

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TV
CONSINA THE OUTDOOR LIFESTYLE
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Ahmad Afif Dzahabi

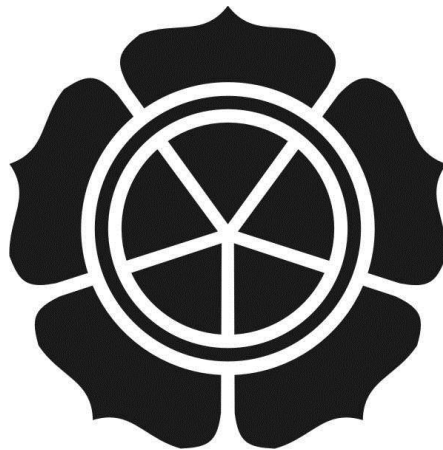
11.12.5959

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TV
CONSINA THE OUTDOOR LIFESTYLE
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Ahmad Afif Dzahabi

11.12.5959

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TV

CONSINA THE OUTDOOR LIFESTYLE


YOGYAKARTA

yang disusun oleh

Ahmad Afif Dzahabi
11.12.5959

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 7 September 2015

Dosen Pembimbing,


Mei P. Karniawan, M.Kom
NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TV

CONSINA THE OUTDOOR LIFESTYLE

YOGYAKARTA

yang disusun oleh

Ahmad Afif Dzahabi

11.12.5959

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 28 Agustus 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

M. Rudyanto Arief, MT
NIK. 190302098

Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK.190302187

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 7 September 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 institusi 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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Agustus 2015



Ahmad Afif Dzahabi
NIM. 11.12.5959

MOTTO

- Pengalaman adalah guru yang terbaik. (NN)
- Jika keberhasilan itu tujuanmu maka jangan pernah takut gagal. (Dzahabi)
- Niat, doa dan usaha akan selalu dekat dengan keberhasilan. (Dzahabi)
- Anak muda memang minim pengalaman, karena itu ia tak tawarkan masa lalu, anak muda menawarkan masa depan! (Anies Baswedan)
- Impian tidak akan terwujud dengan sendirinya. Kamu harus segera bangun dan berupaya mewujudkannya. (Saminul)
- Jangan hanya menjalani hidup tapi berkembanglah bersama kehidupan. (TBJ)
- Jika salah perbaiki, jika gagal coba lagi, tapi jika kamu menyerah semuanya akan selesai. (Afif)
- Bukan yang tidak bisa kau kerjakan yang akan melemahkan kehidupanmu, tapi yang sebetulnya yang bisa kau lakukan tapi tidak kau lakukan. (Mario Teguh)
- I was born from my parent, but don't judge as my parent. (Hitam Putih)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah senantiasa saya panjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, anugerah kesehatan, ilmu, rejeki, serta kelancaran mulai dari penyusunan hingga skripsi ini telah selesai.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Saya persembahkan skripsi ini untuk :

1. Kedua orangtua tercinta Bapak Adib dan Ibu Titi serta adik tersayang Faiz Amali yang telah memberikan doa, kasih sayang serta dukungan tiada henti.
2. Teman-teman (Nadhiroh, Redha, Inyok, Seno, Hari, Andri) yang telah banyak memberikan bantuan demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
3. Saudara Rachmady, terimakasih banyak sudah menyediakan rumahnya sebagai tempat menginap untuk lembur setiap malam, menemani lembur setiap malam, tidak *pamrih* membagikan ilmunya, serta membimbing dan mendampingi saya dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih banyak, Mad. *Jazzakumullah Ahsanal Jaza* (semoga Allah SWT membalas dengan balasan yang terbaik).
4. Teman-teman seperjuangan kelas S1.SI.09 yang telah memberikan dukungan moral maupun doa.
5. Almamater tercinta STMIK AMIKOM Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada setiap hamba-Nya dan tak lupa sholawat serta salam kepada junjungan Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata-1 Jurusan Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan TV Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta” tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Mei P Kurniawan, M. Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bantuan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, MM, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Ibu dan Bapak tercinta serta adik tersayang yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dorongan kepada penulis.
5. Teman-teman kelas S1.SI.09 yang telah berjuang bersama selama ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pengembangan pada bidang multimedia.

Yogyakarta, 10 Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	hal
COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.2 Metode Analisis.....	4
1.5.3 Metode Perancangan.....	4
1.5.4 Metode Pengembangan.....	4
1.5.5 Metode Implementasi.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Video.....	8
2.2.1 Definisi Video.....	8

2.2.2	Kategori Video.....	9
2.3	Iklan.....	9
2.3.1	Definisi Iklan Televisi.....	9
2.3.2	Jenis-jenis Iklan	10
2.3.3	Fungsi dan Tujuan Iklan	12
2.3.4	Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	15
2.3.5	Proses Manajemen Periklanan	15
2.3.6	Strategi Perancangan Iklan Televisi.....	16
2.4	Teknik Pengambilan Gambar	19
2.5	Bidikan Kamera.....	21
2.6	Gerakan pada Kamera	23
2.7	Merekam Suara	24
2.8	Motion Tracking.....	25
2.9	Canon EOS 600D	29
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		31
3.1	Tinjauan Umum Perusahaan	31
3.1.1	Profil Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta.....	31
3.1.2	Visi dan Misi Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta	31
3.1.3	Struktur Organisasi Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta....	32
3.1.4	Gambaran Umum Sistem Lama.....	33
3.1.5	Identifikasi Masalah.....	33
3.1.6	Logo Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta	34
3.2	Analisis.....	34
3.2.1	Definisi Analisis Sistem.....	34
3.2.2	Analisis SWOT	34
3.2.3	Analisis Kekuatan (<i>Strenght</i>)	35
3.2.4	Analisis Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	36
3.2.5	Analisis Peluang (<i>Opportunity</i>)	36
3.2.6	Analisis Ancaman(<i>Threat</i>).....	37
3.2.7	Analisis Kebutuhan Sistem Baru	38
3.3	Analisis Kebutuhan Sistem	38

3.3.1	Kebutuhan Informasi	38
3.3.2	Kebutuhan Perangkat Keras	38
3.3.3	Kebutuhan Perangkat Lunak	39
3.3.1	Kebutuhan <i>Brainware</i>	39
3.4	Analisis Kelayakan Sistem	40
3.4.1	Kelayakan Teknologi	40
3.4.2	Kelayakan Hukum	41
3.4.3	Kelayakan Operasional	42
3.4.4	Kelayakan Ekonomi	43
3.4.5	Kelayakan Jadwal	44
3.4.6	Kelayakan Strategik	45
3.5	Perancangan	46
3.5.1	Perancangan Ide Cerita	46
3.5.2	Persiapan Alat yang Digunakan	47
3.5.3	Perancangan Naskah Cerita	47
3.5.4	Perancangan Storyboard	49
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Implementasi	54
4.1.1	Penataan Lokasi	55
4.1.2	Penataan Cahaya	55
4.1.3	Pengambilan Gambar	55
4.1.4	Rekaman Narasi dan Editing <i>Backsound</i>	56
4.1.5	Editing Video	58
4.1.6	Pembuatan Objek Grafis	62
4.1.7	<i>Composting</i> dan <i>Editing</i>	68
4.1.8	<i>Rendering</i>	79
4.2	Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	88

DAFTAR PUSTAKA89
LAMPIRAN.....1



DAFTAR TABEL

	hal
Tabel 3. 1 Analisis kebutuhan perangkat keras	39
Tabel 3. 2 Hasil Analisis Kelayakan Teknologi	41
Tabel 3. 3 Hasil Analisis Kelayakan Hukum	42
Tabel 3. 4 Hasil Analisis Kelayakan Operasional	42
Tabel 3. 6 Rincian Biaya Produksi	44
Tabel 3. 7 Penayangan Iklan	44
Tabel 3. 8 Hasil Analisis Kelayakan Jadwal	45
Tabel 3. 9 Hasil Analisis Kelayakan Strategik	46
Tabel 3. 10 Alat yang Digunakan	47
Tabel 3. 11 Rancangan <i>Storyboard</i>	49
Tabel 4. 1 Objek grafis	65
Tabel 4. 4 Hasil <i>rendering</i> dalam scene	81

DAFTAR GAMBAR

	hal
Gambar 2. 1 Proses Manajemen Periklanan.....	16
Gambar 2. 2 Canon 600D.....	30
Gambar 3. 1 Struktur organisasi Consina The Outdoor Lifestyle.....	32
Gambar 3. 2 Logo Consina The Outdoor Lifestyle	34
Gambar 4. 1 Bagan pengembangan video iklan.....	54
Gambar 4. 2 Hasil Rekaman Mentah	56
Gambar 4. 3 <i>Capture Noise Print</i>	57
Gambar 4. 4 <i>Noise Reduction (process)</i>	57
Gambar 4. 5 Proses <i>Noise Reduction</i>	58
Gambar 4. 6 Hasil Akhir Rekaman Narasi	58
Gambar 4. 7 Membuat Project Baru	59
Gambar 4. 8 Pemilihan Resolusi Video.....	59
Gambar 4. 9 Import Objek	60
Gambar 4. 10 Video di <i>timeline</i>	60
Gambar 4. 11 Memotong Video.....	61
Gambar 4. 12 Mengatur <i>Speed/duration</i>	61
Gambar 4. 13 Render dengan Adobe Premiere	62
Gambar 4. 14 Membuat file baru dengan Corel Draw X6.....	63
Gambar 4. 15 Membuat Objek dengan <i>Pen Tool</i>	63
Gambar 4. 16 Pemberian Warna Pada Objek	64
Gambar 4. 17 Meng-export Objek	64
Gambar 4. 18 Membuat <i>Composition</i> Baru	68
Gambar 4. 19 Meng-import Video dengan After Effects	69
Gambar 4. 20 Meng-import objek grafis	69
Gambar 4. 21 Penggunaan <i>Position</i>	70
Gambar 4. 22 Penggunaan <i>Keylight</i>	71
Gambar 4. 23 Setelah Penggunaan <i>Keylight</i>	71
Gambar 4. 24 Mengatur <i>Brightness</i> dan <i>Contrast</i>	73
Gambar 4. 25 Sebelum dan Sesudah <i>Colouring</i>	73

Gambar 4. 26 Membuat <i>Null Object</i>	74
Gambar 4. 27 Tampilan <i>Tracker</i>	74
Gambar 4. 28 Pembuatan <i>Motion Tracking</i>	75
Gambar 4. 29 <i>Parent</i>	75
Gambar 4. 30 Membuat <i>Camera Setting</i>	76
Gambar 4. 31 Pembuatan Teknik <i>Camera</i>	77
Gambar 4. 32 Pengaturan <i>Masking</i>	78
Gambar 4. 33 Pengaturan <i>Timing</i> pada <i>Timeline</i>	78
Gambar 4. 34 Menambah File ke Jendela <i>Render Queue</i>	79
Gambar 4. 35 Pengaturan <i>Output Module Setting</i>	80
Gambar 4. 36 Pengaturan Nama File dan Lokasi Penyimpanan.....	80
Gambar 4. 37 Proses <i>Rendering</i>	81



INTISARI

Multimedia adalah media paling disukai oleh masyarakat dalam menyampaikan informasi karena dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan video. Salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia yaitu video iklan. Namun saat ini pemasaran toko Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta hanya menggunakan media online seperti *website* dan *fanspage* media sosial *facebook*.

Peneliti mencoba menganalisa pokok-pokok permasalahan yang terjadi pada Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta dan mencoba memberikan solusi agar media publikasi lebih optimal dengan dibuatkan iklan televisi. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data, metode analisis berupa SWOT, dan perancangan iklan menggunakan *storyboard*. Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar dan pemilihan video. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap finishing berupa *rendering* dan *distributing*.

Media promosi berupa video iklan ini bertujuan untuk mempromosikan dan memperkenalkan toko Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta kepada masyarakat luas. Disamping itu, iklan dapat menarik indera dan menarik minat, karena merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, dan teks, sehingga dengan multimedia perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai perusahaan dengan baik. Dengan iklan yang di buat diharapkan akan menumbuhkan minat konsumen untuk membeli produk dari Consina The Outdoor Lifestyle.

kata kunci : *multimedia, iklan, Consina The Outdoor Lifestyle*

ABSTRACT

Multimedia is the most favored by the public media in conveying information because it can create a dynamic and interactive presentations that combine text, graphics, animation, audio and video. One of the resulting products of multimedia namely video ads. But marketing took Consina The Outdoor Lifestyle of Yogyakarta just using online media such as websites and social media facebook fanspage.

Researchers trying to analyze this problem that happens in consina the outdoor lifestyle yogyakarta and tried to provide solution that the media publication more optimal with cut out for television commercial .Researchers used data collection method , the method of analysis of training , and design advertising use storyboard .Researchers used method of development by doing stage production which includes the actual shot and selection video .After that , model next is the stage after production which includes review the results of editing , the provision of sound effect until the finishing stages of rendering and distributing .

Media promotion of video this commercial aimed to promote and introduce took consina the outdoor lifestyle yogyakarta to the general public .Besides , advertising can draw the senses and attract , because was a combination of many media such as the picture , sound , and the text , with the multimedia company can convey information about company with baik.dengan advertising which was built by is expected to grow interest consumers to buy the product of consina the outdoor lifestyle .

Keywords: *multimedia, advertising, Consina The Outdoor Lifestyle*