

**PENARAPAN TEKNIK TIME LAPSE DAN VISUAL EFFECT
DALAM PEMBUATAN IKLAN UNTUK
PRODUK ZIANTURI**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Aldrin YudhaPradana

10.12.4966

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

**PENERAPAN TEKNIK TIME LAPSE DAN VISUAL EFFECT
DALAM PEMBUATAN IKLAN UNTUK
PRODUK ZIANTURI**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh derajat Sarjana S1
pada Jurusan Sistem Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan
Komputer AMIKOM YOGYAKARTA



disusun oleh

Aldrin YudhaPradana
10.12.4966

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENERAPAN TEKNIK TIME LAPSE DAN VISUAL EFFECT
DALAM PEMBUATAN IKLAN UNTUK
PRODUK ZIANTURI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

ALDRIN YUDHA PRADANA

10.12.4966

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 4Maret 2014

Dosen Pembimbing



Dhani Ariatmanto M.Kom
NIK. 190302197

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENERAPAN TEKNIK TIME LAPSE DAN VISUAL EFFECT
DALAM PEMBUATAN IKLAN UNTUK
PRODUK ZIANTURI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**AldrinYudha Pradana
10.12.4966**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Juli 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

**Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng
NIK. 190302105**

**Dhani Ariatmanto, M.Kom
NIK. 190302197**

**Mei Parwanto Kurniawan, M.kom
NIK. 190302187**

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana Komputer
Tanggal 25 Agustus 2014

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suyanto, MM

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 dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan

Yogyakarta, 27 Agustus 2014



Aldrin Yudha Pradana

10.12.4966

HALAMAN MOTTO

- Tiada doa yang lebih indah selain doa agar skripsi ini cepat selesai
- Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang
- Anda tidak bisa mengubah orang lain, Anda harus menjadi perubahan yang Anda harapkan dari orang lain (Mahatma Gandhi)
- Berpikirlah kedepan jangan menghadapi rintangan dengan menunduk kebawah tetaplah kedepan untuk mencapai keinginan
- Musuh yang paling berbahaya di dunia adalah penakut dan bimbang, Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan
- Kalo orang tua bekerja itu diperhatikan (JakaSusilaBapak tercinta)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah sholawat dan salam atas Rasulullah, keluarga, para sahabat, dan segenap pengikutnya hingga akhir zaman. Segala puji milik Allah Subhanahu wata'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah dan taufik-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Kedua orang tua saya untuk Bapak dan Ibuyang selalu memberikan kepercayaan dan doa kepada saya agar bisa menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya , walaupun sedikit molor dalam penyusunanya, itu saya jadikan pengalaman saya pribadi.
- Untuk kakak saya, keluarga besar Syamsudin dan Noto Suwignyo yang telah mendoakan saya dalam mengerjakan skripsi ini, terima kasih atas segala sesuatunya.
- Untuk teman-teman bermain; Wisnu Triwibowo, Arfin, Dimas Cilipong, Moggie, Adwian, Yoga, Rizal, Amrizal, Noor Rahman Prasetya, Afif, Rio, Asep Taufik, Adit, Bagas, Andiko, Sasi Kirono, terima kasih telah selalu mengingatkan dan memotivasi saya dalam mengerjakan skripsi ini. Kalian merupakan salah satu alasan kenapa saya harus cepat-cepat lulus. Terima kasih atas saran, kritik dan motivasinya
- Teman - Teman kuliah yang sangat berekesan kukuh, roni, faisal, agustina, eva, andre, chandra, fafa, fathoni, farid, awank, gita, ucup, tomi, ardi,eri, suhadiserta masih banyak lagi yg tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih banyak. Kalian luar biasa.

- Almamater STMIK AMIKOM YOGYAKARTA terutama kelas S1-SI-07 angkatan 2010. Makasih untuk kekeluargaan yang menyenangkan untuk selalu di kenang.



KATA PENGANTAR

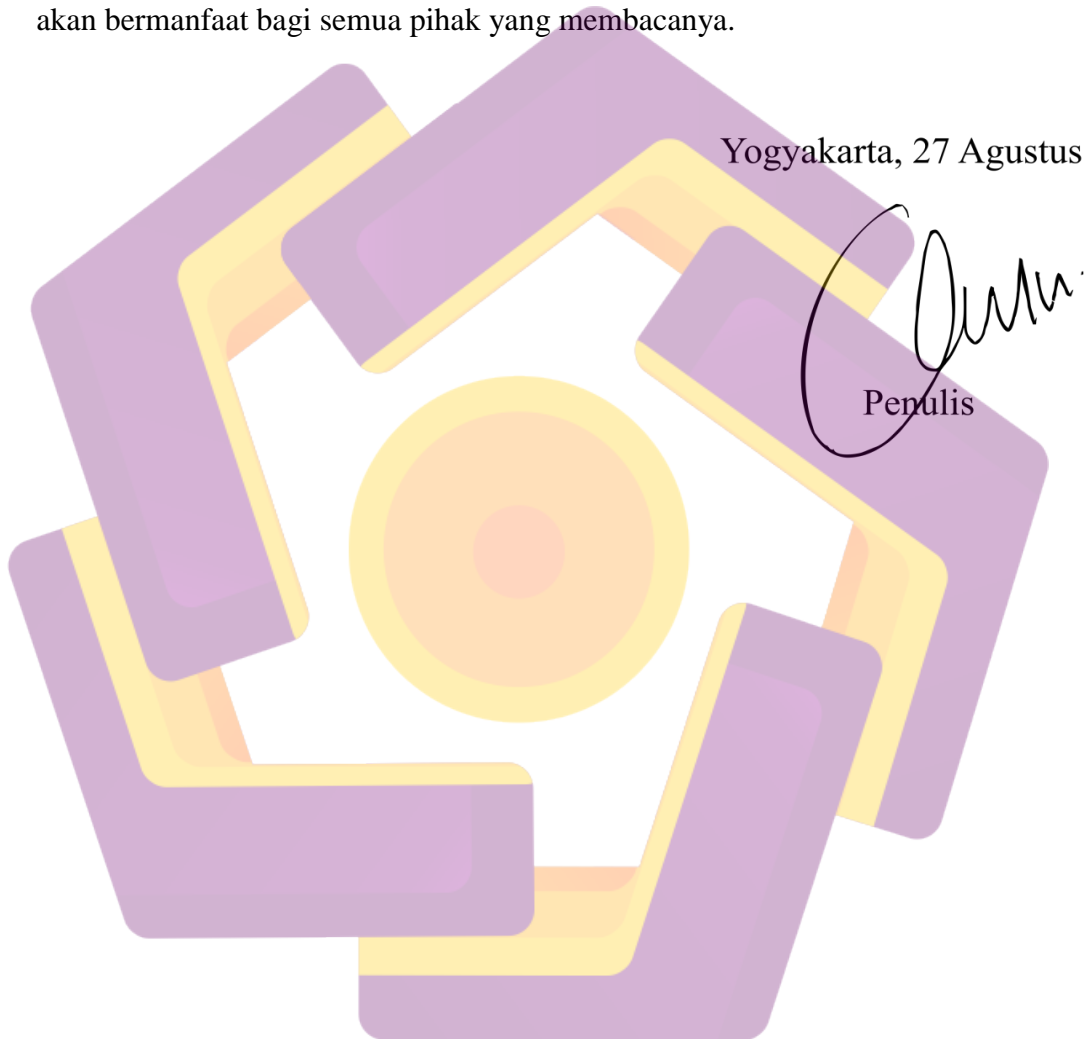
Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Bambang Sudaryatno, M.M. selaku ketua jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Dhani Ariatmanto, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan bagi penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
5. Semua keluarga besar penulis terutama untuk orang tua yang tidak pernah lelah memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.
6. Teman-teman senasib dan seperjuangan yang luar biasa semangatnya.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu baik dukungan moril maupun materiil, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun penulis tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 27 Agustus 2014



DAFTAR ISI

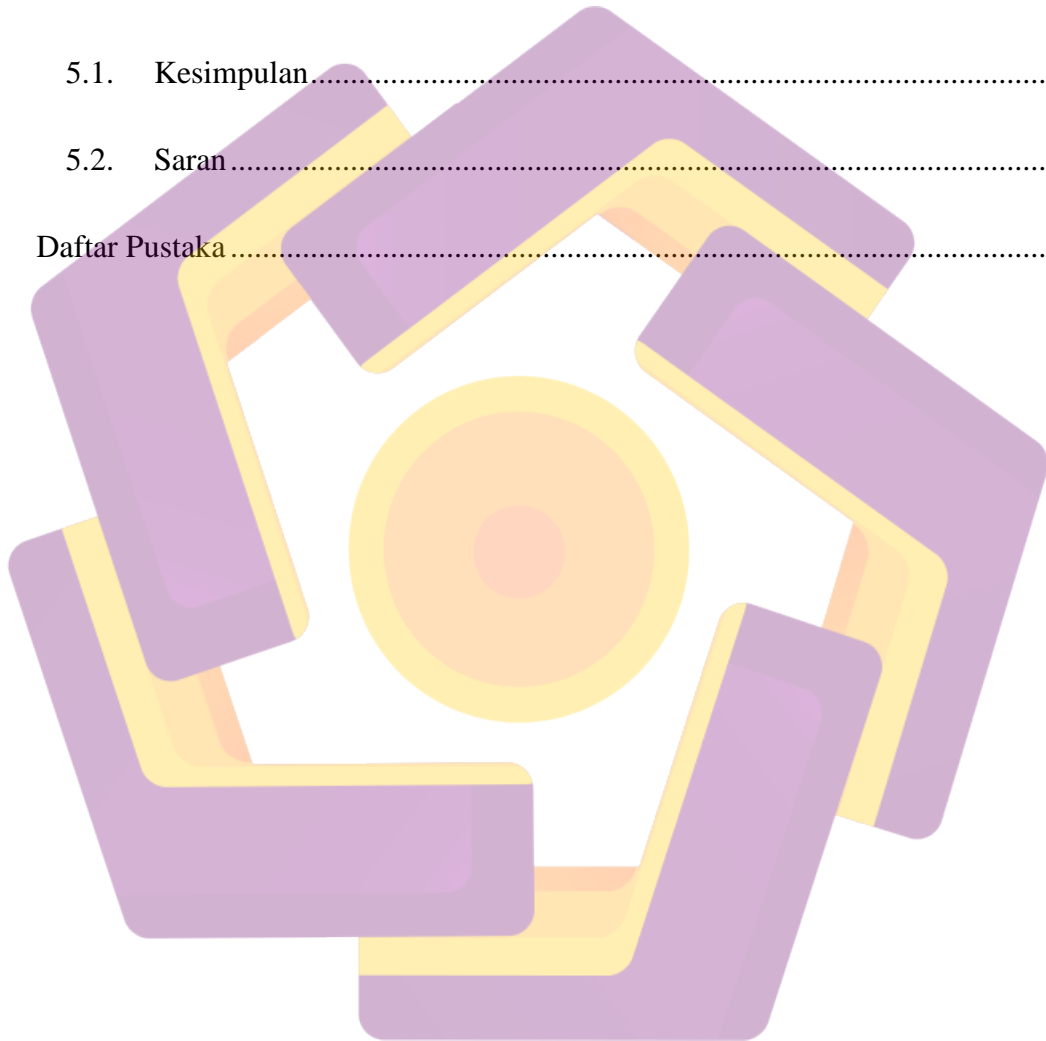
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
INTISARI	xix
ABSTRACT	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	3

1.5.	Manfaat Penelitian.....	3
1.6.	Metode Pengumpulan Data	4
1.6.1.	Metode Observasi.....	4
1.6.2.	Metode Wawancara (Interview).....	4
1.7.	Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....		6
Landasan Teori		6
2.1.	Tinjauan Pustaka.....	6
2.1.1.	Persamaan	6
2.1.2.	Perbedaan	7
2.2.	Pengertian Multimedia	7
2.3.	Time – Lapse Pertama Kali(Sejarah Time Lapse).....	8
2.3.1.	Pengertian Time Lapse.....	9
2.3.2.	Tahapan Pembuatan Time Lapse.....	10
2.4.	Pengertian Visual Effect	10
2.4.1.	Special Effect	11
2.4.2.	Pengertian <i>Lens Fare</i>	11
2.5.	Konsep Dasar Iklan	12
2.5.1.	Pengertian Periklanan	12
2.5.2.	Tujuan Periklanan	13

2.6.	Pengertian Iklan Televisi	15
2.6.1.	Langkah – Langkah dalam Strategi Merancang Iklan Televisi	15
2.7.	Perangkat Lunak Yang Digunakan	18
BAB III		22
ANALISIS DAN PERANCANGAN		22
3.1.	Tinjauan Umum	22
3.1.1.	Zianturi Gitar Equipment	22
3.1.2.	Maksud dan Tujuan Zianturi	22
3.1.3.	Visi dan Misi	23
3.1.4.	Identifikasi Masalah	23
3.1.5.	Titik Keputusan	27
3.1.6.	Logo	27
3.2.	Analisis Sistem	28
3.2.1	Analisis Penerapan Teknik Time-Lapse	28
3.2.2.	Analisis Penerapan Visual Effect	31
3.2.3.	Analisis SWOT	31
3.2.4.	Analisis Kebutuhan Sistem	35
3.2.5.	Analisis Kebutuhan Fungsional	35
3.2.6.	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	35
3.3.	Strategi Merancang Iklan	37

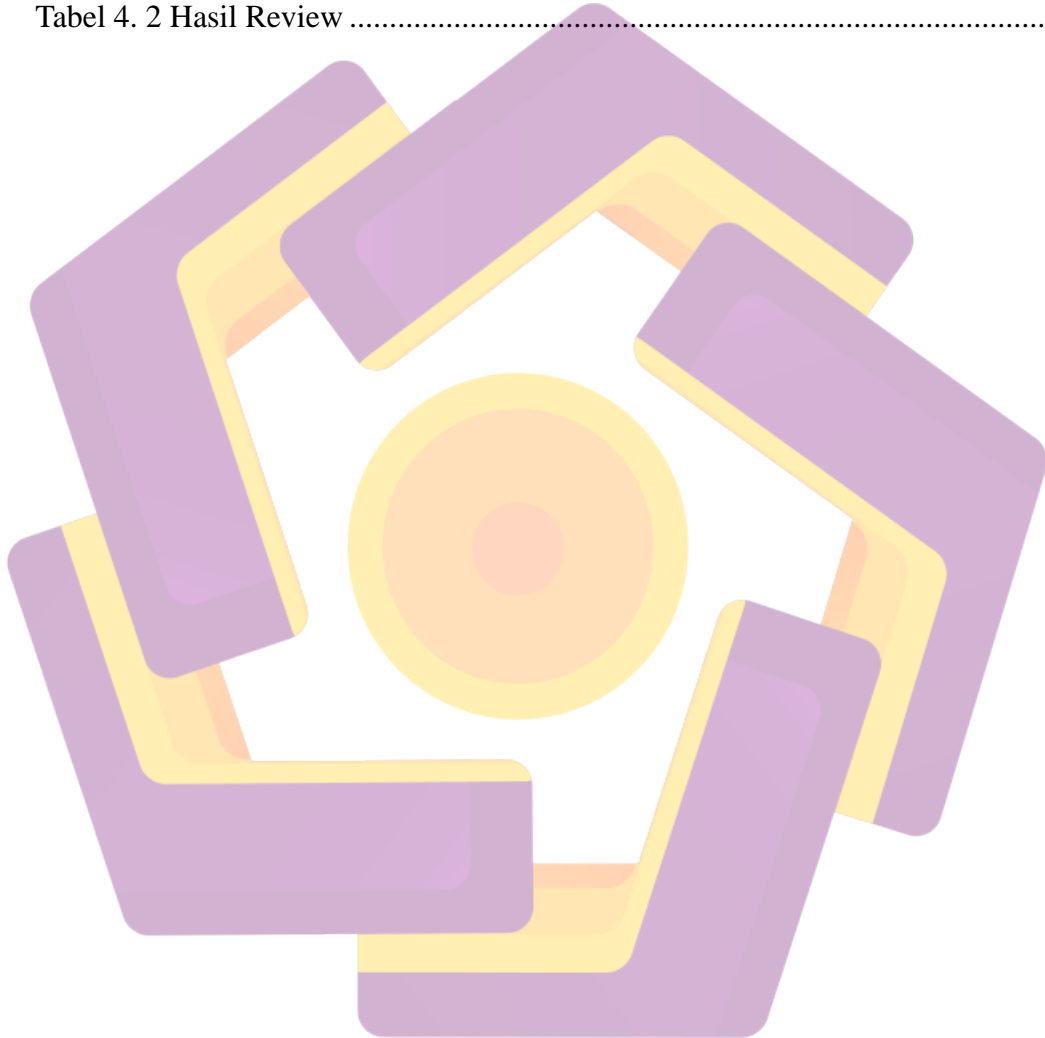
3.3.1. Strategi Menetapkan Audien Sasaran	37
3.3.2. Strategi Mencari Keunggulan Produk yang dipasarkan.....	38
3.3.3. Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan	39
3.3.4. Strategi Kreatif Merancang Iklan	39
3.3.5. Strategi Penempatan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi.....	39
3.3.6. Strategi Merancang Gaya dalam Eksekusi Pesan Iklan	40
3.4. Memproduksi Iklan	41
3.4.1. Pra Produksi	42
3.4.2. Tahap Produksi	50
3.4.3. Tahap Pasca Produksi	50
3.5. Media Penyampaian Iklan	51
3.5.1. Jangkauan Media.....	51
BAB IV	52
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Implementasi	52
4.1.2. Produksi Iklan	53
4.1.3. Tahap Pascaproduksi	63
4.1.4. Editing	64
4.2. Pembahasan	74
4.2.2. Review Testing	74

4.2.3. Hasil Akhir Editing	76
4.2.4. Rencana Penanganan.....	77
BAB V.....	78
PENUTUP.....	78
5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran.....	78
Daftar Pustaka.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis Media Promosi	25
Tabel 3. 2 Analisis Pemanfaatan Media Promosi yang belum digunakan :	26
Tabel 4. 1 Tabel Hasil Pengambilan Gambar	58
Tabel 4. 2 Hasil Review	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Definisi Multimedia	8
Gambar 2. 2 Contoh pertumbuhan tulips di ambil dengan teknik time lapse	9
Gambar 2. 3 Contoh Pengambilan Time Lapse	10
Gambar 2. 4 Contoh lens flare pada Adobe Premiere Pro	12
Gambar 2. 5 Tahapan Dalam Produksi Iklan TVC	18
Gambar 2. 6 Interface Adobe Premiere Pro CS6	19
Gambar 2. 7 Interface Adobe After Effect CS6	20
Gambar 2. 8 Tampilan Magic Lantern yang suda terinstal di kamera	21
Gambar 3. 1 Logo Zianturi.....	27
Gambar 3. 2 Kamera yang sudah terinstal magic lantern	29
Gambar 3. 3 Lensa Canon EF 17-40mm f/4L USM	30
Gambar 3. 4 Tripod	30
Gambar 3. 5Tabel Analisis SWOT	34
Gambar 3. 6 Bagan Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi	41
Gambar 3. 7 Bagan Pra Produksi	42
Gambar 4. 1 Daftar Implementasi.....	52
Gambar 4. 2 Hasil Gambar menggunakan Magic-Lantern	54
Gambar 4. 3 Pengaturan Pada Magic Lantern	56
Gambar 4. 4 Proses menjadikan foto menjadi video Time-Lapse	57
Gambar 4. 5 Manajemen File.....	63
Gambar 4. 6 Ukuran Video	64
Gambar 4. 7 Proses Import File	65

Gambar 4. 8 Pemotongan Video	65
Gambar 4. 9 Motion Path	66
Gambar 4. 10 Sebelum di coloring	67
Gambar 4. 11 Sesudah di coloring menggunakan magic bullet.....	67
Gambar 4. 12 Sebelum menggunakan efek vignette.....	68
Gambar 4. 13 Sesudah menggunakan vignette	68
Gambar 4. 14 Penerapan Efek Transisi.....	69
Gambar 4. 15 Pengaturan Lens Flare	70
Gambar 4. 16 Penerapan Lens Flare	70
Gambar 4. 17 Memasukan File Audio	71
Gambar 4. 18 Pembuatan Teks.....	72
Gambar 4. 19 Hasil Editing.....	73
Gambar 4. 20 Export Video	74
Gambar 4. 21 Hasil Akhir Editing	77

INTISARI

Penggunaan iklan sebagai media poromosi bagi perusahaan sangat membantu dalam memberikan informasi sehingga pesan dari iklan tersebut dapat diterima baik dan mudah di pahami oleh masyarakat.

Pada kasus ini, penulis melakukan penelitian Pada Pengrajin Gitar Zianturi, dimana produk dari Zianturi sendiri untuk memasarkan produk belum menggunakan media televisi. Denganadanya perancangan iklan menggunakan media televisi akan meningkatkan layanan dan kualitas dari produk Zianturi.

Dengan penerapan teknik Time Lapse dan Visual Effect akan membantu dalam memasarkan produk Zianturi dalam bentuk perancangan iklan video, serta mempermudah bagi konsumen untuk melihat produk dari Zianturi.

Kata kunci : Media promosi, Time Lapse, Iklan video.



ABSTRACT

The use of advertising as a medium for a company promosi very helpful in providing information so that the message of these ad scan be well received and easily understood by the public.

In this case, the authors conducted a study In Custom Guitar Zianturi, where the product of Zianturi them selves to market products not using the medium of television. With the use of televise on advertising design will improve the service and quality of products Zianturi.

By the application oft echnique Time Lapse and Visual Effects will help in marketing their products in the form of design Zianturi video advertising, as well as make it easierfor consumers to see the product of Zianturi.

Keywords : *Media campaign, Time Lapse, Video ads.*

