

PROJEK AKHIR

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN KOMERSIAL UNTUK PRODUK
MINUMAN NYUSULAH BERBASIS MULTIMEDIA**



Oleh:

AMANAH RIZKI

09010582024027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN INFORMATIKA

FAJUKTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2024

HALAMAN PENGESAHAN
PEMBUATAN VIDEO IKLAN KOMERSIAL UNTUK PRODUK
MINUMAN NYUSULAH BERBASIS MULTIMEDIA

LAPORAN PROJEK AKHIR
Program Studi Manajemen Informatika
Jenjang Diploma III

Disusun Oleh :

AMANAH RIZKI

09010582024027

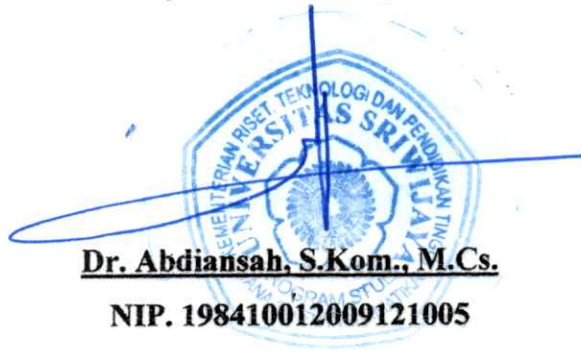
Menyetujui,
Dosen Pembimbing,



Bayu Wijaya Putra, S.Kom., M.Kom.

NIP. 198803052019031010

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen Informatika



Dr. Abdiansah, S.Kom., M.Cs.
NIP. 198410012009121005

HALAMAN PERSETUJUAN

Projek Akhir ini di uji dan lulus pada :

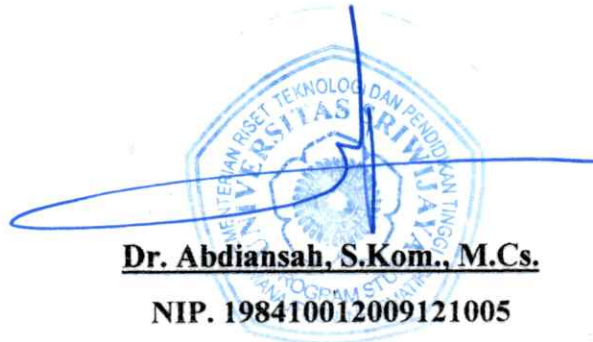
Hari : Senin

Tanggal : 30 Desember 2024

- Tim Penguji :
1. Ketua Sidang : Rusdi Efendi, M.Kom.
 2. Pembimbing : Bayu Wijaya Putra, M.Kom.
 3. Penguji : Rizka Dhini Kurnia, M.SC.



Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen
Informatika,



Dr. Abdiansah, S.Kom., M.Cs.
NIP. 198410012009121005

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amanah Rizki
NIM : 09010582024027
Program Studi : Manajemen Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa

1. Dalam penyusunan/penulisan projek akhir harus bersifat orisinil dan tidak melakukan plagiatisme baik produk software/hardware.
2. Dalam penyelesaian projek akhir dilaksanakan di Laboratorium Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya dan tidak diselesaikan atau dikerjakan oleh pihak lain diluar civitas akademik Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Demikiran pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya bersedia diberikan sanksi apabila dikemudian hari pernyataan saya ini terbukti tidak benar yaitu :

1. Tidak dapat mengikuti ujian komperehensif atau tidak lulus ujian komperehensif.
2. Bersedia mengganti judul atau topik projek akhir setelah mendapat persetujuan dari pembimbing projek akhir.



Palembang, 12 Desember 2024



Amanah Rizki
NIM.09010582024027

KATA PENGANTAR

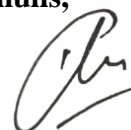
Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan nikmat dan karunia-Nya, sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu sesuai rencana. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Tugas Akhir ini merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi sebagai bagian dari persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Informatika, Universitas Sriwijaya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan Praktik Kerja ini, terdapat banyak dukungan dan bimbingan yang diterima dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi.

- a. Penulis mengucapkan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan kesehatan, waktu, dan kemudahan yang telah diberikan. Sehingga laporan kerja praktik ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat.
- b. Bapak Dr. Abdiansah, S.Kom., M.Cs., selaku Ketua Program Studi Manajemen Informatika di Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya.
- c. Bapak Bayu Wijaya Putra, S.Kom., M.Kom., sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran yang sangat berarti selama penyusunan Tugas Akhir ini.
- d. Kepada orang tua yang senantiasa memberikan dukungan tanpa batas, baik dalam bentuk moral maupun materi, serta doa, motivasi, dan semangat yang menjadi sumber kekuatan dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
- e. Penghargaan juga diberikan kepada diri sendiri atas dedikasi, ketekunan, dan semangat yang terus terjaga dalam merampungkan laporan kerja praktik ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga dengan tangan terbuka Penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang konstruktif untuk peningkatan di masa mendatang. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat, baik untuk diri penulis maupun para pembaca, maupun pihak-pihak lain yang memerlukannya sebagai sumber tambahan wawasan dan pengetahuan.

Palembang, 25 Oktober 2024

Penulis,



Amanah Rizki
09010582024027

ABSTRAK

PEMBUATAN VIDEO IKLAN KOMERSIAL UNTUK PRODUK MINUMAN NYUSULAH BERBASIS MULTIMEDIA

Oleh

Amanah Rizki

09010582024027

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi pada masa kini, perkembangan zaman turut mendorong pesatnya inovasi di bidang teknologi, sehingga dunia memasuki era digital. Kemunculan teknologi digital memberikan berbagai dampak pada kehidupan, termasuk di sektor UMKM. Salah satu upaya pengembangan dalam sektor UMKM di era digital ini adalah promosi usaha minuman Nyusulah. Salah satu sarana promosi yang digunakan adalah video. Penelitian ini menerapkan metode eksperimen dengan pendekatan kualitatif. Analisis menunjukkan bahwa video iklan komersial digunakan sebagai media promosi untuk produk minuman Nyusulah melalui platform media sosial. Tujuannya adalah untuk memperluas jangkauan produk sehingga lebih dikenal oleh masyarakat. Video iklan komersial berbasis multimedia ini diharapkan menjadi media promosi yang menarik sekaligus sarana informasi yang efektif bagi khalayak luas.

Kata kunci : Multimedia, Video, Animasi, Digital Marketing, Social Media

Palembang, Oktober 2024

Menyetujui,

Pembimbing,



Bayu Wijaya Putra, S.kom., M.kom.

NIP. 19880305052019031010

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen Informatika.



Dr. Abdiansah, S.Kom., M.Cs.

NIP. 198005222008121002

ABSTRACT

By

Amanah Rizki

09010582024027

In the midst of the rapid technological development today, the progress of the times has also driven rapid innovation in technology, leading the world into the digital era. The emergence of digital technology has had various impacts on life, including in the MSME sector. One of the development efforts in the MSME sector in this digital era is the promotion of the Nyusulah beverage business. One of the promotional tools used is video. This study applies an experimental method with a qualitative approach. The analysis shows that commercial advertising videos are used as a promotional medium for the Nyusulah beverage product through social media platforms. The aim is to expand the product's reach and increase its recognition among the public. This multimedia-based commercial advertising video is expected to become an attractive promotional medium as well as an effective informational tool for a wide audience.

Keywords: *Multimedia, Video, Animation, Digital Marketing, Social Media*

Palembang, Oktober 2024

Agree,

Supervisor,



Bayu Wijaya Putra, S.kom., M.kom.

NIP. 19880305052019031010

Know,

Coordinator of the Information Management Study Program.



Dr. Abdiansah, S.Kom., M.Cs.

NIP. 198005222008121002

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Batasan Masalah	2
BAB II	3
2.1 Gambaran Umum Usaha.....	3
2.2 Multimedia.....	3
2.2.1 Teks.....	4
2.2.2 Gambar.....	5
2.2.3 Suara	7
2.2.4 Animasi	7
2.2.5 Video.....	8
2.3 Metode Pembuatan Video.....	15
2.3.1 Konsep (Concept)	15
2.3.2 Perancangan (Design)	15

2.3.3 Pengumpulan Bahan (Material Collecting)	15
2.3.4 Pembuatan (Assembly)	15
2.3.5 Pengujian (Testing).....	15
2.3.6 Pendistribusian (Distribution).....	15
BAB III.....	16
3.1 Desain Penelitian	16
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	16
3.2.1 Sumber Data (Data Primer)	16
3.2.2 Jenis Data (Data Kualitatif)	16
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.3.1 Analisis konten.....	17
3.3.2 Digital Marketing.....	17
3.3.3 Video.....	18
3.3.4 Sosial Media.....	18
BAB IV	19
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	19
4.1.1 Hasil Observasi	19
4.1.2 Kesimpulan Hasil Analisis Data	19
4.2 Konsep Perancangan Karya	19
4.2.1 Konsep Perancangan.....	19
4.2.2 Strategi Kreatif.....	20
4.2.3 Tujuan Kreatif.....	20
4.3 Perancangan Karya	20
4.3.1 Concept	20
4.3.2 Story Board	20
4.3.3 Design	22
4.3.4 Material Collecting	22

4.3.5 Assembly.....	22
4.3.6 Testing.....	24
4.3.7 Distribution	24
BAB V	25
5.1 Hasil	25
5.1.1 Sebelum adanya video komersial.....	25
5.1.1 Sesudah adanya video komersial	25
5.2 Pembahasan.....	27
5.2.1 Intro.....	27
5.2.2 Isi.....	27
5.2.3 Penutup	28
BAB VI.....	29
6.1 Kesimpulan	29
6.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA.....	30
LAMPIRAN.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Huruf Serif.....	5
Gambar 2.2 Contoh Huruf Sans Serif.....	5
Gambar 2.3 Contoh Gambar Bitmap	6
Gambar 2.4 Contoh Gambar Vector-drawn.....	6
Gambar 2.5 Contoh Gambar Animasi Tweening	7
Gambar 2.6 Contoh Gambar Animasi Fade In	7
Gambar 2.7 Contoh Gambar Animasi Fade Out.....	8
Gambar 2.8 Contoh Shoot Close Up.....	9
Gambar 2.9 Contoh Gambar DollyCam	12
Gambar 2.10 Contoh Gambar CraneCam.....	12
Gambar 4. 1 Tampilan sequence setting	23
Gambar 4. 2 Tampilan sequence.....	23
Gambar 4. 3 Tampilan saat melakukan color grading dan penambahan efek transisi.....	23
Gambar 4. 4 Tampilan render Premiere Pro 2021	24
Gambar 5. 1 Tampilan sebelum adanya iklan komersial	25
Gambar 5. 2 Tampilan setelah adanya iklan komersial	26
Gambar 5. 3 Respon positif dari masyarakat	26
Gambar 5. 4 Tampilan intro.....	27
Gambar 5. 5 Tampilan isi.....	27
Gambar 5. 6 Tampilan Penutup	28

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 StoryBoard.....	21
----------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya zaman modern sejalan dengan kemajuan zaman, dunia kini telah berada dalam era digital. Kehadiran teknologi digital memberikan berbagai pengaruh, salah satunya di sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Saat ini, banyak usaha minuman UMKM yang masih mengandalkan bahan seperti pengawet dan pemanis buatan. Namun, salah satu usaha minuman UMKM berhasil menghadirkan produk dengan merek Nyusulah, yang dibuat menggunakan bahan alami sehingga lebih sehat dan aman untuk dikonsumsi.

Produk ini telah dikembangkan selama 6 bulan, namun upaya promosi atau pengenalan merek Nyusulah masih sangat terbatas. Oleh karena itu, promosi usaha minuman menjadi salah satu fokus pengembangan di sektor UMKM dalam era kemajuan teknologi digital. Salah satu jenis media yang dapat dimanfaatkan untuk promosi adalah melalui *video*.

Video merupakan media elektronik yang mengintegrasikan teknologi suara dan gambar secara bersamaan, menciptakan tayangan yang lebih hidup dan menarik. (Yudianto & Arif, 2017). Salah satu jenis media video adalah video iklan komersial, yang berperan dalam mendukung kegiatan pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan. Iklan komersial juga berperan dalam memperluas jangkauan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat luas (Hendrik & Nandy, 2017). Video yang dihasilkan harus memperhatikan penggunaan teknik videografi yang baik, agar mampu menarik minat penonton serta menyampaikan pesan secara efektif dan efisien melalui elemen-elemen videografi.

Ketiadaan konten pada sosmed berimbas pada sulitnya pengenalan merk nyusulah ke publik, maka dari itu penulis mengusulkan video konten iklan guna menjadi promosi sekaligus pengenalan produk pada publik. Dampak positif bagi umkm yaitu dapat menjadi bahan konten yang dapat langsung di upload di sosial media mereka.

Video ini merupakan bentuk penelitian yang bertujuan untuk menyelesaikan program tugas akhir, dan juga video ini dibuat untuk promosi ataupun informasi produk minuman nyusulah. Melalui penelitian ini, penulis ingin memanfaatkan perkembangan media informasi berbasis multimedia agar penyebaran informasi mengenai produk minuman nyusulah dapat lebih efektif dan informatif, sehingga informasi mengenai usaha minuman umkm ini dapat menyebar ke masyarakat luas.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, Masalah utama yang dibahas dalam tugas akhir ini adalah bagaimana merancang dan menghasilkan video iklan komersial untuk produk minuman dengan memanfaatkan teknologi multimedia.

1.3 Tujuan

Tujuan penulis membuat video iklan komersial produk minuman ini adalah untuk membantu merancang dan membuat video promosi agar dapat disebar luaskan.

1.4 Manfaat

1. Video dapat menjadi bahan konten di sosial media.
2. Merk nyusulah dapat dikenal publik secara luas.
3. Sebagai syarat penyelesaian tugas akhir.
4. Meningkatkan kemampuan dalam editing video.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini menetapkan batasan-batasan untuk memastikan agar pembahasan tetap fokus dan agar tidak keluar dari batasan rumusan masalah yang telah ditentukan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada pembuatan video iklan komersial yang ditujukan untuk mempromosikan produk minuman Nyusulah.
2. Penelitian mencakup tahap *pre-production* dan *production*.
3. Video iklan komersial ini dirancang dengan basis multimedia.
4. Pembuatan video dilakukan menggunakan aplikasi pengeditan Adobe Premiere Pro.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar. (2017, Juni 8). *Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*. Retrieved from PakarKomunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/pengertianmedia-sosial-menurut-para-ahli>
- Danar. (2020, September 30). *Pengertian Video*. Retrieved from Cryptown: <https://www.cryptowi.com/pengertian-video/>
- Dermawan, D. (2013). *Teknologi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hendrik, & Nandy. (2017). *Iklan Komersial : Pengertian, Ciri, Tujuan, Jenis dan Contohnya*. Retrieved from Gramedia Blog.
- Ibnu, Y. (2020, Agustus 13). *Bahas Secara Tuntas Pengertian dari Videografi*. Retrieved from PortalDekave: <https://www.portaldekave.com/artikel/bahas-secara-tuntas-pengertian-dari-videografi>
- Munir. (2012). *Multimedia Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Pangestika, W. (2020, Juli 8). *Digital Marketing : Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis*. Retrieved from Mekari Jurnal: <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Surjono, H. D. (2017). Multimedia Pembelajaran Interaktif. In H. D. Surjono, *UnyPress* (p. 3).
- Widjaja, C. (2008). Kamera dan Video Editing : Cara Membuat Video Mulai Pembuatan Cerita, Penggunaan Kamera, dan Edit Dengan Adobe Premiere Pro.
- Yudianto, & Arif. (2017). PENERAPAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN. *Seminar Nasional Pendidikan*, 234.