

**PERANCANGAN IKLAN MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION  
GRAPHIC DAN LIVE SHOOT  
( STUDI KASUS : OMKARA RESORT JOGJA )**

**SKRIPSI**



disusun oleh

Fahmi Auni Faris

10.12.4792

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2016**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IKLAN MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION  
GRAPHIC DAN LIVE SHOOT  
(Studi kasus : Omkara Resort Jogja)**

yang disusun oleh  
Fahmi Auni Faris  
10.12.4792

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 29 Agustus 2016

Dosen Pembimbing,



**Tonny Hidayat, M.Kom.**  
NIK. 190302182

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PERANCANGAN IKLAN MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION**  
**GRAPHIC DAN LIVE SHOOT**  
(Studi kasus : Omkara Resort Jogja)

yang disusun oleh  
**Fahmi Auni Faris**  
10.12.4792

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Pada tanggal 20 Febuari 2016

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tonny Hidayat, M.Kom**  
NIK. 190302182

**Hartatik, S.T, M.Cs**  
NIK. 190302232

**Hanif Al Fatta, M.Kom.**  
NIK. 190302096

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 8 Maret 2016



**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 , 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 pribadi.

Yogyakarta, 15 Febuari 2016

Meterai

Fahmi Auni Faris

10.12.4792

## MOTTO

- “Tidak ada pengorbanan yang sia-sia didunia ini “
- “Jalani semua tanggung jawab, ikuti prosesnya, masalah hasil serahkan kepada Allah swt. “
- “Sebaik baiknya manusia adalah manusia yang bermanfaat untuk satu sama lain”
- “Semua yang dilakukan hanya untuk ibadah”
- “Sapa nandur bakal ngundhuh “
- “Nek lagi susah ojo gersulo, lakono no lan donga’a wae luweh becik”
- “Barang siapa yang menginginkan mutiara harus terjun dilautan yang dalam”

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Setelah berjuang dan menghadapi berbagai masalah dalam pengerjaan. Akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti Mempersembahkan Skripsi ini kepada :

- ✓ Maha Segalanya Allah SWT. Yang telah memberikan segalanya.
- ✓ Kedua Orang tua yang selalu menjadi semangat saya.
- ✓ Sahabat sekaligus Saudara dan kekasih Aqmariya Syarafina yang telah menjadi manfaat bagi saya.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji dan syukur alhamdulillahirobbil'alamin kepada Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Pembuatan Iklan Omkara Resort Jogja dengan teknik *motion graphic* dan *liveshoot*".

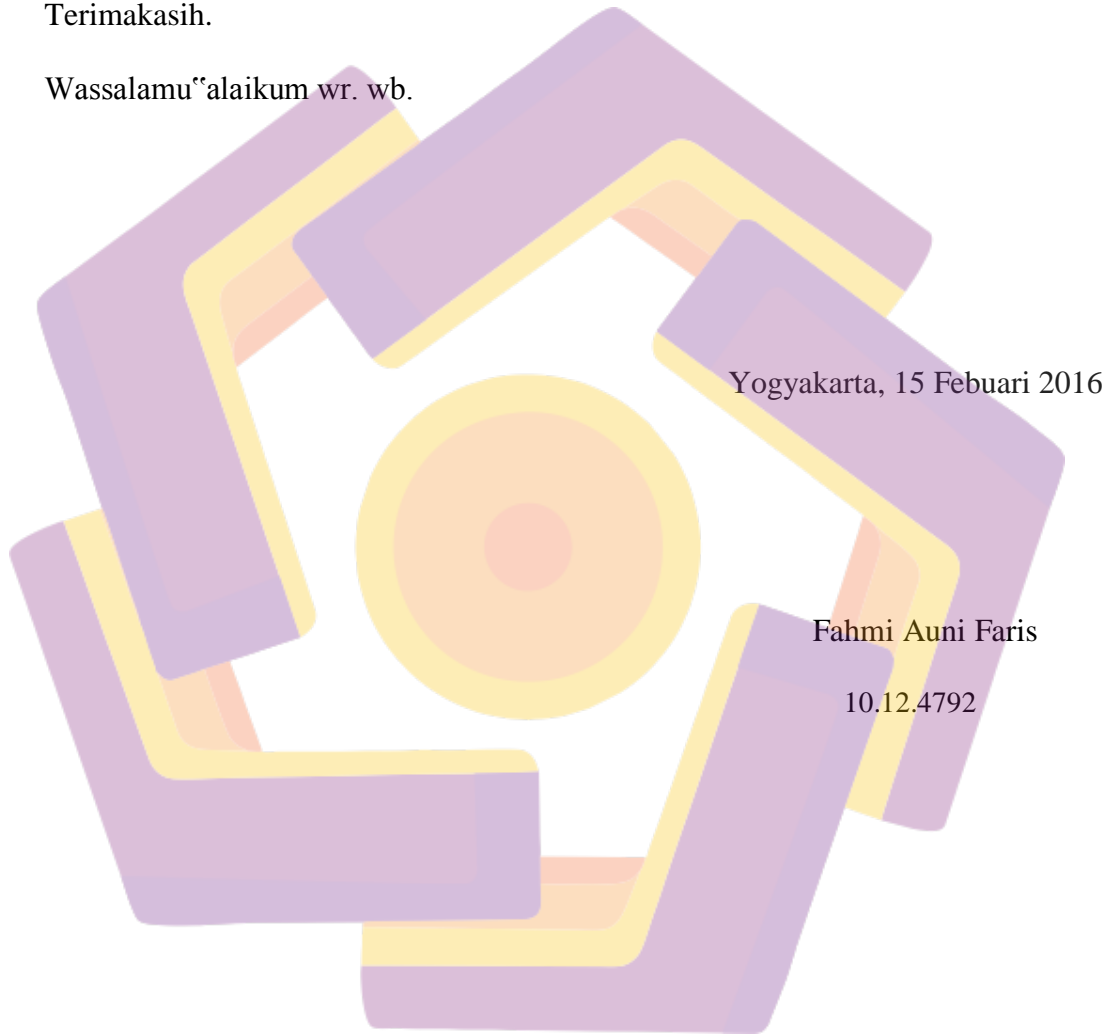
Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Komputer pada STMIK AMIKOM Yogyakarta dan atas apa yang telah diajarkan selama perkuliahan baik teori maupun praktik.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, M.M. ketua jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih banyak atas bantuan, dukungan, semangat, kesabaran, dan pengetahuannya dalam membimbing, serta kemudahan yang telah diberikan.
4. Pihak Omkara Resort Jogja yang telah memberikan ijin penelitian.
5. Crew Mabes295 entertainment division.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan, kemampuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk memperbaiki tugas akhir ini semoga dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Terimakasih.

Wassalamu‘alaikum wr. wb.





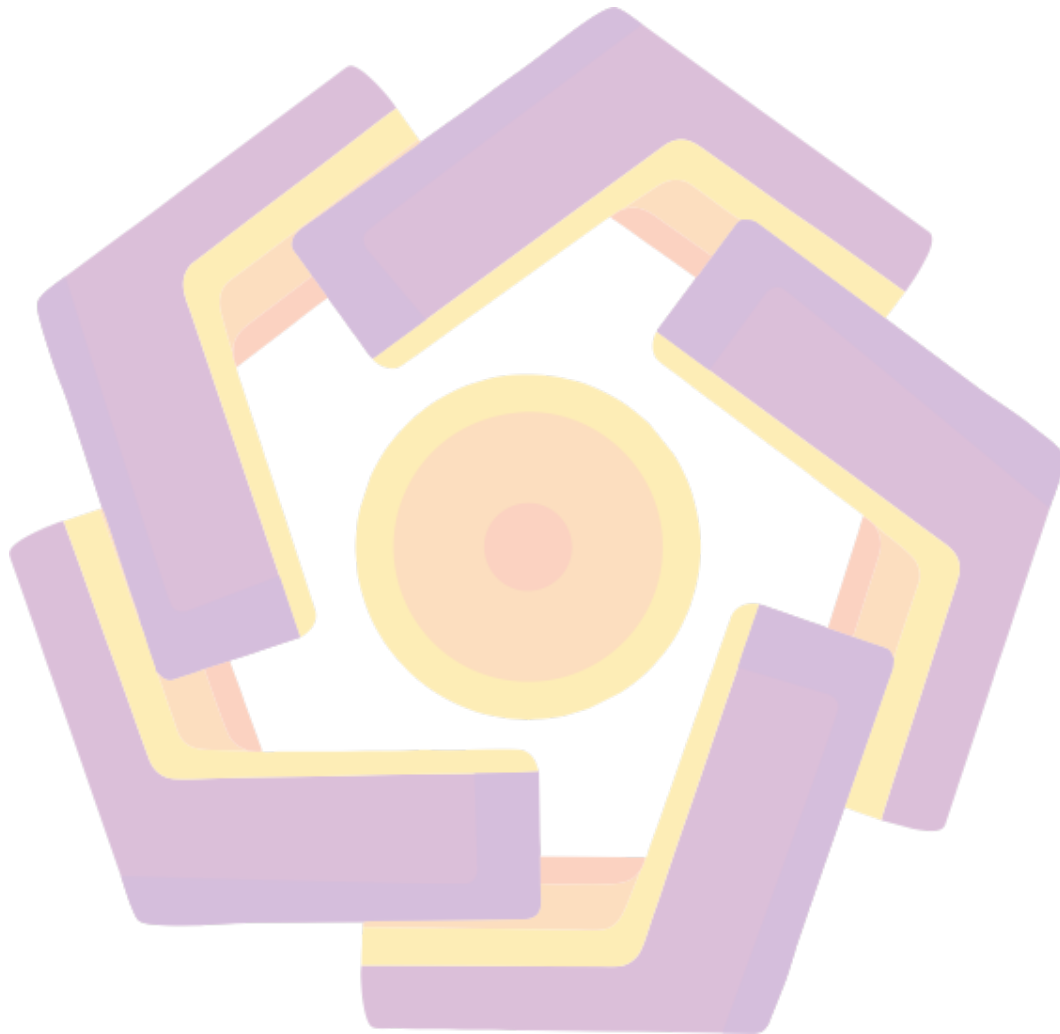
## DAFTAR ISI

|                                                            |      |
|------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                        | i    |
| PERSETUJUAN .....                                          | ii   |
| PENGESAHAN .....                                           | iii  |
| PERNYATAAN.....                                            | iv   |
| MOTTO.....                                                 | v    |
| PERSEMBAHAN .....                                          | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                                       | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                            | ix   |
| DAFTAR TABEL.....                                          | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                        | xiv  |
| 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.....                                | 4    |
| 1.6 Metode Penelitian.....                                 | 4    |
| 1.7 Sistematika Penulisan.....                             | 6    |
| BAB II LANDASAN TEORI .....                                | 8    |
| 2.1 Tinjauan Pustaka .....                                 | 8    |
| 2.2 Sejarah Perilanan di Televisi.....                     | 9    |
| 2.2.1 Pengertian iklan .....                               | 9    |
| 2.2.2 Jenis-Jenis Iklan.....                               | 11   |
| 2.2.3 Fungsi dan Tujuan Iklan .....                        | 12   |
| 2.2.4 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi.....           | 15   |
| 2.2.5 Manajemen Periklanan .....                           | 16   |
| 2.3 Strategi Perancangan Iklan Televisi .....              | 18   |
| 2.3.1 Strategi Menetapkan Audien Sasaran.....              | 18   |
| 2.3.2 Strategi Pembidikan Pasar dan Penentuan Posisi ..... | 18   |

|                           |                                                                      |    |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.3                     | Strategi Mencari Keunggulan Produk .....                             | 18 |
| 2.3.4                     | Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi .....     | 19 |
| 2.3.5                     | Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi .....                | 19 |
| 2.3.6                     | Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan Televisi .....             | 19 |
| 2.3.7                     | Strategi Merancang Gaya Eksekusi Pesan Iklan Televisi .....          | 19 |
| 2.3.8                     | Strategi Merancang Slogan, Logo, Simbol dalam Iklan.....             | 20 |
| 2.3.9                     | Strategi Merancang Naskah dan <i>Storyboard</i> Iklan Televisi ..... | 20 |
| 2.3.10                    | Strategi Memproduksi Iklan Televisi .....                            | 20 |
| 2.4                       | Tahap Memproduksi Iklan .....                                        | 20 |
| 2.4.1                     | Pra Produksi.....                                                    | 20 |
| 2.4.2                     | Produksi .....                                                       | 23 |
| 2.4.3                     | Pasca Produksi .....                                                 | 23 |
| 2.5                       | Teknik Pengambilan Gambar .....                                      | 23 |
| 2.5.1                     | Pengambilan Gambar ( <i>Camera Angle</i> ).....                      | 23 |
| 2.5.2                     | Bidikan Kamera ( <i>shoot</i> ).....                                 | 24 |
| 2.5.3                     | Gerakan Pada Kamera .....                                            | 26 |
| 2.6                       | Sejarah Motion Graphic .....                                         | 27 |
| 2.7                       | Definisi Motion Graphic.....                                         | 29 |
| 2.8                       | Pengertian Live Shoot .....                                          | 30 |
| 2.9                       | Unsur Teknis dalam Live Shoot.....                                   | 31 |
| BAB III PERANCANGAN ..... |                                                                      | 33 |
| 3.1                       | Gambaran Umum Tentang Omkara Resort Jogja .....                      | 33 |
| 3.1.1                     | Gambaran Omkara Resort Jogja.....                                    | 33 |
| 3.1.2                     | Fasilitas-fasilitas Omkara Resort Jogja .....                        | 33 |
| 3.2                       | Analisis Permasalahan.....                                           | 38 |
| 3.3                       | Solusi .....                                                         | 39 |
| 3.4                       | Analisis Kebutuhan Fungsional Iklan .....                            | 40 |
| 3.5                       | Analisis Kebutuhan Non Fungsional Iklan.....                         | 40 |
| 3.5.1                     | Aspek <i>Hardware</i> .....                                          | 40 |
| 3.5.2                     | Aspek <i>Software</i> .....                                          | 41 |
| 3.5.3                     | Aspek <i>Brainware</i> .....                                         | 42 |

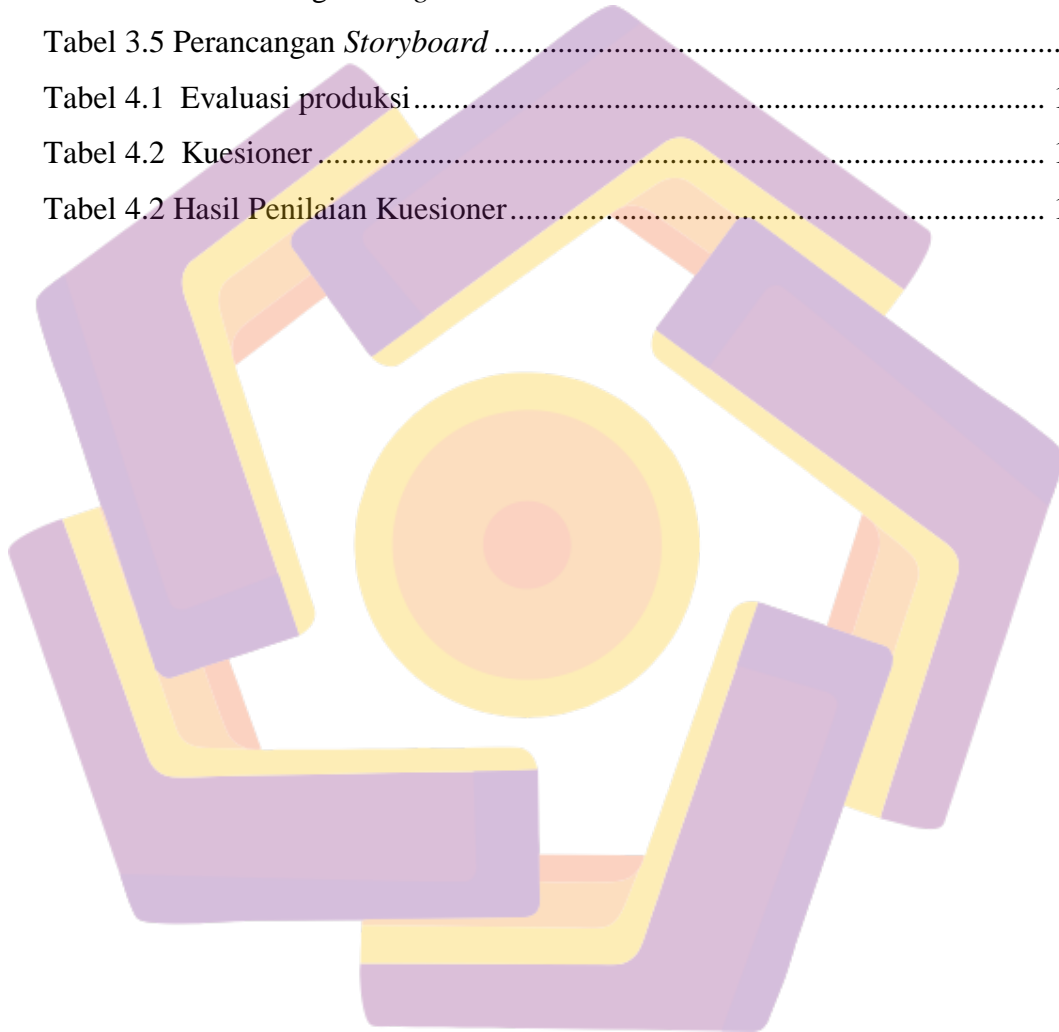
|                                          |                                                                  |     |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.6                                      | Studi Kelayakan.....                                             | 43  |
| 3.6.1                                    | Segmentasi TV (Lokal) .....                                      | 44  |
| 3.6.2                                    | Kelayakan Ekonomi .....                                          | 45  |
| 3.6.3                                    | Kelayakan Operasi atau Organisasi .....                          | 45  |
| 3.6.4                                    | Kelayakan Hukum .....                                            | 46  |
| 3.6.5                                    | Kelayakan Strategik.....                                         | 47  |
| 3.7                                      | Tahap Pra Produksi.....                                          | 48  |
| 3.7.1                                    | Perancangan Ide Cerita.....                                      | 48  |
| 3.7.2                                    | Perancangan Naskah Cerita .....                                  | 49  |
| 3.7.3                                    | Perancangan Diagram Scene .....                                  | 51  |
| 3.7.4                                    | Perancangan <i>Storyboard</i> .....                              | 52  |
| BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN ..... |                                                                  | 56  |
| 4.1                                      | Tahap-Tahap Pembuatan Iklan.....                                 | 56  |
| 4.2                                      | Produksi Iklan.....                                              | 57  |
| 4.2.1                                    | Rencana Kegiatan <i>Shooting</i> .....                           | 57  |
| 4.2.2                                    | <i>Shooting</i> atau Pengambilan Gambar.....                     | 59  |
| 4.3                                      | Tahap Pasca Produksi.....                                        | 63  |
| 4.3.1                                    | Capturing .....                                                  | 65  |
| 4.3.2                                    | Editing .....                                                    | 66  |
| 4.3.2.1                                  | Pembuatan <i>Motion Graphic text</i> Omkara Resort .....         | 71  |
| 4.3.2.2                                  | Pembuatan 3D Text <i>Motion Graphic</i> .....                    | 82  |
| 4.3.2.3                                  | Pembuatan <i>Motion Graphic closing</i> Omkara Resort Jogja..... | 91  |
| 4.3.2.4                                  | Pemilihan lagu SFX ( <i>Sound Effect</i> ).....                  | 97  |
| 4.3.2.5                                  | Penggabungan Video dan <i>Audio</i> .....                        | 97  |
| 4.3.3                                    | Rendering.....                                                   | 97  |
| 4.3.4                                    | Mastering .....                                                  | 98  |
| 4.3.5                                    | Hasil Akhir <i>Editing</i> .....                                 | 99  |
| 4.3.6                                    | Hasil Evaluasi Produksi dan Perancangan Iklan Omkara Resort..    | 100 |
| BAB V PENUTUP.....                       |                                                                  | 115 |
| 5.1                                      | Kesimpulan.....                                                  | 115 |

|     |                      |     |
|-----|----------------------|-----|
| 5.2 | Saran.....           | 116 |
|     | DAFTAR PUSTAKA ..... | 117 |
|     | LAMPIRAN             |     |



## DAFTAR TABEL

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 3.1 Analisis Kelayakan Operasi atau Organisasi ..... | 45  |
| Tabel 3.2 Analisis Kelayakan Hukum .....                   | 47  |
| Tabel 3.3 Analisis Kelayakan Strategik .....               | 47  |
| Tabel 3.4 Perancangan <i>Diagram Scene</i> .....           | 52  |
| Tabel 3.5 Perancangan <i>Storyboard</i> .....              | 52  |
| Tabel 4.1 Evaluasi produksi .....                          | 100 |
| Tabel 4.2 Kuesioner .....                                  | 111 |
| Tabel 4.2 Hasil Penilaian Kuesioner .....                  | 113 |

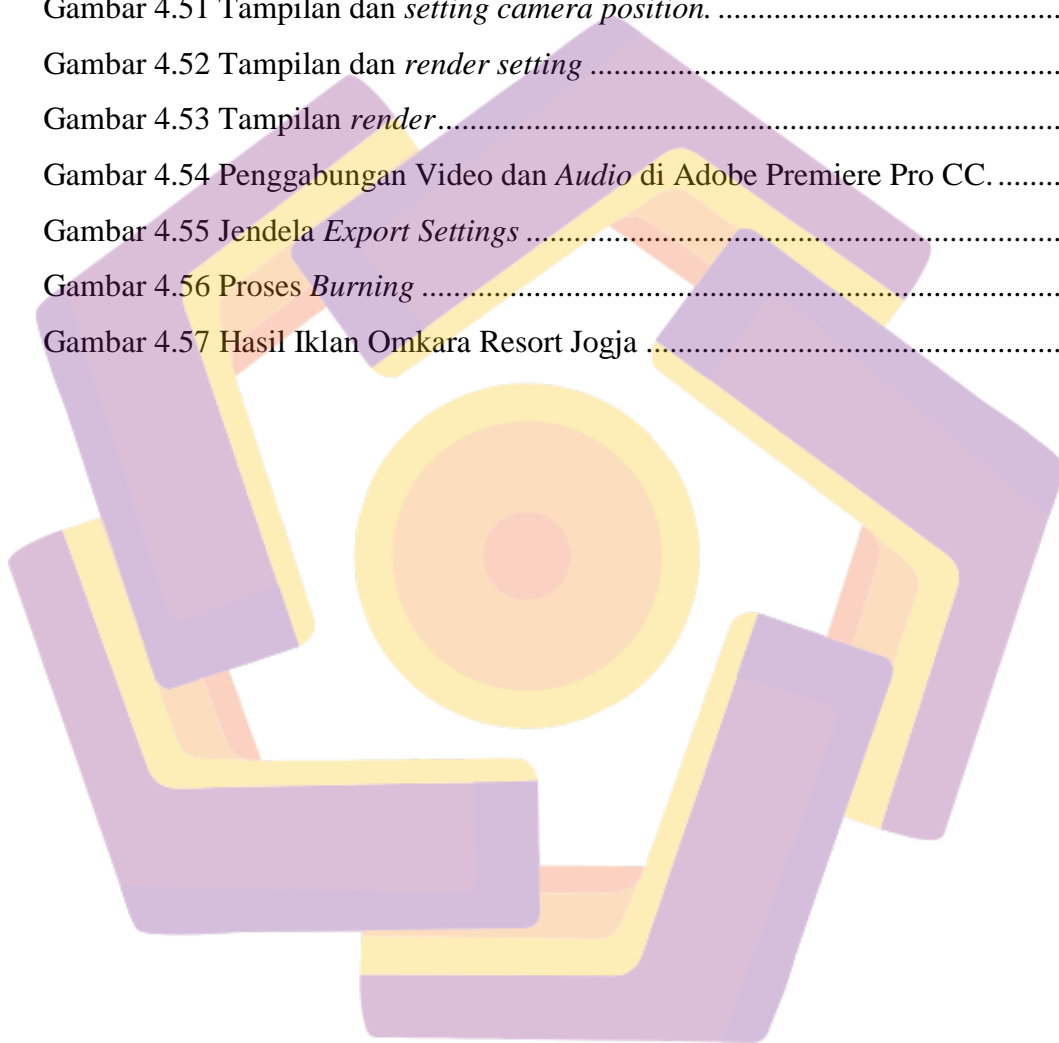


## DAFTAR GAMBAR

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Proses Manajemen Periklanan.....                              | 17 |
| Gambar 2.2 Contoh Diagram Scene.....                                     | 21 |
| Gambar 2.3 Storyboard .....                                              | 22 |
| Gambar 2.4 Contoh Motion Graphic .....                                   | 28 |
| Gambar 2.5 Contoh Motion Graphic .....                                   | 28 |
| Gambar 3.1 Bar .....                                                     | 34 |
| Gambar 3.2 Restoran.....                                                 | 34 |
| Gambar 3.3 Kamar utama ( Big bed ).....                                  | 35 |
| Gambar 3.4 <i>Master Bedroom</i> .....                                   | 35 |
| Gambar 3.5 <i>Living Room</i> .....                                      | 36 |
| Gambar 3.6 <i>Balcony</i> .....                                          | 36 |
| Gambar 3.7 <i>Kolam Renang Pribadi</i> .....                             | 37 |
| Gambar 3.8 <i>Garden Dinning Room</i> .....                              | 37 |
| Gambar 3.9 <i>Jogging Track</i> .....                                    | 38 |
| Gambar 4.1 Struktur Tahap Pembuatan Iklan.....                           | 56 |
| Gambar 4.2 Pintu Gerbang Omkara Resort .....                             | 60 |
| Gambar 4.3 <i>Villa Private</i> .....                                    | 60 |
| Gambar 4.4 <i>Swimming Pool</i> .....                                    | 61 |
| Gambar 4.5 <i>Restaurant</i> .....                                       | 61 |
| Gambar 4.6 Ruang Kamar <i>Deluxe</i> .....                               | 62 |
| Gambar 4.7 <i>Balcony</i> .....                                          | 62 |
| Gambar 4.8 Taman dan Kolam .....                                         | 63 |
| Gambar 4.9 Tahap Pasca Produksi.....                                     | 64 |
| Gambar 4.10 Isi <i>folder</i> video .....                                | 66 |
| Gambar 4.11 Tampilan <i>Welcome</i> to Adobe Premiere Pro CC.....        | 67 |
| Gambar 4.12 Tampilan <i>New Project</i> pada Adobe Premiere Pro CC ..... | 68 |
| Gambar 4.13 Tampilan <i>New Squence</i> .....                            | 68 |
| Gambar 4.14 <i>Import File</i> .....                                     | 69 |
| Gambar 4.15 <i>Drag Footage</i> ke <i>Timeline</i> .....                 | 70 |

|                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.16 <i>New Composition</i> .....                                                                 | 71 |
| Gambar 4.17 Tampilan <i>Motext</i> .....                                                                 | 71 |
| Gambar 4.18 <i>Setting Motext</i> .....                                                                  | 72 |
| Gambar 4.19 Tampilan <i>Composition text</i> .....                                                       | 73 |
| Gambar 4.20 Tampilan <i>mograph extrude nurbs</i> .....                                                  | 74 |
| Gambar 4.21 Tampilan dan <i>setting object cube</i> .....                                                | 74 |
| Gambar 4.22 Tampilan dan <i>setting Delay</i> .....                                                      | 75 |
| Gambar 4.23 Tampilan <i>Mograph Motext object</i> .....                                                  | 75 |
| Gambar 4.24 Tampilan dan <i>SettingMograph Motext object</i> .....                                       | 76 |
| Gambar 4.25 Tampilan setelah <i>mixing dengan material</i> .....                                         | 77 |
| Gambar 4.26 Tampilan dan <i>setting material editor</i> .....                                            | 78 |
| Gambar 4.27 Tampilan <i>Camera Stage</i> .....                                                           | 78 |
| Gambar 4.28 Tampilan dan <i>setting Camera object</i> .....                                              | 79 |
| Gambar 4.29 Tampilan <i>Light</i> .....                                                                  | 80 |
| Gambar 4.30 Tampilan <i>Light object</i> .....                                                           | 80 |
| Gambar 4.31 Tampilan <i>Render Setting</i> .....                                                         | 81 |
| Gambar 4.32 Tampilan <i>Render to picture view di cinema 4D</i> .....                                    | 82 |
| Gambar 4.33 <i>Composition Settings</i> .....                                                            | 83 |
| Gambar 4.34 <i>Import file</i> .....                                                                     | 83 |
| Gambar 4.35 <i>Tracking Camera</i> .....                                                                 | 84 |
| Gambar 4.36 Tampilan <i>solid and camera</i> .....                                                       | 85 |
| Gambar 4.37 Tampilan <i>eksport</i> .....                                                                | 85 |
| Gambar 4.38 Tampilan <i>tracking camera di cinema 4D</i> .....                                           | 86 |
| Gambar 4.39 Tampilan <i>motext</i> .....                                                                 | 87 |
| Gambar 4.40 Tampilan dan <i>setting motext</i> .....                                                     | 88 |
| Gambar 4.41 Tampilan dan <i>setting render setting</i> .....                                             | 89 |
| Gambar 4.42 Tampilan <i>after effect jumping cinema 4D ke after effect</i> .....                         | 89 |
| Gambar 4.43 <i>Tampilan render</i> .....                                                                 | 90 |
| Gambar 4.44 <i>Tampilan adobe premiere pro yang sudah di import dari hasil render after effect</i> ..... | 90 |
| Gambar 4.45 <i>Tampilan cinema 4D</i> .....                                                              | 91 |

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.46 Tampilan dan setting motext back .....                                   | 92 |
| Gambar 4.47 Tampilan dan setting motext front .....                                  | 92 |
| Gambar 4.48 Tampilan dan <i>setting motext front dan back sebelum digabung</i> ....  | 93 |
| Gambar 4.49 Tampilan dan <i>setting motext front dan back setelah digabung</i> ..... | 93 |
| Gambar 4.50 Tampilan <i>Camera position</i> .....                                    | 94 |
| Gambar 4.51 Tampilan dan <i>setting camera position</i> . .....                      | 95 |
| Gambar 4.52 Tampilan dan <i>render setting</i> .....                                 | 96 |
| Gambar 4.53 Tampilan <i>render</i> .....                                             | 96 |
| Gambar 4.54 Penggabungan Video dan <i>Audio</i> di Adobe Premiere Pro CC.....        | 97 |
| Gambar 4.55 Jendela <i>Export Settings</i> .....                                     | 98 |
| Gambar 4.56 Proses <i>Burning</i> .....                                              | 99 |
| Gambar 4.57 Hasil Iklan Omkara Resort Jogja .....                                    | 99 |





## INTISARI

Perkembangan dunia teknologi informasi saat ini berkembang dengan sangat pesat , termasuk dengan perkembangan di dunia periklanan . saat ini banyak bermunculan iklan Resort untuk mempromosikan keunggulan yang dimilikinya dengan teknik masing-masing Resort itu sendiri.

Pada skripsi ini peneliti mencoba membuat sebuah iklan Omkara Resort Jogja dengan teknik *motion graphic* dan *liveshoot* dengan mengkombinasikan tema Resort itu sendiri sehingga menghasilkan iklan yang tidak menghilangkan tema hotel itu sendiri.

Proses pembuatan iklan Omkara Resort Jogja memang membutuhkan persiapan yang matang untuk menghasilkan sebuah iklan , program yang digunakan untuk membuat iklan ini yaitu *after effect cc* dan *cinema 4D r14* untuk membuat *motion graphic*, *soundbooth* untuk *editing* suara ,*photoshop* untuk edit foto dan *premier pro cc* untuk menyusun atau menggabungkan video hasil *editing* dan *rendering*.

Kata kunci : **Iklan, motion graphic , liveshoot ,editing, rendering**

## **ABSTRACT**

*The Development of information technology is growing very rapidly, including the development of the advertising world. currently many emerging ad Resortto promote its advantages with each technique Resort itself.*

*In this thesis, the researcher tried to create an ad Omkara Resort Jogja with motion graphic techniques and liveshoot by combining the theme of the Resort itself so as to produce an ad that does not eliminate the theme of the hotel itself.*

*Ad creation process Omkara Resort Jogja does require thorough preparation to produce an ad, program primarily used to make this ad is after effects and cinema 4D R14 CC to create motion graphics, Soundbooth for sound editing, photo editing and fatherly photoshop premiere pro cc to compose or combine video editing and rendering results.*

**Keywords: Advertising, motion graphic, liveshoot, editing, rendering**