

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPI NURI  
YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOOT**

**SKRIPSI**



**disusun oleh**

**Desi Aldah Pratiwi**

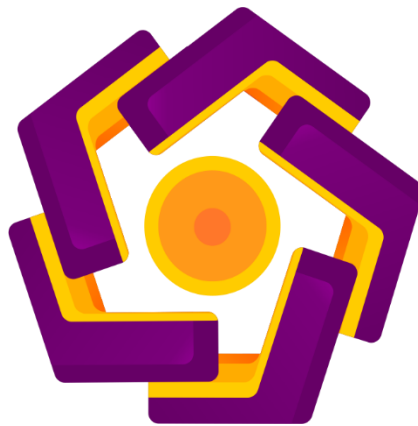
**18.12.0774**

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPI NURI  
YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOOT**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Desi Aldah Pratiwi**

**18.12.0774**

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

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

### **PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPI NURI YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Desi Aldah Pratiwi**

**18.12.0774**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 4 November 2021

**Dosen Pembimbing,**

**Mei P. Kurniawan, M.Kom**

**NIK. 190302187**

# **PENGESAHAN**

## **SKRIPSI**

### **PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KOPI NURI YOGYAKARTA DENGAN LIVE SHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Desi Aldah Pratiwi**

**18.12.0774**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 Agustus 2022

#### **Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Agung Nugroho, M.Kom**  
**NIK. 190302242**

**Dhani Ariatmanto, M.Kom, Dr.**  
**NIK. 190302197**

**Mei P Kurniawan, M.Kom**  
**NIK. 190302187**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 22 Agustus 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom.**  
**NIK. 190302096**

**PERNYATAAN**  
**HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini,

**Nama mahasiswa : Desi Aldah Pratiwi**  
**NIM : 18.12.0774**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Pada Kopi Nuri  
Yogyakarta Dengan Live Shoot**

Dosen Pembimbing : Mei P. Kurniawan, M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 26 Agustus 2022

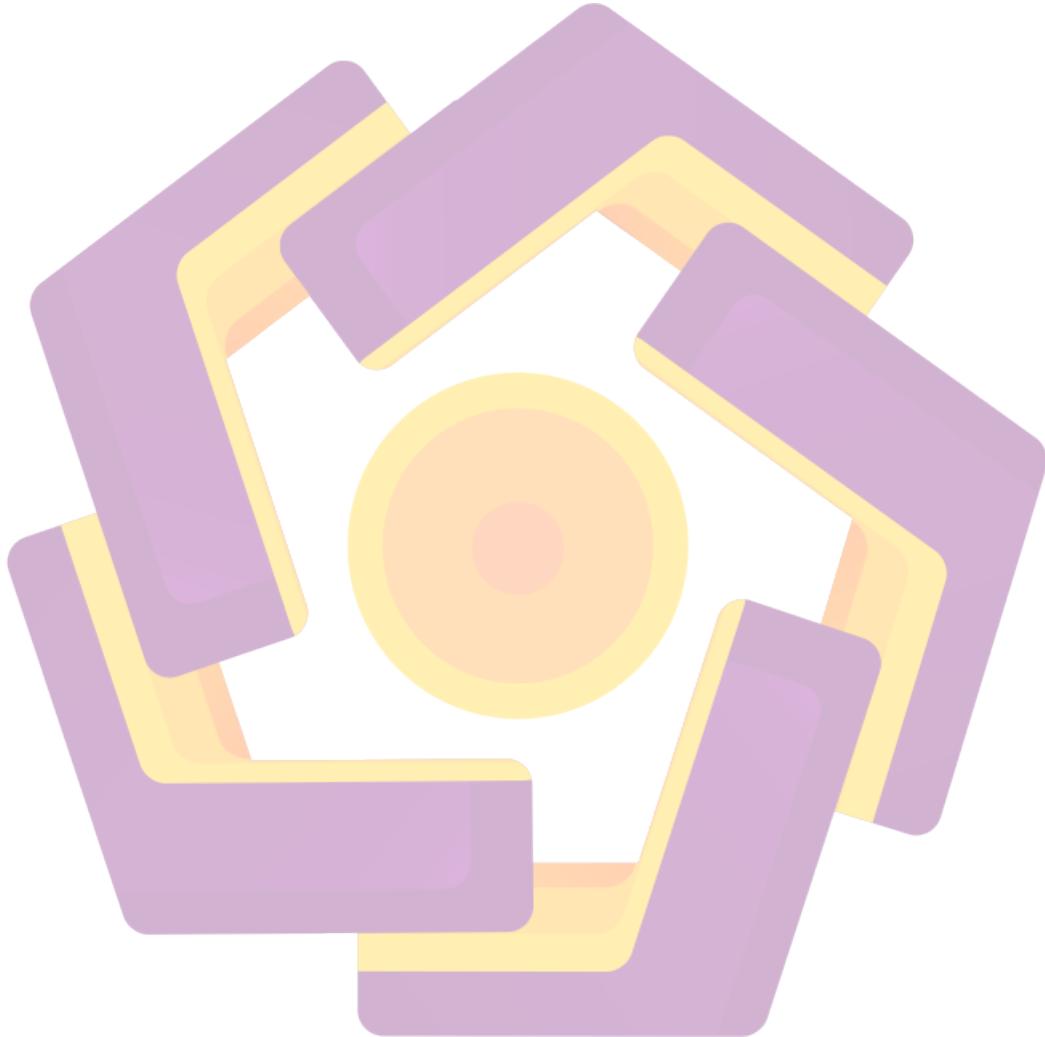
Yang Menyatakan,



Desi Aldah Pratiwi

## **MOTTO**

“ Keep walking even though it's hard, face it as much as you can, don't be afraid to take a step, believe in your own abilities”



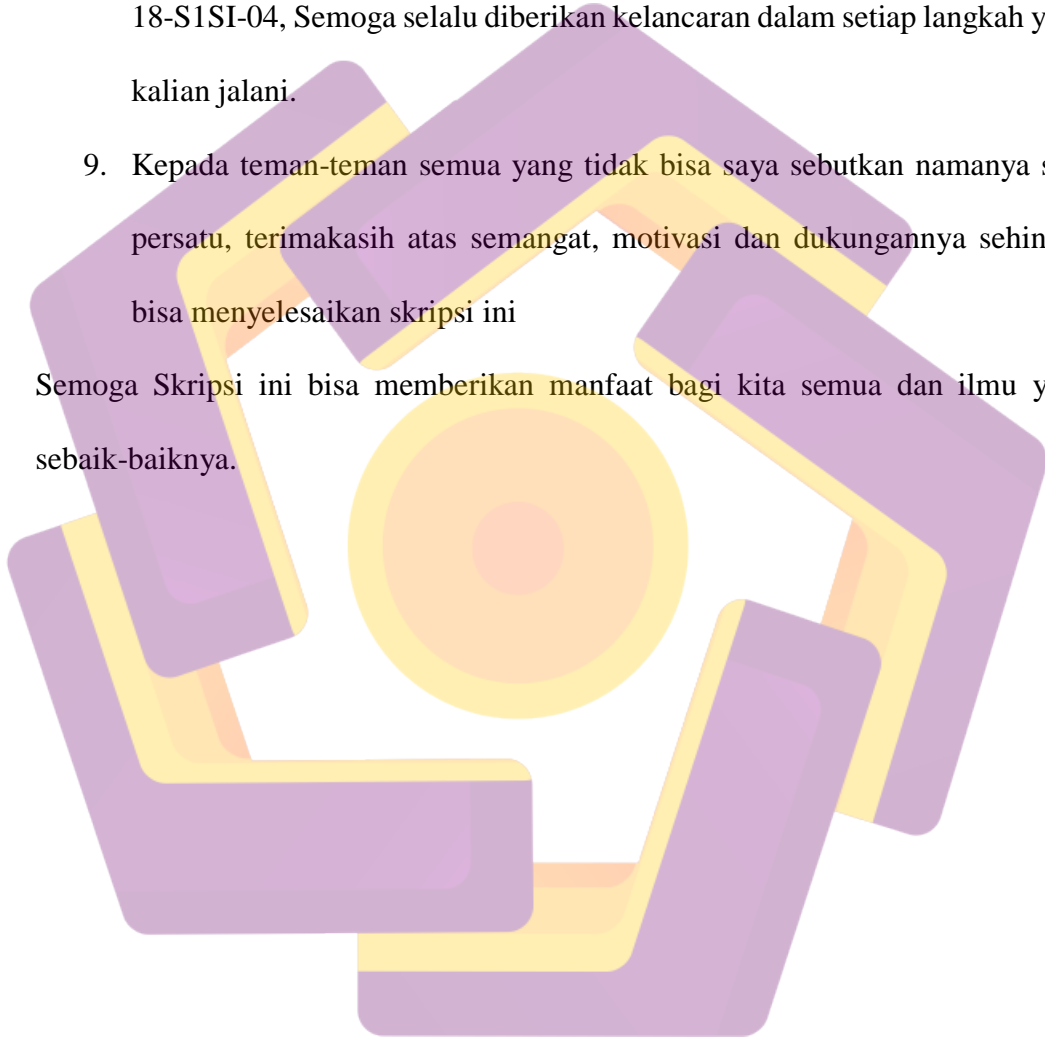
## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Perancangan Dan Pembuatan Video Iklan Pada Kopi Nuri Yogyakarta Dengan Live Shoot”** ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua tercinta, Ibu Raodah dan Bapak IR.Alimudin yang telah memberikan dorongan, semangat, moral, materi, limpahan kasih sayang, dan do'a yang selalu menyertai setiap langkah ini.
2. Serta Saudara Kandungku Arfan Fachmi, Arfina Tri Wahyuni, dan Fikri Naufal Maruf yang selalu memberikan semangat dalam proses pembuatan skripsi ini.
3. Dosen Pembimbing Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom yang telah membimbing dengan sabar dari awal sampai akhir penulisan skripsi ini.
4. Kepada objek penelitian saya, Kopi Nuri yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
5. Terimakasih untuk Putra Alam Medang yang telah memberikan semangat dan motivasi, memberikan dorongan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima Kasih untuk Muhammad Arza Hindrarprasetya dan Muhammad Faizal Haris yang telah mendukung dan membantu dalam proses pembuatan skripsi.

7. Kepada sepupu terdekatku Hardianti dan teman-teman Kontrakanku yang telah bersedia mendengarkan keluh kesah, menghibur dan bersedia membantu kesulitan yang penulis alami.
8. Kepada teman-teman dalam menuntut ilmu, terutama teman-teman kelas 18-S1SI-04, Semoga selalu diberikan kelancaran dalam setiap langkah yang kalian jalani.
9. Kepada teman-teman semua yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas semangat, motivasi dan dukungannya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini

Semoga Skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi kita semua dan ilmu yang sebaik-baiknya.





## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi ini.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program pendidikan Strata 1 Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Sejak persiapan sampai selesainya Skripsi ini penulis menerima bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang penulis butuhkan guna terselesaikannya laporan ini. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan saran bagi penulis dalam pembuatan Skripsi ini.
4. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan, dan selalu memberikan yang terbaik kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis mengikuti perkuliahan.
6. Kepada Objek penelitian saya, Sewa Drone Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

7. Semua pihak yang telah membantu baik dukungan moral maupun materil, pikiran dan tenaga dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu, penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun peneliti tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Sleman, 29 Agustus 2022

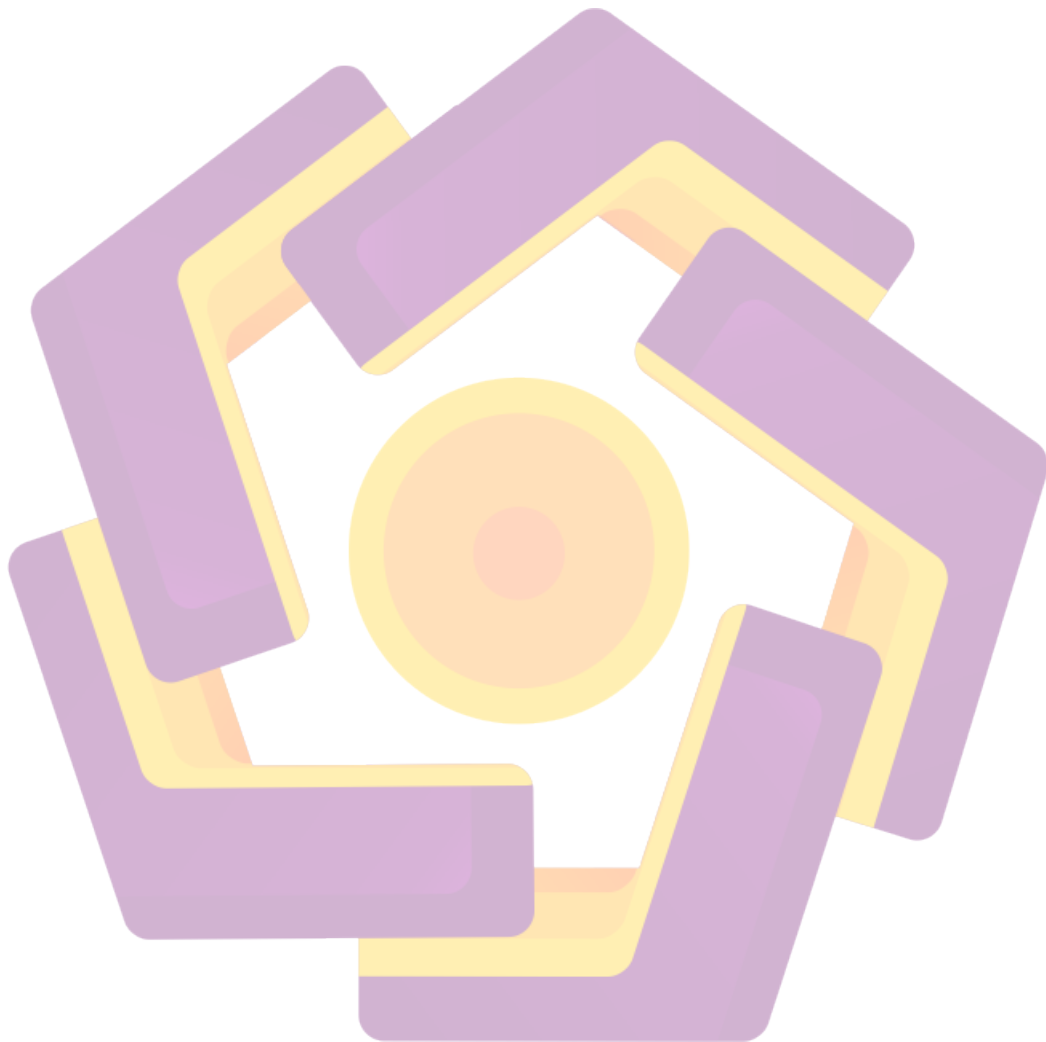
Desi Aldah Pratiwi

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN .....	I
PENGESAHAN .....	II
PERNYATAAN .....	III
MOTTO .....	IV
PERSEMBAHAN .....	V
DAFTAR ISI .....	IX
INTISARI .....	XV
ABSTRACT .....	XVI
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 LATAR BELAKANG .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 RUMUSAN MASALAH .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 BATASAN MASALAH.....</b>	<b>2</b>
<b>1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN .....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 MANFAAT PENELITIAN .....</b>	<b>3</b>
<b>1.6 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>3</b>
<b>1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>3</b>
<b>1.6.2 Metode Analisis .....</b>	<b>4</b>
<b>1.6.3 Metode Perancangan.....</b>	<b>4</b>
<b>1.6.4 Metode Pengembangan .....</b>	<b>4</b>
<b>1.6.5 Metode Testing .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6.6 Metode Implementasi .....</b>	<b>5</b>
<b>1.7 SISTEMATIKA PENULIS .....</b>	<b>5</b>
<b>BAB II LANDASAR TEORI .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 DASAR TEORI MULTIMEDIA .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.1 Definisi Multimedia.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.2 Elemen Multimedia .....</b>	<b>11</b>
<b>2.3 DASAR TEORI VIDEO .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3.1 Definisi Video .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3.2 Jenis Video .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3.3 Frame Rate.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3.4 Resolusi dan Frame.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3.5 Standar Video .....</b>	<b>13</b>
<b>2.4 DASAR TEORI PERIKLANAN.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4.1 Definisi Periklanan .....</b>	<b>14</b>
<b>2.4.2 Jenis Tujuan Periklanan.....</b>	<b>15</b>

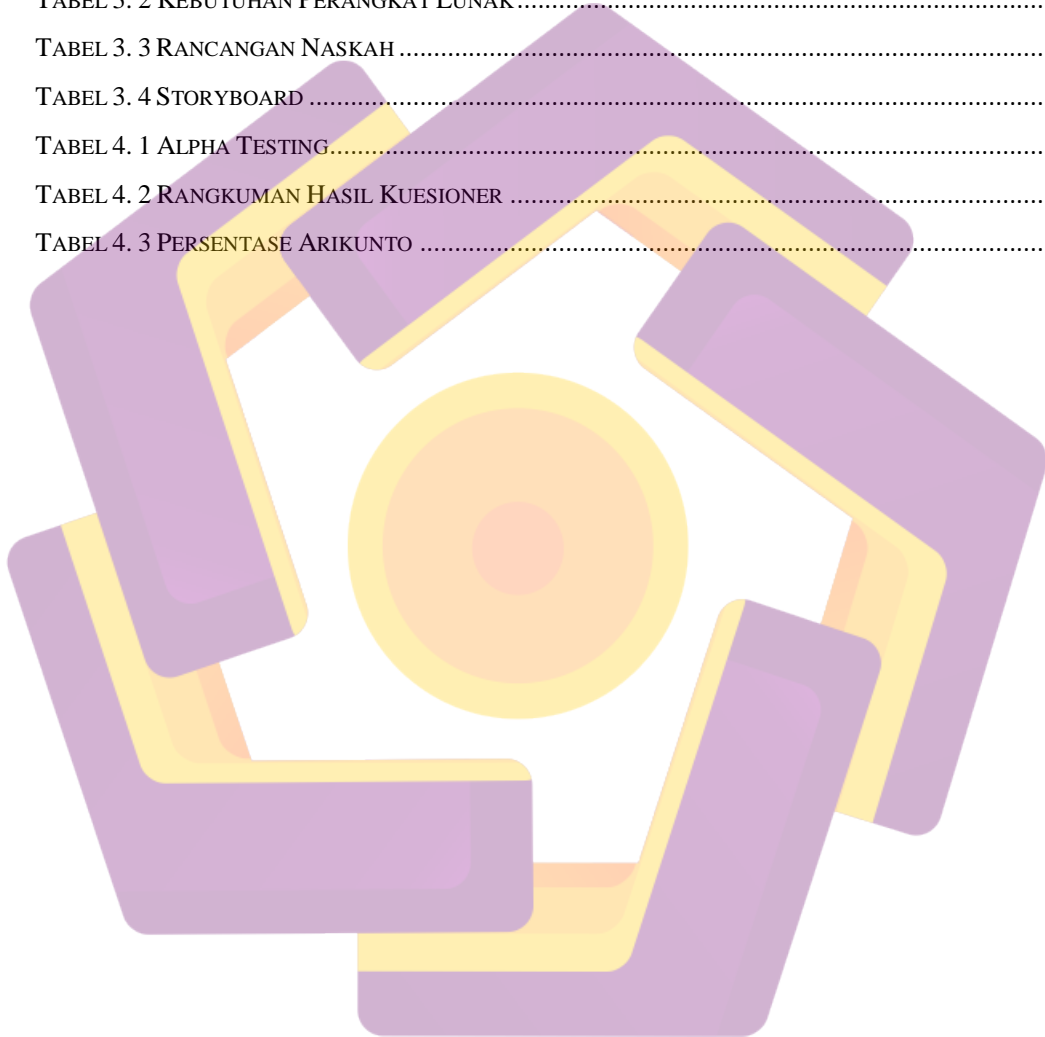
2.5	DASAR TEORI <i>LIVE SHOOT</i> .....	15
2.5.1	<i>Definisi Live Shoot</i> .....	15
2.5.2	<i>Teknik Live Shoot</i> .....	16
2.5.3	<i>Type of Shot</i> .....	16
2.6	ANALISIS SWOT.....	18
2.7	PENGUJIAN.....	20
2.7.1	<i>Skala Likert</i> .....	20
2.8	TAHAP PRODUKSI.....	21
2.8.1	<i>Produksi</i> .....	21
2.8.2	<i>Pra-Produksi</i> .....	22
2.8.3	<i>Pasca Produksi</i> .....	23
<b>BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM</b> .....		<b>25</b>
3.1	TINJAUAN UMUM.....	25
3.1.1	<i>Profil Kopi Nuri</i> .....	25
3.1.2	<i>Logo Kopi Nuri</i> .....	26
3.2	PENGUMPULAN DATA.....	26
3.2.1	<i>Observasi</i> .....	26
3.2.2	<i>Interview</i> .....	27
3.3	ANALISIS MASALAH.....	28
3.3.2	<i>Analisis SWOT</i> .....	28
3.3.3	<i>Solusi yang dipilih</i> .....	30
3.4	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM.....	30
3.4.2	<i>Analisis Kebutuhan Fungsional</i> .....	30
3.4.3	<i>Analisis Kebutuhan Non Fungsional</i> .....	31
3.5	ANALISIS KELAYAKAN VIDEO IKLAN.....	32
3.5.1	<i>Kelayakan Teknologi</i> .....	32
3.5.2	<i>Kelayakan Hukum</i> .....	33
3.6	PERANCANGAN VIDEO.....	33
3.6.1	<i>Ide Cerita</i> .....	33
3.6.2	<i>Konsep Video Iklan</i> .....	33
3.6.3	<i>Perancangan Naskah</i> .....	33
3.6.4	<i>Storyboard</i> .....	35
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>39</b>
4.1	IMPLEMENTASI.....	39
4.2	PRODUKSI.....	39
4.2.1	<i>Pengambilan Video Live Shoot</i> .....	39
4.2.2	<i>Pengambilan image dan Shooting Produk Kopi Nuri</i> .....	40
4.2.3	<i>Sinkronisasi Jadwal Produksi</i> .....	40
4.2.4	<i>Hasil Pengambilan Video</i> .....	40
4.3	PASCA PRODUKSI.....	41
4.3.1	<i>Editing</i> .....	41
4.4	PEMBAHASAN.....	47
4.4.1	<i>Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir</i> .....	47
4.4.2	<i>Kuisisioner</i> .....	49
4.4.3	<i>Skala Likert</i> .....	50
4.4.4	<i>Penyerahan Video Ke Pihak Kopi Nuri</i> .....	53
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>57</b>

<b>4.5</b>	<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>57</b>
<b>4.6</b>	<b>SARAN.....</b>	<b>57</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>61</b>



## DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 PERBANDINGAN PENELITIAN.....	8
TABEL 2. 2 SWOT MATRIX .....	19
TABEL 3. 1 ANALISIS SWOT .....	28
TABEL 3. 2 KEBUTUHAN PERANGKAT LUNAK .....	31
TABEL 3. 3 RANCANGAN NASKAH .....	33
TABEL 3. 4 STORYBOARD .....	35
TABEL 4. 1 ALPHA TESTING.....	47
TABEL 4. 2 RANGKUMAN HASIL KUESIONER .....	50
TABEL 4. 3 PERSENTASE ARIKUNTO .....	51

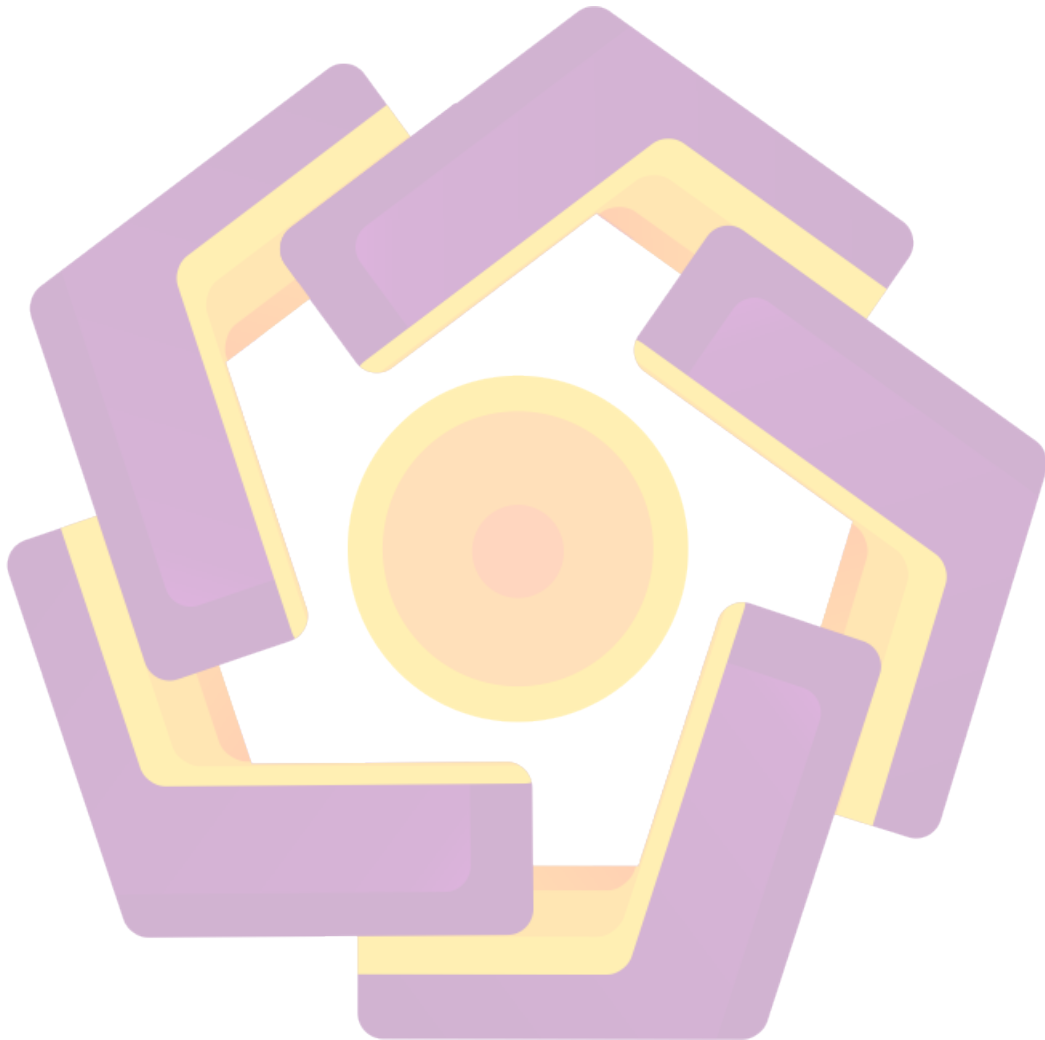


## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2. 1 LIMA ELEMEN MULTIMEDIA .....	11
GAMBAR 2. 2 PRESENTASE PENILAIAN LIKERT .....	21
GAMBAR 3. 1 TAMPILAN LUAR KOPI NURI YOGYAKARTA .....	25
GAMBAR 3. 2 LOGO KOPI NURI .....	26
GAMBAR 3. 3 INSTAGRAM KOPI NURI.....	27
GAMBAR 4. 2 PENGAMBILAN GAMBAR MINUMAN .....	40
GAMBAR 4. 3 HASIL PENGAMBILAN FOOTAGE .....	41
GAMBAR 4. 4 NEW SEQUENCE.....	42
GAMBAR 4. 5 IMPORT FILE .....	43
GAMBAR 4. 6 CUTTING VIDEO .....	43
GAMBAR 4. 7 IMPORT BACKSOUND.....	43
GAMBAR 4. 8 DRAG FOOTAGE KE TIMELINE.....	44
GAMBAR 4. 9 PENGGABUNGAN SCENE.....	45
GAMBAR 4. 10 COLOR CORRECTION .....	45
GAMBAR 4. 11 CINEMATIK BAR.....	46
GAMBAR 4. 12 HASIL RENDERING .....	47
GAMBAR 4. 13 HASIL UJI KUESIONER.....	49
GAMBAR 4. 14 HASIL UJI KUESIONER.....	49
GAMBAR 4. 15 HASIL UJI KUESIONER.....	50
GAMBAR 4. 16 PENYERAHAN KEPADA PIHAK KOPI NURI.....	53
GAMBAR 4. 17 POSTINGAN INSTAGRAM.....	54
GAMBAR 4. 18 INSIGHT 1.....	55
GAMBAR 4. 19 INSIGHT 2.....	55
GAMBAR 4. 20 INSIGHT 3.....	56

## LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 BALASAN SURAT IZIN PENELITIAN .....	61
LAMPIRAN 2 WAWANCARA .....	62
LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN TERIMA HASIL PENELITIAN .....	63





## INTISARI

Di era globalisasi saat ini, perlu adanya informasi yang cepat, tepat, dan akurat dinilai sangat penting bagi semua orang. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya media promosi dan informasi meningkat mengikuti perkembangan teknologi yang pesat. Kafe saat ini sangat beragam, dari kafe yang terkesan eksklusif hingga kafe yang standar. Kebiasaan nongkrong asik di jogja yang murah bagi masyarakat Indonesia. Banyaknya pilihan tempat nongkrong di Yogyakarta membuat konsumen memiliki banyak pertimbangan untuk menikmati suasana kafe. Dalam usaha bisnis Kopi Nuri Yogyakarta sebagai 'pemain baru' bersaing dan branding bisnis nya agar berbeda dengan yang lainnya.

Kopi Nuri merupakan kafe yang tergolong masih sangat baru di Yogyakarta, yang memiliki daya tarik yang menyajikan pesona alam yang menawan yang berada dipinggiran sawah dengan desain yang cocok untuk spot selfie dan sebagai daya tarik agar lebih dikenal luas dan diminati banyak orang.

Dengan ini kami memberikan informasi tentang Kopi Nuri ke masyarakat atau pengunjung yang masih asing dengan Kopi Nuri. Dengan penelitian ini menampilkan Iklan Video dengan teknik Live Shoot, untuk membuatnya tampil menarik dalam mempromosikan Kopi Nuri dan membuat orang tertarik dan penasaran untuk mengunjunginya.

**Kata kunci:** Iklan, Informasi Kopi Nuri, Media Promosi

## ABSTRACT

*In the current era of globalization, the need for fast, precise, and accurate information is considered very important for everyone. This is evidenced by the increasing number of promotional media and information following the rapid development of technology. Today's cafes are very diverse, from cafes that seem exclusive to cafes that are standard. The habit of hanging out in Yogyakarta is cheap for the Indonesian people. The many choices of hangout places in Yogyakarta make consumers have a lot of considerations to enjoy the cafe atmosphere. In the coffee business, Nuri Yogyakarta as a 'new player' competes and branding her business to be different from the others.*

*Kopi Nuri is a relatively new cafe in Yogyakarta, which has an attraction that presents a charming natural charm located on the outskirts of a rice field with a design that is suitable for selfie spots and as an attraction to make it more widely known and in the interest of many people.*

*We hereby provide information about Nuri Coffee to the public or visitors who are still unfamiliar with Nuri Coffee. With this research displaying Video Ads with Live Shoot techniques, to make it appear attractive in promoting Kopi Nuri and make people interested and curious to visit it.*

**Keywords:** Advertising, Nuri Coffee Information, Promotional Media