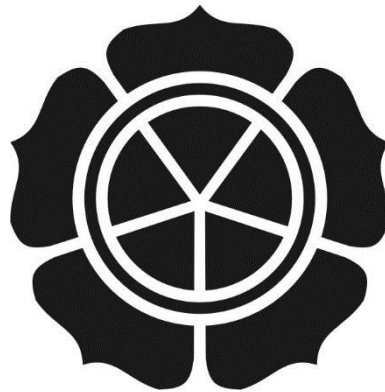


**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MATO KOPI  
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Fuad Hasan**

**10.11.4362**

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MATO KOPI  
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

**Fuad Hasan**

**10.11.4362**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MATO KOPI  
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Fuad Hasan**

**10.11.4362**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 10 Maret 2016

**Dosen Pembimbing,**

  
**M. Rudyanto Arief, M.T**  
**NIK. 190302098**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MATO KOPI**  
**YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Fuad Hasan**

**10.11.4362**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 5 Maret 2016

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**M. Rudyanto Arief, M.T**  
**NIK. 190302098**

**Krisnawati, S.Si, MT**  
**NIK.190302038**

**Dina Maulina, M.Kom**  
**NIK.190302250**


**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 10 Maret 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 karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan tertentu, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis 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 sendiri.

Yogyakarta, 10 Maret 2016

Fuad Hasan  
10.11.4362

## MOTTO

- Allah S.W.T berfirman: *"Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui".* (QS. Al-Baqarah [2]: 261).
- Dari Jarir bin Abdillah R.a dia berkata, *"Sejak aku masuk Islam, Rasulullah S.A.W tidak pernah menolak aku untuk duduk bersama Beliau. dan tidaklah Beliau melihatku kecuali Beliau tersenyum kepadaku".* (HR. Bukhari dan Muslim).
- Saya punya banyak mimpi ketika masih kecil, dan saya kira saya beruntung karena tumbuh dengan mendapatkan kesempatan banyak MEMBACA- Bill Gates.
- "Make a mistake if you want to remove your bad habits, and make the truth if you want to get the good luck".
- Hidup itu tentang kebaikan dan hal yang positif, lakukan tanpa ragu untuk selalu bersama dengan keberuntungan.

## PERSEMBAHAN

Puji Syukur kita panjatkan kepada Allah SWT, atas segala nikmat hidup dan kesempatan menggenggam ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis sangat ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, seta inayah kepada kita semua. Semoga hambamu ini akan menjadi lebih baik dari sebelumnya.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan hidup seluruh umat manusia.
3. Kedua orang tua saya Ahmad Thoha dan Amirotn Ni'mah yang selalu mendo'akan, mengorbankan tenaga pikiran, dan memberikan dukungan baik moril maupun spritual, dan nasehat pada penulis demi kebahagiaan dan kesuksesan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Adik saya Hilmi Faiqoh, Aimmatuz Zakiyah, Iffah Mirrotin Hanuna, Silmia Quthurun Nada, dan Muhammad Aqil Fawwaz yang selalu mendoakan dan memotivasi.
5. Teman Kontrakan HarishOntha, Okta, Alfadin, Rezki, Adot, Indra, Majid, Shoma, Alfian, Wildan, Dwi,CokkyCalucy.
6. Keluarga besar S1 TI 10/K. Tino, Feri, Estu, Edo, Prakarsa, dll. Senang bisa mengenal kalian. Kalian semua luar biasa, semoga kelak sukses dikemudian hari.
7. Semua pihak yang ikut membantu dalam segala hal, yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terimakasih.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-NYA, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini, dengan judul **PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MATO KOPI YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kelulusan program pendidikan Strata I STMIK “AMIKOM” Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak M. Suyanto, Prof. Dr, M.M selaku Ketua STMIK “AMIKOM” Yogyakarta.
2. Bapak M. Rudyanto Arief, MT, selaku Dosen Pembimbing, terima kasih banyak atas bimbingannya selama ini.
3. Bapak Sudarmawan, MT, selaku Ketua Jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan skripsi ini belum mendekati kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan skripsi ini.

Akhirnya penulis **mengharapkan**, semoga hasil karya ini dapat berguna serta bermanfaat bagi penulis khususnya dan semua pihak yang memerlukannya.Amin.

Yogyakarta, 10 Maret 2016

Penulis



## DAFTAR ISI

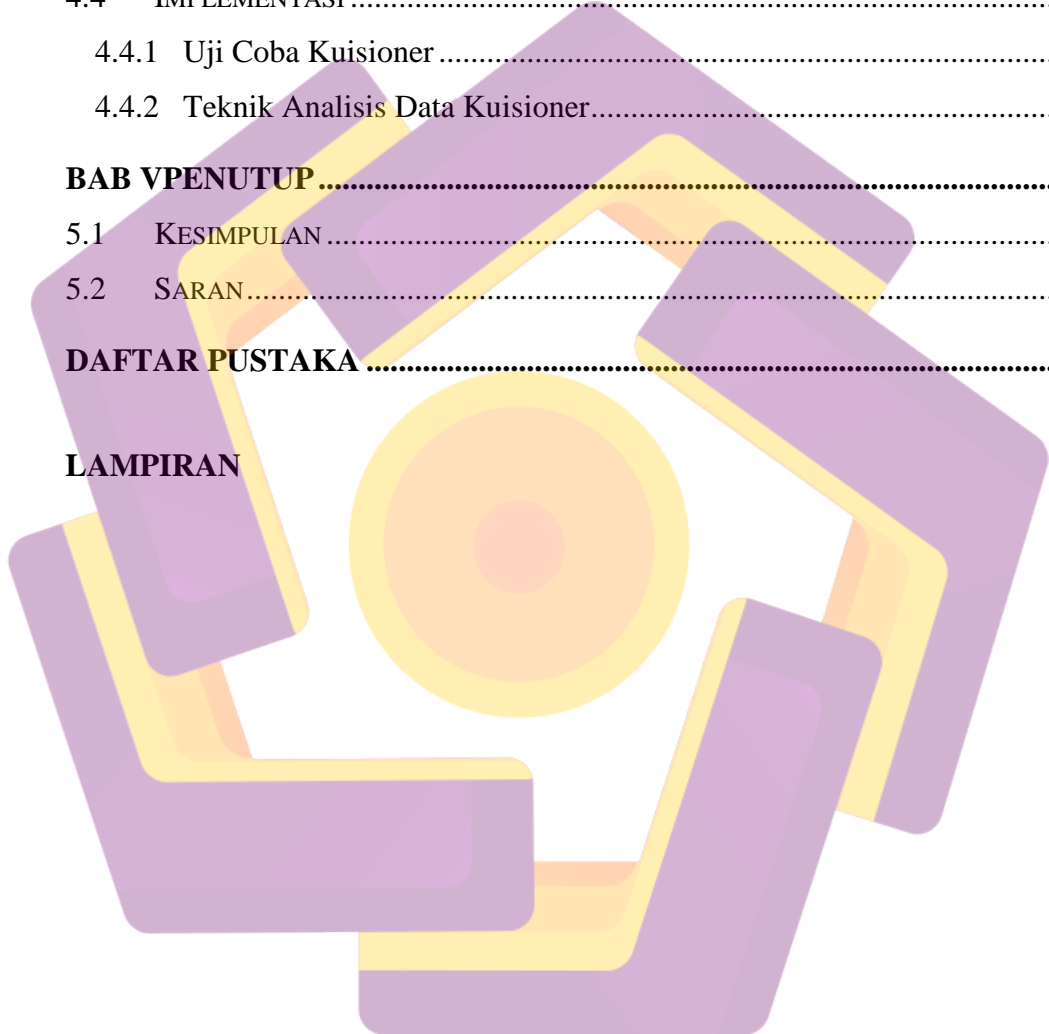
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>I</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>IV</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>VI</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>IX</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>XIV</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>XVI</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>XVII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	2
1.3 BATASAN MASALAH .....	2
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN .....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis .....	4
1.5.3 Metode Perancangan.....	4
1.5.4 Metode Pengembangan.....	5
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN.....	6
<b>BAB IILANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>

2.1	TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.2	DEFINISI MULTIMEDIA .....	10
2.2.1	Pengertian Multimedia.....	10
2.2.2	Pemanfaatan Multimedia .....	12
2.3	DEFINISI PERIKLANAN TELEVISI.....	13
2.3.1	Pengertian Periklanan Televisi .....	13
2.3.1.1	Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	14
2.4	KONSEP DASAR VIDEO.....	15
2.4.1	Pengertian Video.....	15
2.4.2	Standard Broadcast Video .....	16
2.4.3	Format Video .....	19
2.5	MACAM-MACAM SUDUT PANDANG KAMERA ( <i>CAMERA ANGLE</i> ) .....	21
2.6	MACAM-MACAM TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR ( <i>TYPE OF SHOT</i> ).....	23
2.7	<i>MOTION GRAPHICS</i> .....	26
2.8	JENIS-JENIS IKLAN .....	27
2.8.1	Jenis-jenis Iklan Berdasarkan Tujuan .....	27
2.8.2	Jenis-jenis Iklan Berdasarkan Media Penyampaiannya.....	28
2.9	TAHAPAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI.....	30
2.9.1	Tahapan Praproduksi .....	30
2.9.2	Tahapan Produksi .....	31
2.9.3	Tahapan Pascaproduksi.....	31
2.10	METODOLOGI PENGEMBANGAN MULTIMEDIA .....	31
2.10.1	<i>Concept</i> (pengonsepan).....	32
2.10.2	<i>Design</i> (pendesainan) .....	33
2.10.3	<i>Assembly</i> .....	33
2.10.4	Pengumpulan Bahan ( <i>Material Collecting</i> ) .....	33
2.10.5	<i>Testing</i> .....	34
2.10.6	<i>Distribution</i> .....	34
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>35</b>
3.1	TINJAUAN UMUM .....	35
3.1.1	Gambaran Umum Mato Kopi Yogyakarta.....	35

3.1.2	Lokasi Mato Kopi Yogyakarta .....	38
3.1.3	Visi dan Misi Mato Kopi Yogyakarta.....	39
3.1.4	Menu Makanan dan Minuman Mato Kopi Yogyakarta.....	39
3.1.5	Proses Bisnis yang Masih Berjalan.....	42
3.2	ANALISIS MASALAH.....	42
3.2.1	Identifikasi Masalah.....	42
3.3	ANALISIS SWOT.....	44
3.3.1	Analisis Kekuatan ( <i>Strengths</i> ) .....	46
3.3.2	Analisis Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ) .....	47
3.3.3	Analisis Peluang ( <i>Opportunities</i> ).....	47
3.3.4	Analisis Ancaman ( <i>Threats</i> ).....	48
3.4	HASIL ANALISIS SWOT .....	48
3.5	SOLUSI YANG DAPAT DITERAPKAN .....	49
3.6	ANALISIS KEBUTUHAN FUNGSIONAL .....	49
3.7	ANALISIS KEBUTUHAN NON FUNGSIONAL .....	49
3.7.1	Kebutuhan Perangkat Keras.....	50
3.7.2	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	51
3.7.3	Kebutuhan Sumber Daya Manusia .....	51
3.8	ANALISIS BIAYA.....	52
3.9	STUDI KELAYAKAN SISTEM .....	53
3.10	PERANCANGAN IKLAN.....	54
3.10.1	Praproduksi Iklan .....	54
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>61</b>
4.1	ALUR PRODUKSI.....	61
4.2	TAHAP PRODUKSI IKLAN .....	62
4.2.1	Pemilihan Lokasi dan Menyiapkan Perlengkapan yang Digunakan ..	62
4.2.2	Rehearsal.....	66
4.2.3	Pengaturan Pencahayaan ( <i>Lighting</i> ) .....	66
4.2.4	Pengaturan Kamera.....	66
4.2.5	Proses Pengambilan Gambar ( <i>Shooting Video</i> ).....	67
4.3	TAHAP PASCAPRODUKSI IKLAN.....	73

4.3.1	<i>Capturing</i> .....	73
4.3.2	<i>Editing</i> .....	74
4.3.3	<i>Rendering</i> .....	82
4.3.4	<i>Mastering</i> .....	86
4.3.5	<i>Testing</i> .....	86
4.4	IMPLEMENTASI .....	87
4.4.1	Uji Coba Kuisisioner .....	87
4.4.2	Teknik Analisis Data Kuisisioner.....	88
<b>BAB VPENUTUP</b> .....		<b>93</b>
5.1	KESIMPULAN .....	93
5.2	SARAN.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>95</b>

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Menu Makanan Mato Kopi Yogyakarta.....	40
Tabel 3.2 Menu Minuman Mato Kopi Yogyakarta .....	41
Tabel 3.3 Analisis SWOT .....	45
Tabel 3.4 Kebutuhan Perangkat Keras .....	50
Tabel 3.5 Kebutuhan Perangkat Lunak .....	51
Tabel 3.6 Biaya Pembuatan Iklan.....	52
Tabel 3.7 Faktor-faktor Kelayakan .....	53
Tabel 3.8 Rancangan Naskah Iklan .....	55
Tabel 3.9 Rancangan <i>Storyboard</i> .....	56
Tabel 4.1 Fitur dan Spesifikasi Canon EOS 650D .....	563
Tabel 4.2 <i>Script Breakdown</i> .....	568
Tabel 4.3 Hasil Pengambilan Video .....	569
Tabel 4.4 Hasil <i>Review</i> .....	87
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskriptif Persentase .....	88
Tabel 4.6 Uji Coba Kuisisioner Karyawan Mato Kopi.....	89
Tabel 4.7 Uji Coba Kuisisioner Praktisi Multimedia.....	89
Tabel 4.8 Uji Coba Kuisisioner Masyarakat Umum.....	90

## DAFTAR GAMBAR

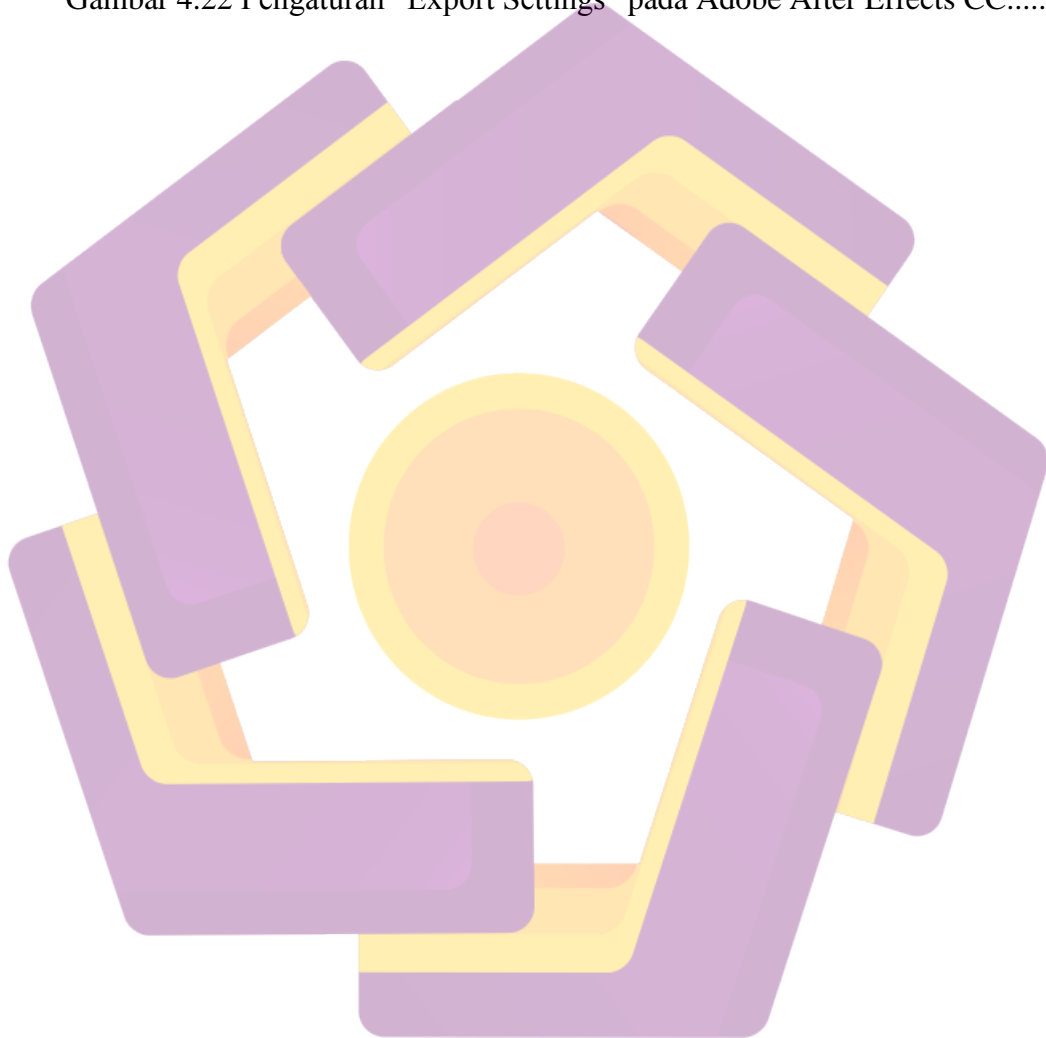
Gambar 2.1 Enam Elemen Multimedia.....	10
Gambar 2.2 Tahap Pengembangan Multimedia .....	32
Gambar 3.1 Tempat Nongkrong “Joglo” .....	32
Gambar 3.2 Tempat Nongkrong “Lesehan Tanpa Atap” .....	32
Gambar 3.3 Tempat Nongkrong “Lesehan Dengan Atap”.....	32
Gambar 3.4 Tempat Nongkrong “Meja Kursi” .....	32
Gambar 3.5 Mato Kopi Yogyakarta Melalui Google Maps .....	32
Gambar 4.1 Bagan Alur Produksi .....	32
Gambar 4.2 Lensa Canon 18-55 mm dan Canon EOS 650D dan Lensa Canon 18-22 mm .....	32
Gambar 4.3 Ultra 8 GB Class 10.....	32
Gambar 4.4 Reflektor .....	32
Gambar 4.5 Tripod Excell Promoss .....	32
Gambar 4.6 Pengaturan Pencahayaan .....	66
Gambar 4.7 Pengaturan <i>White Balance</i> .....	32
Gambar 4.8 Manajemen File Video Iklan Mato Kopi Yogyakarta .....	74
Gambar 4.9 Membuat Logo Mato Kopi di Adobe Illustrator CS6.....	75
Gambar 4.10 Hasil Pembuatan Logo Mato Kopi yang diimpor ke Adobe Effects CC.....	75
Gambar 4.11 Proses Penggabungan Video Iklan ke Adobe Premiere Pro CC .	76
Gambar 4.12 Proses Pembuatan File Baru dan Pemilihan <i>Sample Rate</i> pada Adobe Soundbooth CS5 .....	77
Gambar 4.13 Proses Pembersihan <i>Noise</i> pada Adobe Soundbooth CS5 .....	78
Gambar 4.14 Proses Penyimpanan File Rekaman pada Adobe Soundbooth CS5 .....	79
Gambar 4.15 Pembuatan Teks dengan Tambahan Efek <i>Motion Graphic</i> .....	80
Gambar 4.16 <i>Compositing</i> Video pada Adobe Premiere Pro CC .....	80
Gambar 4.17 Proses <i>Coloring</i> pada Adobe Premiere Pro CC.....	81
Gambar 4.18 Proses <i>Export Render Settings</i> pada Adobe After Effects.....	82

Gambar 4.19 Proses *Export* “Add to Render Queue” pada Adobe After Effects CC..... 83

Gambar 4.20 Pengaturan *Export* “Output Module Settings” pada Adobe After Effects CC ..... 84

Gambar 4.21 Proses *Render* “Export - Media” pada Adobe After Effects CC. 85

Gambar 4.22 Pengaturan “Export Settings” pada Adobe After Effects CC..... 86



## INTISARI

Kemudahan dalam mendapatkan informasi memang diperlukan oleh bantuan teknologi informasi yang semakin berkembang khususnya di bidang multimedia.

Iklan merupakan salah satu media informasi yang cocok untuk menyampaikan pesan dan daya tarik kepada masyarakat sehingga konsumen dapat berinteraksi langsung dengan apa yang telah mereka lihat dari jenis produk atau jasa yang telah ditawarkan. Dengan penyampaian iklan dalam bentuk visual berupa video dapat sangat membantu untuk memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan, dengan demikian dapat memberikan gambaran kepada konsumen untuk dapat percaya dari hasil iklan yang diluncurkan oleh perusahaan tersebut.

Membuat iklan Mato Kopi Yogyakarta dengan menerapkan teknik *motion graphic* yang dapat bergerak dengan tambahan efek didalamnya dengan tampilan yang menarik kedalam video sehingga penonton dapat memahami tujuan dari iklan.

**Kata Kunci:** *Multimedia, Periklanan, Motion Graphic, Adobe AfterEffects, Adobe Premiere Pro, Mato Kopi Yogyakarta.*



## **ABSTRACT**

*Ease in obtaining the information necessary by the help of information technology is also growing particularly in the field of multimedia.*

*Advertising is one of the media information that is suitable to deliver the message and appeal to the public so that consumers can interact directly with what they have seen on the type of product or service that has been offered. With delivery of advertisements in visual style form of video can help to market products or services offered, thereby giving an overview to the consumer to be able to trust the results of an ad launched by the company.*

*Create ads Mato Kopi Yogyakarta by applying motion graphic techniques that can move by additional effects inside with an interesting view into video so that the audience can understand the purpose of advertising.*

**Keywords:** *Multimedia, Advertising, Motion Graphic, Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro, Mato Kopi Yogyakarta.*