

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI BARBERLIVE
BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK *CLOSE-UP* DAN
*DETAIL SHOT***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

CHAERUL AZMI

21.11.4228

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI BARBERLIVE
BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK *CLOSE-UP* DAN
*DETAIL SHOT***

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh
CHAERUL AZMI
21.11.4228

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI BARBERLIVE BARBERSHOP
MENGUNAKAN TEKNIK *CLOSE-UP* DAN *DETAIL SHOT***

yang disusun dan diajukan oleh

Chaerul Azmi

21.11.4228

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 25 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Bayu Setiaji, M.Kom.
NIK. 190302216

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI BARBERLIVE BARBERSHOP
MENGUNAKAN TEKNIK *CLOSE-UP* DAN *DETAIL SHOT***

yang disusun dan diajukan oleh

Chaerul Azmi

21.11.4228

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Raditya Wardhana, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302208



Muhammad Tofa Nurcholis, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302281



Bayu Setiaji, M.Kom.
NIK. 190302216



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 25 Februari 2026

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. M.Kom.
NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Chaerul Azmi
NIM : 21.11.4228

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI BARBERLIVE BARBERSHOP
MENGUNAKAN TEKNIK *CLOSE-UP* DAN *DETAIL SHOT***

Dosen Pembimbing : Bayu Setiaji, 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, 25 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Chaerul Azmi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang senantiasa memampukan saya hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi berjudul **"PERANCANGAN VIDEO PROMOSI BARBERLIVE BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK *CLOSE-UP* DAN *DETAIL SHOT*"**. Karya ini adalah bukti dari usaha dan perjalanan yang penuh dengan tantangan selama masa perkuliahan. Dengan segala kerendahan hati, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Diri saya sendiri, yang telah berjuang melewati berbagai rintangan selama masa studi. Terima kasih telah bertahan, tidak menyerah pada rasa lelah, dan terus melangkah meski jalannya tidak selalu mudah. You did a great job
2. Kedua orang tua saya, yang selalu menjadi sumber inspirasi dan dukungan tanpa batas. Terima kasih atas doa, cinta, dan pengorbanan yang telah kalian berikan selama ini.
3. Bapak Bayu Setiaji, M.Kom, dosen pembimbing saya, yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan bimbingannya.
4. Pihak Barberlive Barbershop, selaku objek penelitian saya. Terima kasih kepada pimpinan dan seluruh staf yang telah memberikan izin, bantuan, serta kerja sama yang sangat baik selama proses pengambilan data dan produksi video promosi ini.
5. Teman-teman dan sahabat yang saya anggap sudah seperti keluarga, terima kasih selalu menemani dan memberikan semangat selama masa kuliah hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas canda tawa dan kebersamaannya.
6. Almamater tercinta Universitas AMIKOM Yogyakarta, tempat saya menimba ilmu dan berkembang. Semoga karya ini dapat berkontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan di masa depan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang senantiasa memampukan saya hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi berjudul "**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI BARBERLIVE BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK *CLOSE-UP* DAN *DETAIL SHOT***". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Sarjana Universitas Amikom Yogyakarta. Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Kusrini, M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer.
3. Ibu Eli Pujastuti, M.Kom, selaku ketua program studi S1 Informatika.
4. Bapak Bayu Setiaji, M.Kom, selaku dosen pembimbing saya yang telah banyak memberi pengarahan dan membimbing penulis dalam pembuatan skripsi.

Penulis tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak sekali 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 penulis tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 25 Februari 2026

Chaerul Azmi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.5.1 Manfaat Praktisi	3
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Studi Literatur	6

2.2	Dasar Teori.....	9
2.2.1	Video Promosi	9
2.2.2	Teknik sinematografi	9
2.2.3	Teknik <i>Camera Angle</i>	9
2.2.4	Teknik <i>Close-up</i>	9
2.2.5	Teknik <i>Detail shot</i>	10
2.2.6	Teori Multimedia	10
2.2.7	Estetika Visual	10
2.2.8	Kategori Standar <i>Engagement Rate</i> Instagram	11
BAB III	METODE PENELITIAN	12
3.1	Objek Penelitian.....	12
3.2	Alur Penelitian	12
3.2.1.	Mulai (Identifikasi Kebutuhan).....	13
3.2.2.	Perencanaan Produksi	14
3.2.3.	Penyusunan Naskah dan <i>Storyboard</i>	15
3.2.4.	Produksi – Pengambilan Gambar.....	25
3.2.5.	Penerapan Teknik <i>Close-up</i> dan <i>Detail shot</i>	25
3.2.6.	Pasca Produksi	26
3.2.7.	Editing.....	27
3.3	Alat dan Bahan.....	28
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1	Dokumentasi Tiap Tahap	29
4.1.1	Identifikasi Kebutuhan.....	29
4.1.2	<i>Storyboard</i> dan Naskah.....	31
4.1.3	Produksi (pengambilan Gambar)	41

4.1.4 Pascaproduksi	42
4.2 Hasil Akhir Video Promosi.....	45
4.3 Data Hasil Evaluasi.....	45
4.3.1 Hasil Performa Konten.....	46
4.3.2 Perhitungan <i>Engagement Rate</i>	47
4.3.3 Kategori Standar <i>Engagement Rate</i> Instagram	48
4.3.4 Analisis Sumber Tayangan	49
4.3.5 Analisis Audiens	50
4.3.6 Analisis Retensi Penonton	51
4.4 Hasil Wawancara Dengan Owner Barberlive Barbershop.....	52
4.4.1 Analisis Hasil Wawancara	53
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	55
REFERENSI	56
LAMPIRAN.....	58
1. Surat Permohonan Penelitian.....	58
2. Surat Balasan Penelitian	59

DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 KEASLIAN PENELITIAN	7
TABEL 3. 1 <i>STORYBOARD</i> DAN NARASI	15
TABEL 4. 1 <i>STORYBOARD</i> DAN NASKAH	31
TABEL 4. 2 HASIL PERFORMA KONTEN	47
TABEL 4. 3 PERHITUNGAN ENGAGEMENT RATE	48
TABEL 4. 4 KATEGORI STANDAR ENGAGEMENT RATE INSTAGRAM	48
TABEL 4. 5 DISTRIBUSI SUMBER TAYANGAN.....	49
TABEL 4. 6 DISTRIBUSI BERDASARKAN STATUS.....	50
TABEL 4. 7 DISTRIBUSI BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	50
TABEL 4. 8 DISTRIBUSI BERDASARKAN USIA	50
TABEL 4. 9 DISTRIBUSI BERDASARKAN NEGARA	51
TABEL 4. 10 DATA RETENSI PENONTON.....	51
TABEL 4. 11 HASIL WAWANCARA.....	52

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 3. 1 ALUR PENELITIAN.....	13
GAMBAR 4. 1 <i>LEVY'S</i> BARBER SHOP.....	29
GAMBAR 4. 2 <i>FIRE</i> BARBER SHOP	30
GAMBAR 4. 3 TEKNIK <i>CLOSE-UP</i>	41
GAMBAR 4. 4 TEKNIK <i>DETAIL SHOT</i>	42
GAMBAR 4. 5 PASCAPRODUKSI.....	43
GAMBAR 4. 6 PASCAPRODUKSI	43
GAMBAR 4. 7 PASCAPRODUKSI	44
GAMBAR 4. 8 PASCAPRODUKSI	44
GAMBAR 4. 9 PASCAPRODUKSI	44
GAMBAR 4. 10 INSTAGRAM <i>INSIGHT</i>	46



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. SURAT PERMOHONAN PENELITIAN	58
LAMPIRAN 2. SURAT BALASAN PENELITIAN	59



INTISARI

Perkembangan media sosial sebagai sarana pemasaran digital menuntut pelaku usaha untuk menyajikan konten promosi yang menarik dan mampu menonjolkan kualitas layanan secara visual. Barberlive Barbershop sebagai usaha jasa potong rambut pria membutuhkan media promosi yang mampu memperlihatkan presisi pengerjaan, detail layanan, serta pengalaman pelanggan secara lebih profesional. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana merancang dan memproduksi video promosi dengan pendekatan sinematografi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan engagement audiens di platform Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan praktik perancangan dan produksi karya. Tahapan penelitian meliputi identifikasi kebutuhan, analisis referensi, penyusunan *storyboard* dan naskah, proses produksi dengan penerapan teknik *close-up* dan *detail shot*, serta pascaproduksi meliputi *editing*, *color grading*, dan *audio enhancement*. Evaluasi dilakukan menggunakan data kuantitatif dari Instagram Insight dan wawancara kualitatif dengan pemilik usaha untuk mengukur efektivitas konten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa video promosi berdurasi 1 menit 5 detik berhasil diproduksi dengan dominasi teknik *close-up* dan *detail shot* yang mampu menonjolkan kualitas dan pengalaman jasa. Video memperoleh *engagement rate* sebesar 6,24% (kategori sangat baik) serta menjangkau target audiens utama laki-laki usia 18–34 tahun. Penelitian ini berkontribusi sebagai referensi strategi promosi visual bagi UMKM jasa, khususnya barbershop, dalam memanfaatkan media sosial secara lebih efektif.

Kata kunci: *Video promosi, Close-up, Detail shot, Digital marketing, Barbershop*

ABSTRACT

The development of social media as a digital marketing platform requires business owners to create promotional content that effectively highlights service quality through visual presentation. Barberlive Barbershop, as a men's grooming service business, requires promotional media capable of showcasing work precision, service details, and customer experience professionally. The main problem addressed in this research is how to design and produce a promotional video by applying cinematic techniques to enhance visual appeal and audience engagement on Instagram.

This study employs a descriptive method with a practical design and production approach. The research stages include needs identification, reference analysis, *storyboard* and script development, production using *close-up* and *detail shot* techniques, and post-production processes such as editing, color grading, and audio enhancement. The evaluation was conducted using quantitative data from Instagram Insight and qualitative interviews with the business owner to measure content effectiveness.

The results indicate that the 1-minute and 5-second promotional video successfully emphasized service quality and customer experience through dominant use of *close-up* and *detail shot* techniques. The video achieved a 6.24% engagement rate (categorized as very good) and effectively reached the primary target audience of males aged 18–34 years. This research contributes as a reference for visual promotional strategies for service-based SMEs, particularly barbershops, in optimizing social media marketing.

Keywords: *Promotional Video, Close-up , Detail shot, Digital Marketing, Barbershop*