

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA
PEDRO'S PIT SHOP YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Edi Sudrajat

11.12.5962

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA
PEDRO'S PIT SHOP YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Edi Sudrajat

11.12.5962

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA
PEDRO'S PIT SHOP YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Edi Sudrajat

11.12.5962

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 4 November 2014

Dosen Pembimbing,



Mei P Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA
PEDRO'S PIT SHOP YOGYAKARTA**

yang disusun oleh

Edi Sudrajat

11.12.5962

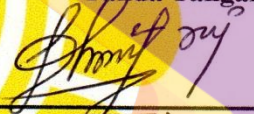
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Januari 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Dhani Ariatmanto, M.Kom
NIK. 190302197



Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187



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



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 28 Januari 2015

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suyanto, 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 instansi 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 4 Februari 2015

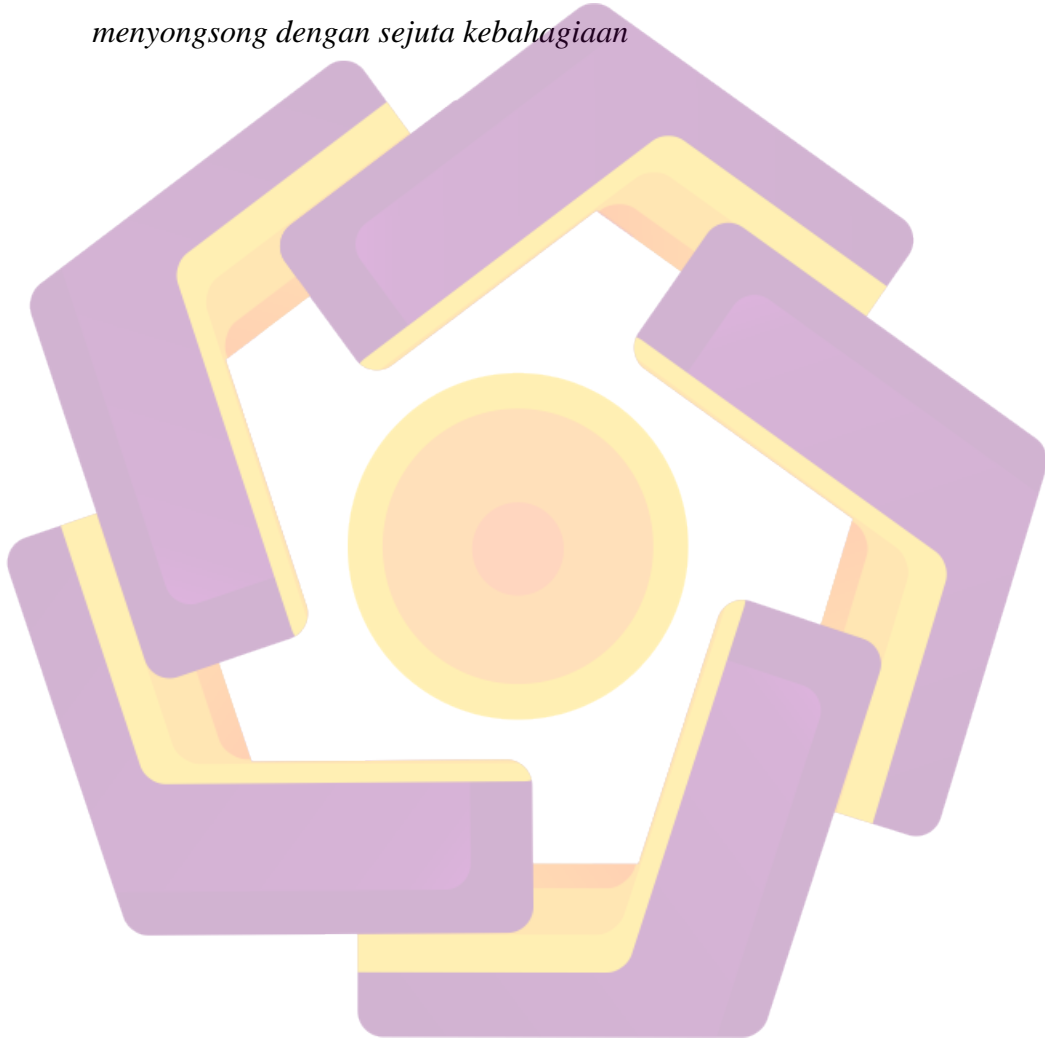


Edi Sudrajat

NIM 11.12.5962

MOTTO

- *Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama*
- *Jalan terbaik dalam mencari kawan adalah kita harus berlaku sebagai kawan*
- *Janganlah larut dalam suatu kesedihan karena masih ada hari esok yang menyongsong dengan sejuta kebahagiaan*



PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar tanpa hambatan yang berarti.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibuku Tercinta. Bapak Dalimin dan Ibu Romlah yang telah membesarkanku dengan kasih sayang dan selalu sabar membimbingku sehingga aku bisa seperti sekarang ini.
2. Kakakku Tuti Iswanti dan Ristiyati yang selalu memberikan dukungan, kalian telah memberikan pengalaman berharga yang akan selalu aku ingat.
3. Bapak Pedro Del Rachman selaku pihak Pedro'S Pit Shop Yogyakarta yang telah banyak membantu aku.
4. Sahabat-sahabatku dari indramayu yang telah banyak mendukungku.
5. Teman-teman yang ada di kos 76 yang telah memberikan masukan-masukan yang sangat bermanfaat cara mengerjakan skripsi.
6. Saudara-saudaraku di kelas 11 S1SI 09 yang memberikan dukungan dan selalu ada untuk menjadi tempat berbagi ilmu dan pengalaman.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmad dan karuanianya-Nya untuk semesta alam, shalawat serta salam untuk teladan manusia dan orang-orang beriman, Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarganya, dan orang-orang yang mengikuti jejak beliau dalam menegakkan kebenaran kepada seluruh hamba Allah SWT. Sungguh hanya atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Perancangan Dan Pembuatan Iklan Televisi Pada Pedro'S Pit Shop Yogyakarta". Skripsi ini disusun dalam rangka melengkapi salah satu syarat memperoleh derajat sarjana S1 pada program studi system informasi, STIMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

Terlalu banyak pihak yang berjasa bagi penulis, dalam berbagai hal baik itu langsung maupun tidak langsung demi terselesaikannya penulisan skripsi ini, dimana dalam hal ini, tidak mungkin penulis menuliskannya satu persatu. Karena itu, maka dalam kesempatan kali ini penulis coba mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak M. Suyanto, Prof. Dr, M.M selaku ketua STIMIK Amikom Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan di STIMIK Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan ide, waktu, perhatian, tenaga dan bimbingannya dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Ibu tercinta atas bimbingan, kasih sayang, perhatian, serta doa mereka yang tidak pernah putus mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tuti Iswanti dan Ristiyati kakak tercinta yang selalu menyemangati penulis dan mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen SI (Sistem Informasi) AMIKOM yang telah membagi ilmunya dengan ikhlas kepada penulis, serta seluruh karyawan STIMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

5. Sahabat dan teman-teman di S1SI09 yang telah banyak mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih banyak kepada Bapak Pedro selaku pemilik Toko Pedro'S Pit Shop dan juga karyawan Pedro'S Pit Shop yang mengizinkan dan membantu penulis melakukan penelitian untuk tugas akhir

Kepada sahabat, teman serta keluarga yang tidak tersebut diatas, bukan berarti penulis melupakan dan merendahkan peran kalian. Hanya Allah yang bisa membalas segala kebaikan kalian..amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis sangat terbuka untuk semua kritikan dan saran yang membangun demi tercapainya hasil yang lebih baik lagi di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 4 Februari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Pernyataan.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Singkatan.....	xviii
Intisari	xix
Abstract	xx
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II Landasan Teori	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Pengertian Iklan.....	8
2.1.2 Sejarah Periklanan Televisi	9
2.1.3 Jenis-Jenis Iklan	10
2.1.4 Fungsi dan Tujuan Iklan.....	11

2.1.5	Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi.....	14
2.1.6	Manajemen Periklanan	15
2.2	Strategi Perancangan Iklan Televisi	16
2.2.1	Strategi Menetapkan Audien Sasaran	16
2.2.2	Strategi Pembidikan Pasar dan Penentuan Posisi.....	16
2.2.3	Strategi Mencari Keunggulan Produk.....	16
2.2.4	Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi.....	16
2.2.5	Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi.....	17
2.2.6	Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan Televisi.....	17
2.2.7	Strategi Merancang Slogan, Logo, dan Simbol Dalam Eksekusi Pesan Iklan Televisi.....	17
2.2.8	Strategi Merancang Naskah Dan Storyboard Iklan Televisi.....	17
2.2.9	Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	17
2.3	Teknik Pengambilan Gambar.....	19
2.3.1	Pengambilan Gambar (<i>camera angel</i>).....	19
2.3.2	Bidikan Kamera (shoot)	20
2.3.3	Gerakan Pada Kamera.....	22
2.4	Merekam Suara	23
2.5	Software Yang Digunakan	24
2.5.1	Adobe Premiere Pro CS6	24
2.5.2	Adobe After Effect CS6	25
2.5.3	Adobe Audition CS6	25
2.5.4	Adobe Photoshop CS6.....	26
2.5.5	3D Max 2013.....	28
2.5.6	Canon EOS 600D	28

BAB III Analisis Dan Perancangan Sistem30

3.1	Tinjauan Umum.....	30
3.2	Gambaran Umum Sistem Lama	30
3.3	Identifikasi Masalah	31

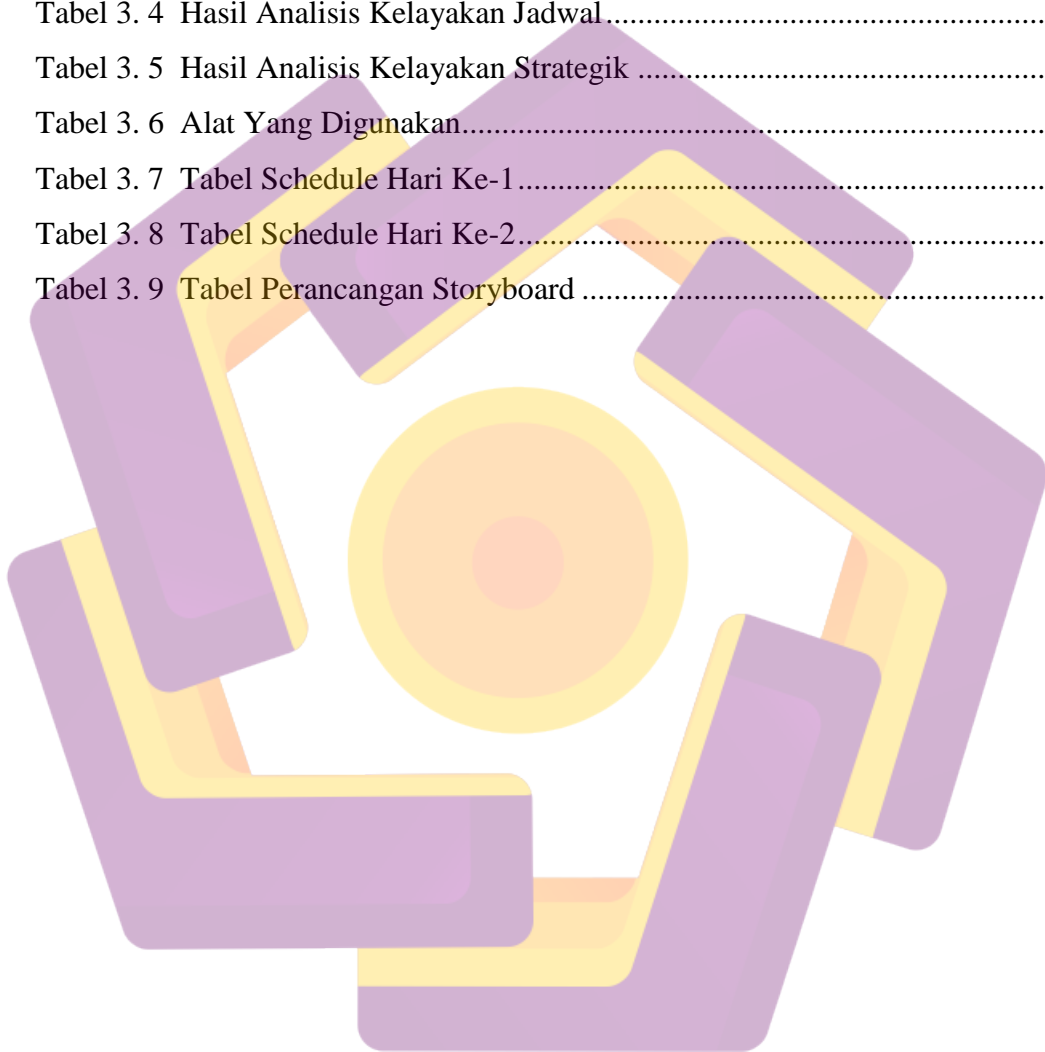
3.4 Analisis Kelemahan Sistem.....	31
3.4.1 Analisis SWOT.....	31
3.4.2 Hasil Analisis SWOT	32
3.4.3 Analisis Kebutuhan Sistem Baru.....	35
3.5 Analisis Kebutuhan Iklan	35
3.5.1 Kebutuhan Informasi.....	35
3.5.2 Kebutuhan Perangkat Keras	35
3.5.3 Kebutuhan Perangkat Lunak	36
3.5.4 Kebutuhan Brainware.....	36
3.6 Studi Kelayakan	36
3.6.1 Kelayakan Teknis.....	36
3.6.2 Kelayakan Ekonomi	38
3.6.3 Kelayakan Operasional.....	38
3.6.4 Kelayakan Hukum.....	39
3.6.5 Kelayakan Jadwal.....	40
3.6.6 Kelayakan Strategik	41
3.7 Tahap Pra Produksi	42
3.7.1 Perancangan Ide Cerita.....	42
3.7.2 Persiapan Alat Yang Digunakan	43
3.7.3 Perancangan Naskah Iklan	43
3.7.4 Syuting Schedule.....	46
3.7.5 Perancangan Storyboard.....	50
BAB IV Implementasi Dan Pembahasan.....	53
4.1 Implementasi	53
4.1.1 Tahap Produksi.....	53
4.1.2 Perlengkapan Syuting.....	54
4.1.2.1 Kamera	54
4.1.2.2 Media Penyimpanan.....	55
4.1.2.3 Lighting (Pencahayaannya).....	55
4.1.2.4 Proses Pengambilan Gambar.....	56

4.1.3	Tahap Pasca Produksi.....	63
4.1.3.1	Perengkapan Editing	64
4.1.3.1.1	Komputer	64
4.1.3.1.2	Headset/Microphone.....	64
4.1.4	Proses Editing.....	65
4.1.4.1	Capturing.....	65
4.1.4.2	Importing Video Adobe Premiere Pro CS6.....	65
4.1.4.3	Importing Video Adobe After Effect CS6	69
4.1.4.4	Mengedit Foto Dengan Membuat Teks Menggunakan Adobe Photoshop CS6.....	77
4.1.4.5	Membuat Animasi 3D Logo Pedro'S Pit Shop.....	79
4.1.4.6	Tahap Perekaman Narasi.....	83
4.1.4.7	Tahap Akhir Penggabungan Video Dan Audio.....	86
4.2	Pembahasan.....	89
4.2.1	Tampilan Hasil Iklan.....	89
4.3	Tahapan Media Place	94
4.3.1	RBTV	94
4.3.1.1	Bukti Penayangan Iklan.....	95
BAB V	Penutup.....	96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran.....	98
5.2.1	Saran Dari Pedro'S Pit Shop	98
5.2.2	Saran Dalam Pembuatan Iklan	98

Daftar Pustaka

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Hasil Analisis Kelayakan Teknis	37
Tabel 3. 2 Hasil Analisis Kelayakan Operasional.....	39
Tabel 3. 3 Hasil Analisis Kelayakan Hukum	40
Tabel 3. 4 Hasil Analisis Kelayakan Jadwal.....	41
Tabel 3. 5 Hasil Analisis Kelayakan Strategik	41
Tabel 3. 6 Alat Yang Digunakan.....	43
Tabel 3. 7 Tabel Schedule Hari Ke-1.....	47
Tabel 3. 8 Tabel Schedule Hari Ke-2.....	49
Tabel 3. 9 Tabel Perancangan Storyboard	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajemen Periklanan	15
Gambar 2.2 Tampilan Adobe Premiere Pro CS6	24
Gambar 2.3 Tampilan Adobe After Effect CS6	25
Gambar 2.4 Tampilan Adobe Audition CS6	26
Gambar 2.5 Tampilan Adobe Phothoshop CS6	27
Gambar 2.6 Tampilan 3D Max 2013	28
Gambar 2.7 Tampilan Kamera Canon EOS 600D	29
Gambar 4.1 Alur Proses Produksi	53
Gambar 4.2 Kamera Canon EOS 600D	54
Gambar 4.3 Tripod	54
Gambar 4.4 Memory	55
Gambar 4.5 Lighting	56
Gambar 4.6 Tampilan Video 01	56
Gambar 4.7 Tampilan Video 02	57
Gambar 4.8 Tampilan Video 03	58
Gambar 4.9 Tampilan Video 04	59
Gambar 4.10 Tampilan Video 05	60
Gambar 4.11 Tampilan Video 06	60
Gambar 4.12 Tampilan Video 07	61
Gambar 4.13 Tampilan Video 08	62
Gambar 4.14 Tampilan Video 09	63
Gambar 4.15 Tampilan Awal Adobe Premiere Pro CS6	66
Gambar 4.16 Tampilan New Project	66
Gambar 4.17 Tampilan New Squence	67
Gambar 4.18 Tampilan Import	67
Gambar 4.19 Tampilan Pematongan Video	68
Gambar 4.20 Tampilan Export Video	68
Gambar 4.21 Tampilan Awal Adobe After Effect CS6	69
Gambar 4.22 Tampilan Import File	69

Gambar 4.23 Tampilan Video Greenscreen.....	70
Gambar 4.24 Tampilan Effect Keylight.....	71
Gambar 4.25 Tampilan Background Greenscreen Yang Sudah Berubah.....	71
Gambar 4.26 Tampilan Anchor Point Yang Ditarik Kebawah.....	72
Gambar 4.27 Tampilan Background Yang Dirotasi.....	72
Gambar 4.28 Tampilan Hasil Rotasi Dari Background Sebelumnya.....	73
Gambar 4.29 Tampilan Objek Yang Di Track Motion.....	74
Gambar 4.30 Tampilan Teks Yang Mengikuti Track Motion.....	74
Gambar 4.31 Tampilan Garis Yang Sudah Dibuat Dengan Pen Tool.....	75
Gambar 4.32 Tampilan Garis Masking Yang Sudah Digabungkan Dengan Video.....	76
Gambar 4.33 Tampilan Teks Yang Keluarnya Satu Persatu.....	76
Gambar 4.34 Tampilan Render.....	77
Gambar 4.35 Tampilan Awal Adobe Photoshop CS6.....	77
Gambar 4.36 Tampilan Edit Foto.....	78
Gambar 4.37 Tampilan Setelah Di Edit.....	79
Gambar 4.38 Tampilan awal 3D MAX 2013.....	79
Gambar 4.39 Tampilan Teks Dan Box.....	80
Gambar 4.40 Tampilan Material Pewarnaan.....	81
Gambar 4.41 Tampilan Pencahayaan.....	81
Gambar 4.42 Tampilan Logo Yang Dirotasi.....	82
Gambar 4.43 Tampilan Render Setup.....	83
Gambar 4.44 Tampilan Awal Adobe Audition CS6.....	83
Gambar 4.45 Tampilan Recording.....	84
Gambar 4.46 Tampilan Effect Adaptive Noise Reduction.....	85
Gambar 4.47 Tampilan Effect Vocal Enhancer.....	86
Gambar 4.48 Tampilan Export Audio.....	86
Gambar 4.49 Tampilan Penggabungan Video.....	87
Gambar 4.50 Tampilan Magic Bullet Looks.....	88
Gambar 4.51 Tampilan Export Settings.....	88
Gambar 4.52 Tampilan Video 01 A.....	89

Gambar 4.53 Tampilan Video 01 B	89
Gambar 4.54 Tampilan Video 02.....	90
Gambar 4.55 Tampilan Video 03.....	90
Gambar 4.56 Tampilan Video 04.....	91
Gambar 4.57 Tampilan Video 05.....	91
Gambar 4.58 Tampilan Video 06.....	92
Gambar 4.59 Tampilan Video 07.....	92
Gambar 4.60 Tampilan Video 08.....	93
Gambar 4.61 Tampilan Video 09.....	93
Gambar 4.62 Bukti Penayangan Iklan	95



DAFTAR SINGKATAN

RBTV	: Raksa Birama TV
PAL	: <i>Phase Alternating Line</i>
EOS	: <i>Electro Optical System</i>
GB	: <i>Gigabyte</i>
WD	: <i>Western Digital</i>
TB	: <i>Terabyte</i>
SFX	: <i>Sound Effect</i>
VO	: <i>View Object</i>
VD	: <i>Video</i>
D/N	: <i>Day/Night</i>
SET	: <i>Setting</i>
DSLR	: <i>Digital Single Lens Reflex</i>
ISO	: <i>International Standard Organization</i>



INTISARI

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat di era globalisasi seperti sekarang ini, semakin mendukung manusia untuk membuat sebuah kreatifitas yang maksimal dalam segala bidang, termasuk dalam bidang informasi. Salah satu kemajuan teknologi informasi yang paling menonjol yaitu di bidang multimedia. Sebagai contoh “Pedro’S Pit Shop Yogyakarta” adalah toko Sepeda yang menjual berbagai jenis sepeda, menjual sparepart dan juga servis sepeda. Toko ini membutuhkan media informasi untuk menginformasikan produk-produk yang dijual. Televisi dianggap paling efektif untuk menginformasikan sebuah produk ataupun jasa, baik saluran televisi lokal atau saluran televisi nasional melalui media iklan televisi.

Tentu dalam perancangan iklan televisi “Pedro’S Pit Shop Yogyakarta” membutuhkan ketepatan dalam menempatkan frame-ramenya. Dalam pengambilannya menggunakan media rekam karena ini adalah media yang sangat nyata. Dan di dalam iklan tersebut akan ditambahkan efek-efek Greenscreen, Track Motion dan Animasi 3D serta effect lainnya yang dibutuhkan. Oleh karena itu iklan disini akan dibuat semenarik mungkin untuk membuat penonton yang melihatnya menjadi tidak bosan.

“Pedro’S Pit Shop Yogyakarta” telah mengupayakan usaha untuk menginformasikan usahanya, tetapi hasil yang diharapkan kurang mendekati target. Sehingga diharapkan dengan adanya iklan ini penjualan di “Pedro’S Pith Shop Yogyakarta” akan lebih meningkat lagi dari sebelumnya dan lebih dikenal oleh masyarakat luas khususnya di Yogyakarta dan Jawa Tengah.

Kata Kunci : Multimedia, Iklan, Televisi.

ABSTRACT

The development of information technology is very rapid in this globalization era, the human support to make a maximum creativity in all areas, including in the field of information. One of the advances in information technology that is most prominent in the field of multimedia. For example, "Pedro'S Pit Shop Yogyakarta" is a Bike shop that sells various types of bicycles, selling spare parts and servicing bikes. This shop requires information media to inform the products are sold. Television is considered the most effective way to inform a product or service, both local television channels or national television channels through the medium of television advertising.

Of course in the design of television advertising "Pedro'S Pit Shop Yogyakarta" requires precision in placing the frame. The shoot is using media recorder because it is a real media. And in the ad will be added effects Greenscreen, Track Motion and 3D animations and other effects required. There fore advertisements herein will be made as attractive as possible to make the audience see it become bored.

"Pedro'S Pit Shop Yogyakarta" has been pursuing efforts to inform their business, but the results are expected to be less close to the target. So hopefully with this ad sales in "Pedro'S Pith Shop Yogyakarta" will increase even more than before and more recognized by the public, especially in Yogyakarta and Central Java.

Keywords : *Multimedia, Advertising, Television.*