5.3.5 <i>High Definition Television (HDTV)</i>	20
2.6 <i>Motion Tracking</i>	20
2.7 Perkembangan Media Sosial	21
2.7.1 Definisi Media Sosial	21

2.7.2 Fungsi Media Sosial	21
2.7.3 Peran & Keunggulan Media Sosial	22
2.8 Pra Produksi	24
2.8.1 <i>Interprestasi Skenario</i>	24
2.8.2 Pemilihan Kru	24
2.8.3 <i>Casting</i>	25
2.8.4 Latihan / <i>Rehearsal</i>	25
2.8.5 <i>Hunting Lokasi</i>	25
2.8.6 Perencanaan <i>Shot</i> dan <i>Blocking</i>	25
2.8.7 Pra Produksi Final	27
2.9 Produksi	27
2.10 Pasca Produksi	28
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	29
3.1 Gambaran Umum	29
3.1.1 Sejarah Kopi di Dunia	29
3.1.2 Sejarah Kopi di Indonesia	30
3.2 Profil Klinik Kopi	31
3.2.1 Visi Klinik Kopi	31
3.2.2 Misi Klinik Kopi	32
3.3 Analisis Kebutuhan Sistem	32
3.3.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	32
3.3.2 Analisis Kebutuhan Non-fungsional	33
3.3.2.1 Analisis Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	33
3.3.2.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	34
3.3.2.3 Perlengkapan Produksi	34
3.3.2.3 Analisis Kebutuhan Pengguna	35
3.4 Tahap Pra Produksi	37
3.4.1 Tahap <i>Interprestasi Skenario</i>	37
3.4.2 Tahap Pemilihan Kru	38
3.4.3 Tahap <i>Casting</i>	38
3.4.4 Tahap Latihan / <i>Rehaersal</i>	38

3.4.5 Tahap <i>Hunting</i> Lokasi	39
3.4.6 Tahap Perencanaan <i>Shot</i> dan <i>Blocking</i>	39
3.4.7 Tahap Pra Produksi Final	40
3.5 Perancangan <i>Visual Effect</i>	41
3.5.1 Analisis Penerapan Teknik <i>Motion Tracking</i>	41
BAB IV IMPLENTASI DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Implementasi	43
4.2 Tahap Produksi	43
4.2.1 Alat Pendukung Produksi	43
4.2.1.1 Kamera	44
4.2.1.2 Lensa	44
4.2.1.3 <i>Memory Card</i>	45
4.2.1.4 Tripod	46
4.2.2 Kegiatan Shoting	46
4.3 Tahap Pasca Produksi	47
4.3.1 Tahap <i>Editing</i>	48
4.3.1.1 Pengeditan Video Menggunakan <i>Adobe Premiere</i>	48
4.3.1.2 Memindahkan <i>File Project</i> pada <i>After Effect</i>	51
4.3.1.3 Penerapan <i>Tracking</i>	52
4.3.1.4 Penerapan <i>Motion Graphic</i>	54
4.3.1.5 Import Project <i>After Effect</i> ke <i>Adobe Premiere</i>	56
4.3.1.6 Membuat <i>Closing Title</i>	56
4.3.1.7 <i>Render Video</i>	57
4.4 Pembahasan	58
4.4.1 <i>Review</i>	58
4.4.2 Evaluasi	59
4.4.2.1 <i>Feedback</i> Hasil Video Promosi	59
4.4.2.2 Tolak Ukur Penjualan	61
BAB IV PENUTUP	63
5.1 Saran	63
5.2 Kesimpulan	64

DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Hardware</i>	32
Tabel 3.2 <i>Software</i>	34
Tabel 3.3 Perlengkapan Produksi	35
Tabel 3.4 <i>Storyboard</i>	40
Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan <i>Shoting</i>	47
Tabel 4.2 Tabel Evaluasi Pernyataan	59
Tabel 4.3 Data Pengunjung Sosial Media Dan Penjualan Produk	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram multimedia	10
Gambar 2.2 Contoh <i>Storyboard</i>	26
Gambar 3.1 Ilustrasi Sejarah Kopi Dunia	29
Gambar 3.2 Logo Klinik Kopi	31
Gambar 3.3 Proses Penyeduhan <i>Pour Over</i>	42
Gambar 3.4 Proses Penyeduhan <i>Aeropress</i>	42
Gambar 3.5 Proses Penyeduhan <i>Rok Manual Presso</i>	42
Gambar 4.1 Kamera canon eos 600D	44
Gambar 4.2 Lensa canon <i>fix</i> 50mm	45
Gambar 4.3 Memori SDHC 32 Gb	45
Gambar 4.4 Tripod	46
Gambar 4.5 Tampilan awal <i>adobe premiere cs 6</i>	48
Gambar 4.6 Tampilan jendela <i>setting sequence</i>	49
Gambar 4.7 Tampilan <i>footage</i> setelah di <i>import</i>	50
Gambar 4.8 Tampilan jendela utama <i>adobe premiere cs 6</i>	51
Gambar 4.9 Memindahkan <i>project</i> dari <i>adobe premier</i> ke <i>after effect</i>	51
Gambar 4.10 <i>Panel tracking</i>	52
Gambar 4.11 Titik <i>tracking</i> setelah melalui proses <i>initializing</i>	53
Gambar 4.12 Menambahkan teks pada <i>track point</i>	53
Gambar 4.13 Langkah menambahkan teks <i>number</i>	54
Gambar 4.14 Membuat <i>motion graphic</i>	55

Gambar 4.15 Proses <i>rendering motion graphic</i> pada <i>after effect</i>	55
Gambar 4.16 Meng- <i>import project after effect</i> ke <i>adobe premiere</i>	56
Gambar 4.17 Tampilan proses menambahkan teks	56
Gambar 4.18 Tampilan jendela <i>setting render video</i>	57
Gambar 4.19 Tampilan video promosi klinik kopi	58

INTISARI

Klinik Kopi membutuhkan sebuah media video promosi sebagai upaya peningkatan nilai penjualan agar lebih dikenal oleh masyarakat di luar Kota Yogyakarta atau di daerah lain dengan harapan meningkatnya jumlah penjualan produk melalui media video promosi.

Video promosi Klinik Kopi ini mengimplemetasikan teknik *motion tracking* dan teknik *motion graphic*. Dalam konsep ide dan perancangan, menjelaskan proses dari *roasting biji kopi mentah* sampai menjadi kopi yang siap dihidangkan tentunya, dengan beberapa teknik penyeduhan kopi. Perancangan video promosi yang menarik dan kreatif diharapkan dapat meningkatkan citra positif Klinik Kopi. Proses perancangan video promosi Klinik Kopi menggunakan software Adobe After Effect CS6 dan Adobe Premiere CS6.

Perancangan ini menghasilkan suatu produk berupa video promosi yang berdurasi 120 detik yang lebih mempresentasikan produk serta metode penyeduhan kopi, agar lebih dikenal oleh masyarakat luas guna meningkatkan

nilai penjualan. Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan atau tolak ukur dalam mengadakan perancangan video promosi, baik bagi mahasiswa, desainer pemula, pengajar, dan lain sebagainya.

Kata Kunci: video promosi, iklan, klinik kopi, motion tracking, motion graphic, cafe, hangout, yogyakarta

ABSTRACT

Klinik Kopi needed a promotional video media as an effort to increase the value of sales to be more recognized by people outside of Yogyakarta or in other areas in the hope of increasing the number of sales through promotional video.

Klinik Kopi promotional video motion tracking implementation techniques and motion graphic techniques. In concept and design ideas, explain the process of roasting raw coffee beans coffee ready to be served of course, with some coffee brewing techniques. Designing promotional video interesting and creative is expected to enhance the positive images for Klinik Kopi. Thus able to present a good image for Klinik Kopi. The process of designing a promotional video Klink Coffee use Adobe After Effects CS6 and Adobe Premiere CS6.

This design results in a product in the form of a promotional video that lasts 120 seconds more to present products and methods of brewing coffee, to be more recognized by the public in order to increase the value of sales. The results