

**PEMBUATAN IKLAN SEKOLAH SOSIAL OLAHRAGA REAL MADRID
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

TUGAS AKHIR



disusun oleh

Rahmat Dwi Wijanarko	12.02.8263
Dwi Okto Tamami	12.02.8298
Muhammad Setyadi Wicaksono	12.02.8314

**JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

**PEMBUATAN IKLAN SEKOLAH SOSIAL OLAHRAGA REAL MADRID
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

TUGAS AKHIR

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Ahli Madya
pada jenjang Diploma III jurusan Manajemen Informatika



disusun oleh

Rahmat Dwi Wijanarko	12.02.8263
Dwi Okto Tamami	12.02.8298
Muhammad Setyadi Wicaksono	12.02.8314

**JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR


PEMBUATAN IKLAN SEKOLAH SOSIAL OLAHRAGA REAL MADRID YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rahmat Dwi Wijanarko	12.02.8263
Dwi Okto Tamami	12.02.8298
Muhammad Setyadi Wicaksono	12.02.8314

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 26 Februari 2015

Dosen Pembimbing


Agus Purwanto, M.Kom.
NIK.190302229

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**PEMBUATAN IKLAN SEKOLAH SOSIAL OLAAHRAGA REAL MADRID
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rahmat Dwi Wijanarko 12.02.8263

telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 20 Mei 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

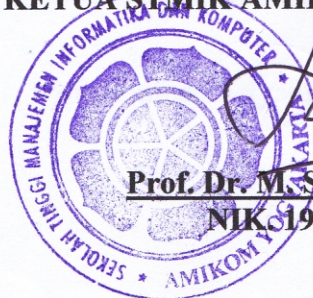


Ahlihi Masruro, M.Kom.
NIK. 190302148



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 01 Juni 2015

KETUA STMHK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**PEMBUATAN IKLAN SEKOLAH SOSIAL OLAHRAGA REAL MADRID
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dwi Okto Tamami **12.02.8298**

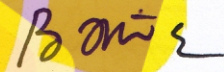
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 20 Mei 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Barka Satya, M.Kom
NIK. 190302126



Tonny Hidayat, M.Kom.
NIK. 190302182



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 01 Juni 2015

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**PEMBUATAN IKLAN SEKOLAH SOSIAL OLAHRAGA REAL MADRID
YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Setyadi Wicaksono 12.02.8314

telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 21 Mei 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Erni Seniwati, S. Kom, M.Cs
NIK.190302231



Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK.190302187



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 01 Juni 2015

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Kami yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, Tugas akhir ini merupakan karya sendiri (ASLI) dan isi dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain atau kelompok lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan dan sepanjang pengetahuan kami juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain atau kelompok lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 25 Mei 2015

NIM

NAMA

Tanda Tangan

12.02.8263

Rahmat Dwi Wijanarko

12.02.8298

Dwi Okto Tamami

12.02.8314

Muhammad Setyadi Wicaksono

MOTTO

Belajarliah dari pengalaman, karena pengalaman adalah guru yang paling berharga.

Berusaha dan berdoalah untuk meraih kemenangan dan kejayaan.

Harta bila dibelanjakan akan sirna, sedangkan ilmu bila diamalkan akan menjadi sempurna.

Jangan menunggu waktu yang tepat untuk melakukan sesuatu, karena waktu tidak akan pernah tepat bagi mereka yang menunggu.

Tuhan mengarahkan hidup kita dengan berbagai cara maju, mundur, melompat, menyamping dengan satu tujuan.

"Menang".

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya kecil kami ini untuk orang-orang yang kami sayangi :

- Allah SWT yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan semua kemudahan.
- Kedua orang tua kami yang sangat kami sayangi, terima kasih atas do'a dan dukungannya.
- Kakak dan adik-adik tercinta yang tetap setia memberikan semangat dan do'anya.
- Bapak Agus Purwanto, M.Kom terima kasih atas kesediaannya untuk meluangkan waktu membimbing dan berbagi ilmu serta berdiskusi dengan kami.
- Teman-teman 12-D3MI-02 yang telah memberikan dukungan dan do'a.
- Keluarga besar STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'allaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penyusunan Tugas Akhir dengan judul **“PEMBUATAN IKLAN SEKOLAH SOSIAL OLAHRAGA REAL MADRID YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI”** sebagai syarat menyelesaikan pendidikan di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan uluran tangan dari berbagai pihak, Penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Sekolah Sosial Real Madrid Yogyakarta selaku pihak yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku Ketua Jurusan D3 Manajemen Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Agus Purwanto, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

5. Segenap Dosen, Staff, dan Karyawan STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis di bangku kuliah dan juga membantu penulis dalam kelancaran administrasi sampai terselesaikannya Tugas Akhir ini.
6. Orang tua, saudara-saudara beserta keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada penulis.
7. Sahabat-sahabat penulis, yaitu sahabat-sahabat 12-D3MI-02 yang penulis sayangi, tanpa mereka Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik.
8. Serta kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis meminta maaf sebesar-besarnya dan mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk perbaikan selanjutnya.

Akhirnya, semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Wassalamu'allaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 2015

Penulis

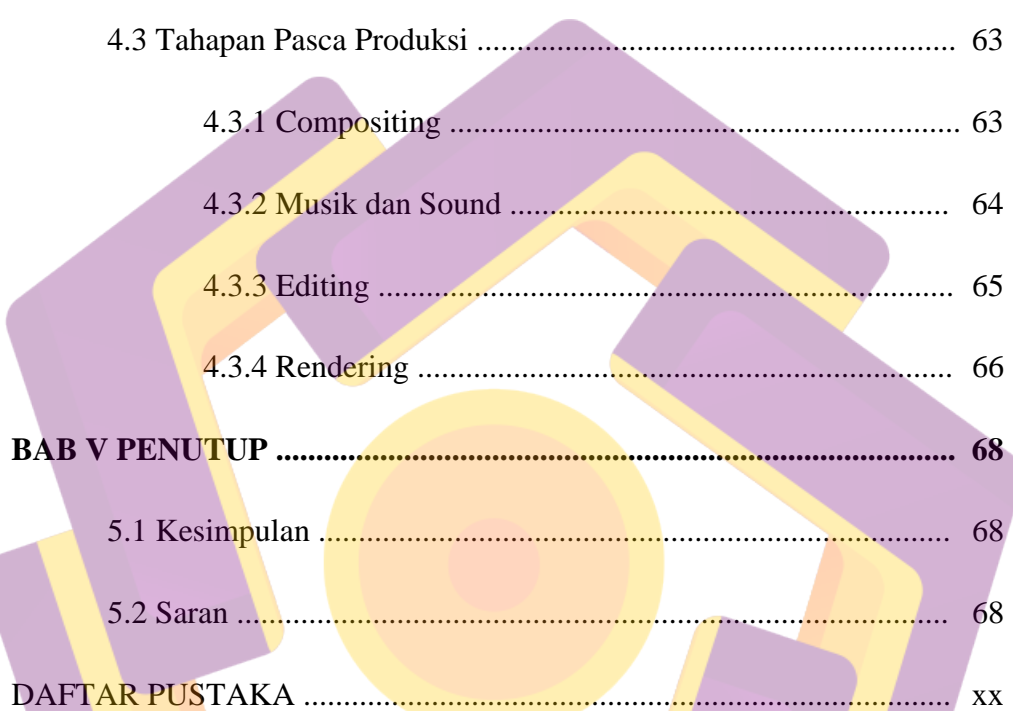
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.5.1 Bagi Penulis	3
1.5.2 Bagi STMIK AMIKOM YOGYAKARTA	3

1.5.2 Bagi Masyarakat Umum	4
1.6 Metode Pengumpulan Data	4
1.7. Struktur Penulisan Laporan	5
1.8 Jadwal Rencana Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pengertian Iklan	7
2.2 Tujuan Iklan Televisi	7
2.2.1 Iklan Informatif	7
2.2.2 Iklan Persuasif	8
2.2.3 Iklan Pengingat	8
2.2.4 Iklan Penambah Nilai	8
2.2.5 Iklan Bantuan Aktivitas Nilai	9
2.3 Sejarah Multimedia	9
2.4 Definisi Multimedia	9
2.5 Elemen Multimedia	10
2.6 Pentingnya Multimedia	11
2.7 Strategi Positioning	11
2.8 Promosi	11
2.9 Strategi Kreatif Iklan	12
2.9.1 Proses Kreatif	12
2.10 Kreatifitas Iklan	13
2.11 Perencanaan dan Produksi Iklan Televisi	13
2.12 Tahapan-tahapan Produksi	14
2.12.1 Tahap Praproduksi	14
2.12.2 Tahap Produksi	18

2.12.2.1 Syutting	18
2.12.2.2 Gerakan Kamera	23
2.12.2.3 Animasi	24
2.12.2.4 Efek-efek Spesial	25
2.12.2.5 Transisi Tiga Dimensi	27
2.12.2.6 Audio	28
2.12.2.7 Merekam Suara	29
2.12.2.8 Pencahayaan	29
2.12.3 Tahap Pasca Produksi	29
2.13 Strategi Merancang Naskah dan Storyboard	31
2.13.1 Prinsip Dasar dalam Menulis Naskah Multimedia ...	31
2.14 Spesifikasi Perangkat Lunak Multimedia Broadcasting yang Digunakan	32
2.14.1 Adobe Premier Pro CS3	32
2.14.2 Adobe After Effect	33
2.14.3 Adobe SoudBooth	34
2.15 Spesifikasi Perangkat Keras Multimedia Broadcasting yang Digunakan	35
2.15.1 Processing unit	35
2.15.2 Kamera Dslr	35
BAB III TINJAUAN UMUM	37
3.1 Sejarah Singkat	37
3.2 Sekolah Sosial Olahraga Real Madrid	38

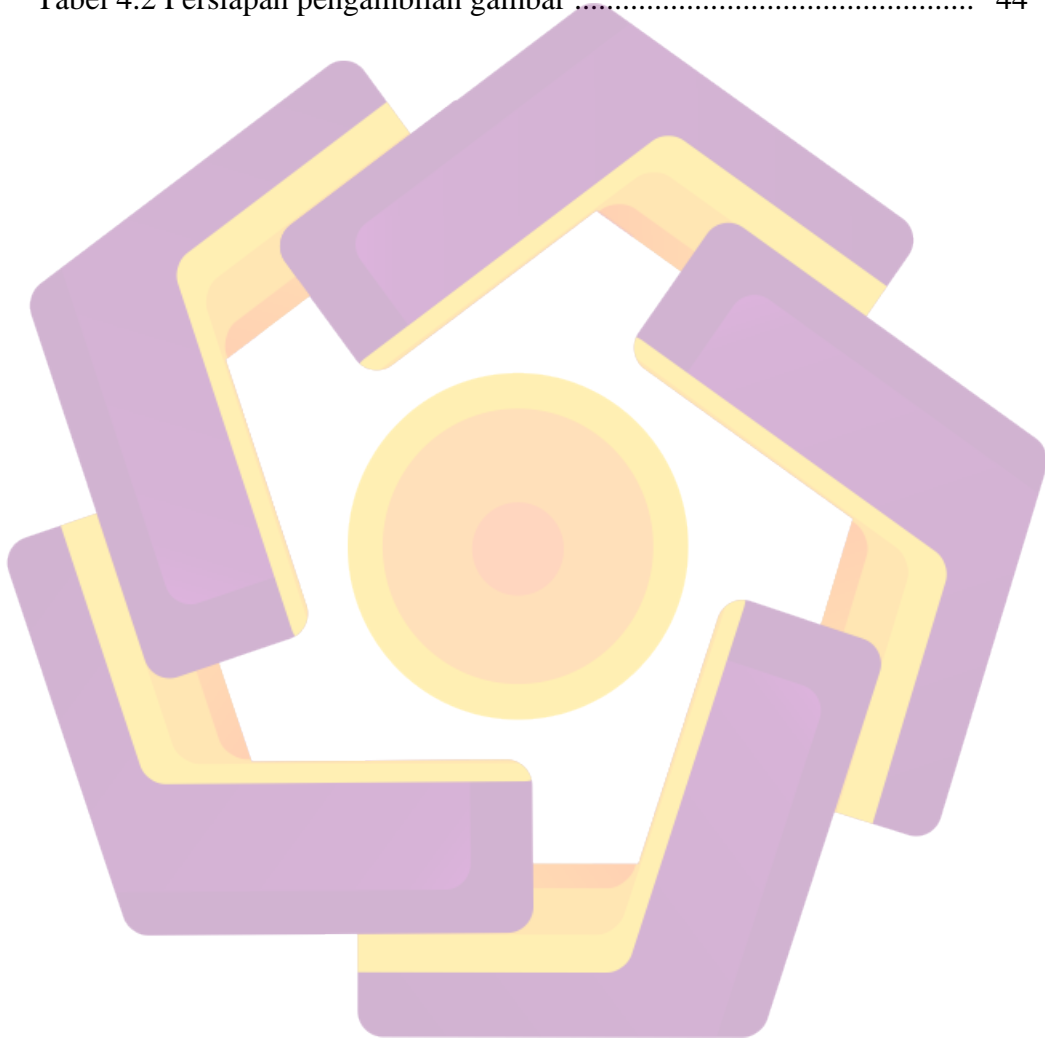
3.3 Visi dan Misi Sekolah Sosial Real Madrid	38
3.3.1 Visi	38
3.3.2 Misi	39
3.4 Struktur Organisasi	39
3.5 Fasilitas-fasilitas SSO Real Madrid	40
3.6 Lokasi Sekolah Sosial Real Madrid	42
BAB IV PEMBAHASAN	43
4.1 Tahapan Pra Produksi	43
4.1.1 Ide	43
4.1.2 Perencanaan	43
4.1.3 Persiapan	44
4.1.4 Naskah	44
4.1.5 Brackdown	45
4.1.6 Storyboard	50
4.2 Tahapan Produksi	52
4.2.1 Syutting	52
4.2.2 Gerakan Kamera	54
4.2.3 Animasi	55
4.2.3.1 Langkah-langkah membuat Branding di After Effect	55
4.2.3.2 Membuat Animasi Text	57



4.2.3.3 Render Animasi Branding	58
4.2.3.4 Langkah-langkah Membuat Star di After Effect	60
4.2.3.5 Render Animasi Star	62
4.3 Tahapan Pasca Produksi	63
4.3.1 Compositing	63
4.3.2 Musik dan Sound	64
4.3.3 Editing	65
4.3.4 Rendering	66
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Rencana Penelitian	6
Tabel 4.1 Perencanaan	43
Tabel 4.2 Persiapan pengambilan gambar	44



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Tiga Tahap Produksi Iklan Televi.....	14
Bagan 3.1 Struktur Organisasi.....	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh storyboard iklan The New Toyota Celica	16
Gambar 2.2 Extreme Close Up	20
Gambar 2.3 Close Up	20
Gambar 2.4 Very Long Shot	21
Gambar 2.5 Two Shot dan Group Shot	21
Gambar 2.6 Point of View	22
Gambar 2.7 Cut Away	22
Gambar 2.8 Interior	23
Gambar 2.9 Exterior	23
Gambar 2.10 Adobe Premier Pro CS3	32
Gambar 2.11 Adobe After Effect CS3	33
Gambar 2.12 Adobe SoundBooth	34
Gambar 2.13 Canon 60D	35
Gambar 3.1 Lapangan SSO Real Madrid	40
Gambar 3.2 Suttle Run	40
Gambar 3.3 Cones	41
Gambar 3.4 Bola	41
Gambar 3.5 Rompi	42
Gambar 3.6 Peta Lokasi SSO Real Madrid	42
Gambar 4.1 Storyboard	50
Gambar 4.2 Pengambilan gambar di Lapangan Kampung	52
Gambar 4.3 Pengambilan gambar lihat brosur	53
Gambar 4.4 Pengambilan gambar di Stadion UNY	53
Gambar 4.5 Pengambilan gambar di Green Screen	53

Gambar 4.6 Gerakan kamera Track Left	54
Gambar 4.7 Gerakan kamera Track Right	54
Gambar 4.8 Gerakan kamera Tilt Up	55
Gambar 4.9 Properti Animasi	55
Gambar 4.10 Scale	56
Gambar 4.11 Scale	56
Gambar 4.12 Effect Lens Flare	57
Gambar 4.13 Pemberian effect text	57
Gambar 4.14 Pemberian effect text	58
Gambar 4.15 Branding	58
Gambar 4.16 Mengatur properti render queue	59
Gambar 4.17 Render file	60
Gambar 4.18 Pemberian effect star	61
Gambar 4.19 Mengatur effect star	61
Gambar 4.20 Hasil effect star	62
Gambar 4.21 Jendele render queue	62
Gambar 4.22 Mengatur render setting	63
Gambar 4.23 Penyesuaian file video dan sound	64
Gambar 4.24 Penambahan musik dan sound effect	65
Gambar 4.25 Video transition	66
Gambar 4.26 Work area bar pada posisi paling belakang	66
Gambar 4.27 Jendela export setting	67

INTISARI

Saat ini media promosi yang sudah dipadukan dengan teknologi telah menyentuh kehidupan manusia dari radio, televisi, bioskop, internet, mobile phone dan lain sebagainya, bahkan kini orang mampu mengakses dunia periklanan tanpa meninggalkan rumah. Sarana iklan televisi begitu efektif untuk media promosi yang sangat cepat dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian penelitian ini akan memberikan dampak positif kepada “Sekolah Sosial Olahraga Real Madrid Yogyakarta” yang selama ini masih kurang pada bagian pemasarannya.

Pembuatan iklan ini dilakukan dengan menggunakan strategi periklanan media televisi yang merupakan hasil dari perpaduan proses editing gambar, suara, dan juga teks lewat aplikasi multimedia.

Dari hasil analisis didapat bahwa dengan melakukan pemasaran melalui iklan terhadap “Sekolah Sosial Olahraga Real Madrid Yogyakarta” akan lebih efektif dan efisien, selain itu juga hasil yang didapat lebih maksimal dan dapat meningkatkan penjualan di “Sekolah Sosial Olahraga Real Madrid Yogyakarta”.

Kata Kunci: Teknologi, Multimedia, Editing, Periklanan, Televisi

ABSTRACT

Current media campaign that has been combined with the technology has touched the lives of people from radio, television, cinema, internet, mobile phone and so on, even now people are able to access the advertising world without leaving home. TV advertising is so effective means for media promotion very quickly known by the public. Thus this study will provide a positive impact to the “Sports Social School Real Madrid Yogyakarta”, which is still lacking on the part of marketing.

Ad creation is done using television media advertising strategy is the result of the fusion process of editing images, sound and text via multimedia applications.

Analysis of the result obtained that by doing marketing through advertising to “Sports Social School Real Madrid Yogyakarta” will be more effective and efficient, but it also result obtained more leverage and can increase sales in the “Sports Social School Real Madrid Yogyakarta”.

Keywords : Technology, Multimedia, Editing, Advertising, Television