

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SEBAGAI PROMOSI MELALUI
MEDIA SOSIAL**

Studi Kasus : Wisma Rumah Kost

SKRIPSI



disusun oleh

Ricad Alexius Barutu

10.11.4584

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SEBAGAI PROMOSI MELALUI
MEDIA SOSIAL**

Studi Kasus : Wisma Rumah Kost

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Sarjana S1
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

Ricad Alexius Barutu

10.11.4584

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SEBAGAI PROMOSI MELALUI
MEDIA SOSIAL**

Studi Kasus : Wisma Rumah Kost

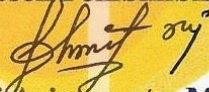
yang disusun oleh

Ricad Alexius Barutu

10.11.4584

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 06 Februari 2016

Dosen Pembimbing,



Dhani Ariatmanto, M.Kom

NIK.190302197

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN VIDEO IKLAN SEBAGAI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL

Studi Kasus : Wisma Rumah Kost

yang disusun oleh
Ricad Alexius Barutu

10.11.4584

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 07 Maret 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom
NIK. 190302047

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Dhani Ariatmanto, M.Kom
NIK. 190302197

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
tanggal 10 Maret 2016

KETUA STM IK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suvanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

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, 07 Maret 2016

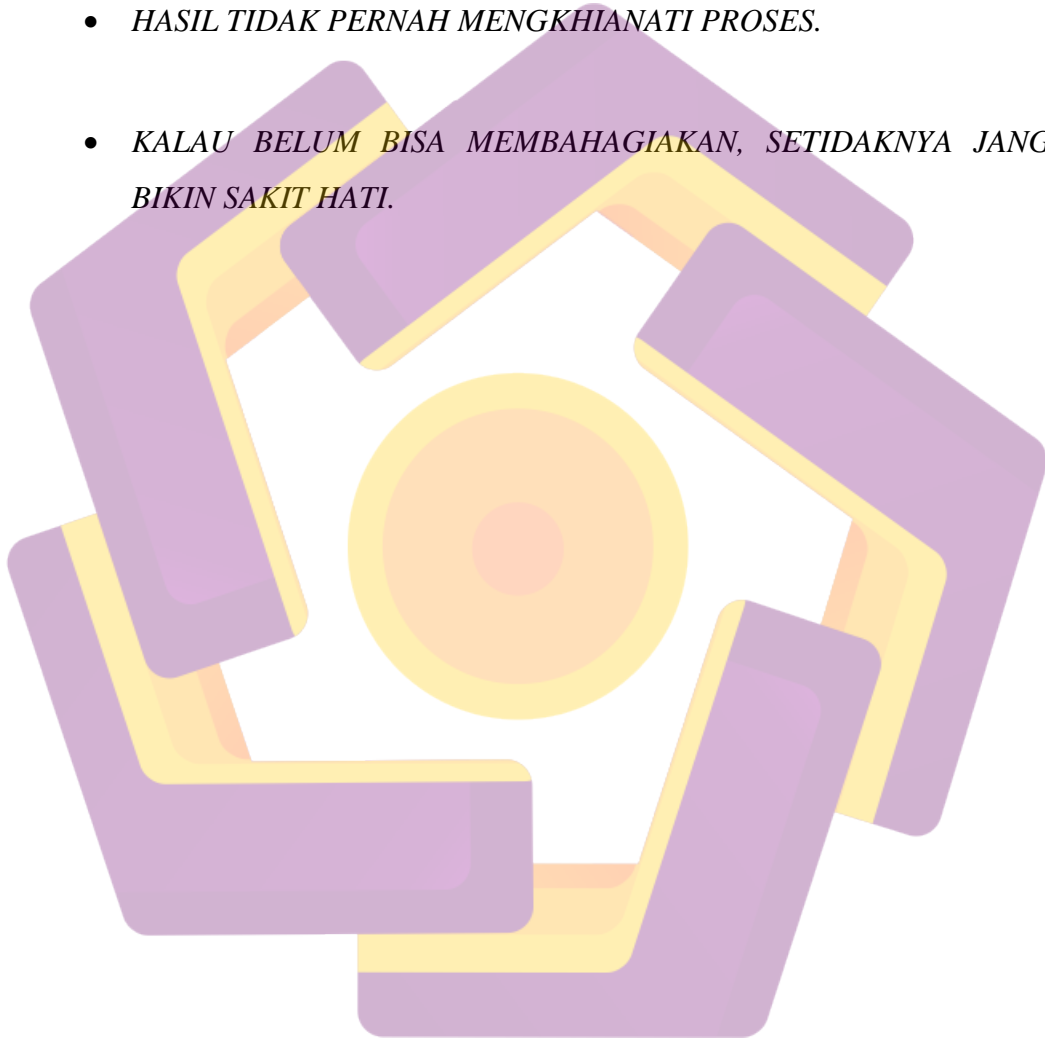


Ricad Alexius Barutu

10.11.4584

MOTTO

- *HIDUP JANGAN HANYA MEMINTA BERKAT, TETAPI BERUSAHALAH UNTUK MENJADI BERKAT.*
- *HASIL TIDAK PERNAH MENGKHIANATI PROSES.*
- *KALAU BELUM BISA MEMBAHAGIAKAN, SETIDAKNYA JANGAN BIKIN SAKIT HATI.*



PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini. Dengan kerendahan hati saya persembahkan Skripsi ini untuk :

1. Kedua Orang Tua saya yang senantiasa mendukung dalam segala aspek serta membimbing saya selama studi.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, MM. yang telah memberikan contoh dan teladan serta menjadi figur pemimpin di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Dhani Ariatmanto, M.Kom. atas bimbingannya dalam menyusun dan mengarahkan saya dalam skripsi yang saya buat.
4. Abang (Vernandus Barutu) dan kakak (Kristina Barutu dan keluarga) yang selalu memberi dukungan setiap waktu
5. My Agnes C A Saragih yang selalu setia menyemangati dan selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi ini.
6. Seluruh pengajar dan staf STMIK AMIKOM Yogyakarta.
7. Semua keluarga dan teman (Sinaga Jogja, Parna Jogja, Calcetto Fc, Apzlek's).
8. Teman seperjuangan kelas 10-S1TI-12, terutama "The Against of Stream human - JomFunk" you're the real MVP.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan berkat yang selalu dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata-1 Jurusan Teknik Informatika Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.


Dengan selesainya skripsi yang berjudul "*PERANCANGAN VIDEO IKLAN SEBAGAI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL [Studi Kasus Wisma Rumah Kost]*", dengan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Dhani Ariatmanto, M. Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak saran, bantuan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Sudarmawan, MT, selaku Ketua Jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Mamak, Bapak, Kakak, Abang dan seseorang yang special yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada penulis.
5. Pihak Wisma Rumah Kost yang bekerjasama menyediakan tempat sebagai objek penelitian.

6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pengembangan pada bidang multimedia.



Yogyakarta, 07 Maret 2015

Penulis,

Ricad Alexius Barutu

10.11.4584

DAFTAR ISI

JUDUL.....	I
PERSETUJUAN.....	II
PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN.....	IV
MOTTO.....	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
INTISARI.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
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. METODE PENELITIAN.....	4
1.5.1. Metode Pengumpulan Data.....	4
1. Metode Observasi.....	4
2. Metode Study Pustaka.....	4
3. Metode Study Literatur.....	4
1.5.2. Metode analisa.....	4
1. Analisa identifikasi masalah.....	5

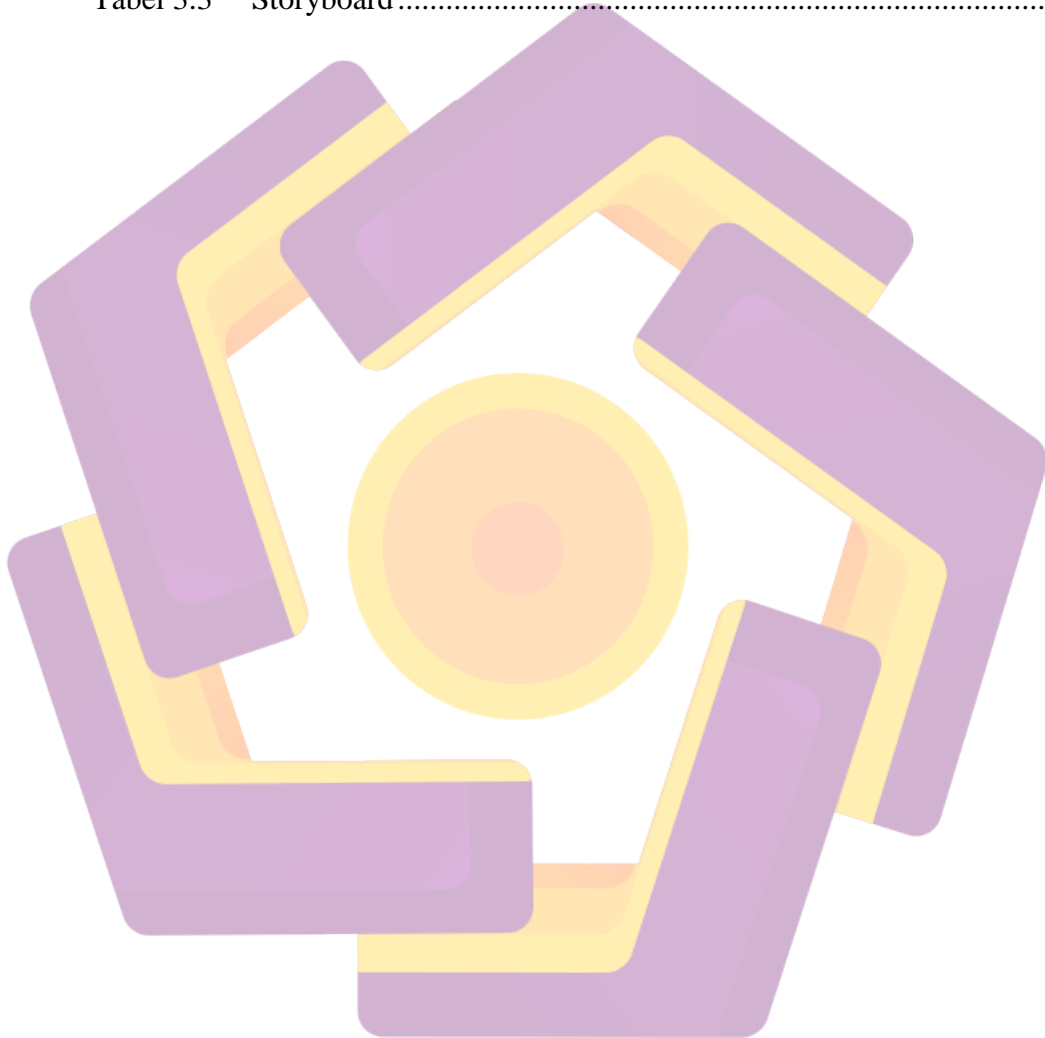
2. Analisa SWOT	5
3. Analisa kebutuhan.....	5
4. Analisa biaya.....	5
1.5.3. Metode Perancangan	5
1.5.4. Metode Pengembangan	5
1.5.5. Metode Testing.....	6
1.5.6. Metode Implementasi.....	6
1.6. SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB I PENDAHULUAN	7
BAB II LANDASAN TEORI	7
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	7
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	7
BAB V PENUTUP.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.2. Konsep Dasar Iklan	9
2.2.1. Pengertian Iklan	9
2.2.2. Sejarah Iklan.....	9
2.2.3. Jenis Iklan	10
2.2.4. Unsur-unsur Iklan.....	10
2.2.5. Strategi Iklan	11
2.2.6. Strategi merancang naskah dan storyboard.....	13
2.3. Analisis SWOT.....	13
2.4. Tahap Pembuatan Iklan	13
2.4.1. Peralatan Editing dan Peralatan Pengambilan Gambar.....	14

2.4.2.	Teknik Pengambilan Gambar.....	14
2.4.3.	Bidikan Kamera	15
2.4.4.	Pergerakan Kamera	17
2.5.	Proses Pra Produksi	18
1	Ide Cerita.....	18
2	Naskah atau Skenario.....	19
3	Storyboard.....	19
2.6.	Proses Produksi	20
1.	Import Image.....	20
2.	Editing.....	20
3.	Grading.....	20
2.7.	Pasca Produksi.....	20
1.	Composite.....	20
2.	Rendering.....	20
3.	Burning.....	21
2.8.	Perangkat Penunjang	21
1.	<i>Software</i>	21
2.	<i>Hardware</i>	21
2.9.	Metode Pengembangan	22
2.9.1.	<i>Pra Produksi</i>	21
2.9.2.	<i>Produksi</i>	21
2.9.3.	<i>Pasca Produksi</i>	21
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		23
3.1.	Tinjauan Umum.....	23
3.1.1.	Sejarah Wisma Rumah Kost	24

3.2.	Analisis Perancangan	24
3.2.1.	Identifikasi Masalah	24
3.2.2.	Analisis SWOT	26
3.2.3.	Solusi Yang Ditawarkan	28
3.2.4.	Solusi Dang Dipilih.....	29
3.2.5.	Analisis Kebutuhan	29
3.2.6.	Analisa Biaya	29
3.3.	Tahapan Produksi Iklan.....	31
3.3.1.	Praproduksi	31
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		35
4.1.	IMPLEMENTASI	35
4.1.1.	Produksi	35
4.1.2.	Perlengkapan Shooting.....	36
4.1.3.	Proses Pengambilan Gambar.....	39
4.1.4.	Pasca Produksi	41
4.2.	PEMBAHASAAN.....	52
4.2.1.	Tahap Uji Coba	52
4.2.2.	Implementasi Terhadap Kesesuaian Terhadap Storyboard.....	53
4.2.3.	Tampilan Video Iklan Wisma Rumah Kost Dengan Motion Text dan Efek Grafis	35
4.2.4.	Implementasi Pada Media Sosial	56
BAB V PENUTUP		58
5.1.	Kesimpulan.....	58
5.2.	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hardware	21
Tabel 3.1	Analisis SWOT	26
Tabel 3.2	Analisis Biaya	31
Tabel 3.3	Storyboard	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Canon EOS 60D	37
Gambar 4.2 Lampu Studio	38
Gambar 4.3 Tripod Excel.....	38
Gambar 4.4 Hasil Capture Gambar.....	42
Gambar 4.5 Tampilan Adobe Photoshop CC.....	43
Gambar 4.6 Menyempurnakan Gambar Dengan Photoshop	45
Gambar 4.7 Gambar Setelah Disempurnakan.....	45
Gambar 4.8 Pembuatan Logo WRK.....	46
Gambar 4.9 Tampilan After Effect	47
Gambar 4.10 Membuat Video Opening.....	48
Gambar 4.11 Membuat Text Motion	48
Gambar 4.12 Membuat Efek Grafis Dan Text Motion.....	49
Gambar 4.13 Rendering Project Video Iklan.....	51
Gambar 4.14 Proses Akhir Pembuatan Video	51
Gambar 4.15 Video 15 detik.....	52
Gambar 4.16 Video 30 detik.....	53
Gambar 4.17 Tampilan Video 01.....	54
Gambar 4.18 Tampilan Video 02.....	54
Gambar 4.19 Tampilan Video 03.....	55
Gambar 4.20 Tampilan Video 04.....	55
Gambar 4.21 Screenshot Video Pada Youtube.....	56
Gambar 4.22 Screenshot Video Pada Instagram.....	56
Gambar 4.23 Screenshot Video Pada Facebook.....	57

INTISARI

Iklan merupakan bentuk publikasi suatu aktifitas, produk atau layanan kepada publik melalui media massa dan internet seperti televisi, radio dan media sosial atau lainnya yang bersentuhan langsung dengan publik. Pembuatan video iklan ini bertujuan sebagai media promosi untuk Wisma Rumah Kost di Yogyakarta, sebuah kota yang kecil tetapi memiliki banyak penduduk yang tinggal untuk sementara waktu, baik itu mahasiswa maupun wisatawan lokal atau mancanegara. Maka dengan adanya pembuatan video iklan pada media sosial dapat membantu pemilik Wisma Rumah Kost mempromosikan ke dalam jangkauan yang lebih luas.

Dalam mempromosikan Wisma Rumah Kost, selama ini pemilik hanya mengiklankan melalui pamflet dan Koran yang dirasa kurang efektif untuk mencapai target pemasaran karena penyampaian informasinya terbatas.

Proses pembuatan iklan menggunakan Adobe After Effect CC 2015, Camtasia Studio 8.5, dan Photoshop CC 2015. Dengan menggunakan software tersebut diharapkan dapat menghasilkan video iklan yang diinginkan.

Kata Kunci : Wisma Rumah Kost, Video Iklan, Media Sosial

ABSTRACT

Advertising is a form of publication of an activity, product or service to the public through the mass media such as television and the Internet, radio and social media or other direct contact with the public. Making the video ads is intended as a media campaign for Wisma Rumah Kost in Yogyakarta, a small town but has many inhabitants who lived for a while, both the students and the local or foreign tourists. So with the making of video ads on social media can help promote the guesthouse owner Boarding House into a wider range.

In promoting Wisma Rumah Kost, during this owner only advertises through pamphlets and newspapers were deemed less effective for achieving marketing targets for the delivery of the information is limited.

The ad creation process using Adobe After Effects CC 2015, Camtasia Studio 8.5, and Photoshop CC 2015. By using the software are expected to produce the desired video ads.

Keywords: *Wisma Rumah Kost, Video Ads, Social Media*