

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN JEJARING SOSIAL  
MINDTALK DENGAN TEKNIK PARALLAX  
DAN COMPOSITING**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Idham Arif**

**11.11.5087**

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN JEJARING SOSIAL  
MINDTALK DENGAN TEKNIK PARALLAX  
DAN COMPOSITING**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Idham Arif**

**11.11.5087**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN JEJARING SOSIAL  
MINDTALK DENGAN TEKNIK PARALLAX  
DAN COMPOSITING**


yang disusun oleh

**Idham Arif**

**11.11.5087**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 11 Agustus 2015

Dosen Pembimbing,

  
**Dony Ariyus, M.Kom**  
**NIK. 190302128**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN JEJARING SOSIAL  
MINDTALK DENGAN TEKNIK PARALLAX  
DAN COMPOSITING**

yang disusun oleh

**Idham Arif**

**11.11.5087**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 1 Juli 2015

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Dony Ariyus, M.Kom**  
**NIK. 190302128**

**Barka Satya, M.Kom**  
**NIK. 190302126**

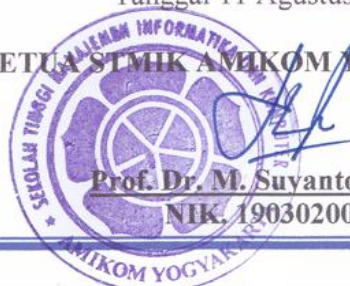
**Hanif Al Fatta, M.Kom**  
**NIK. 190302096**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 11 Agustus 2015

**KETUA STM IKOM 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, 12 Juli 2015

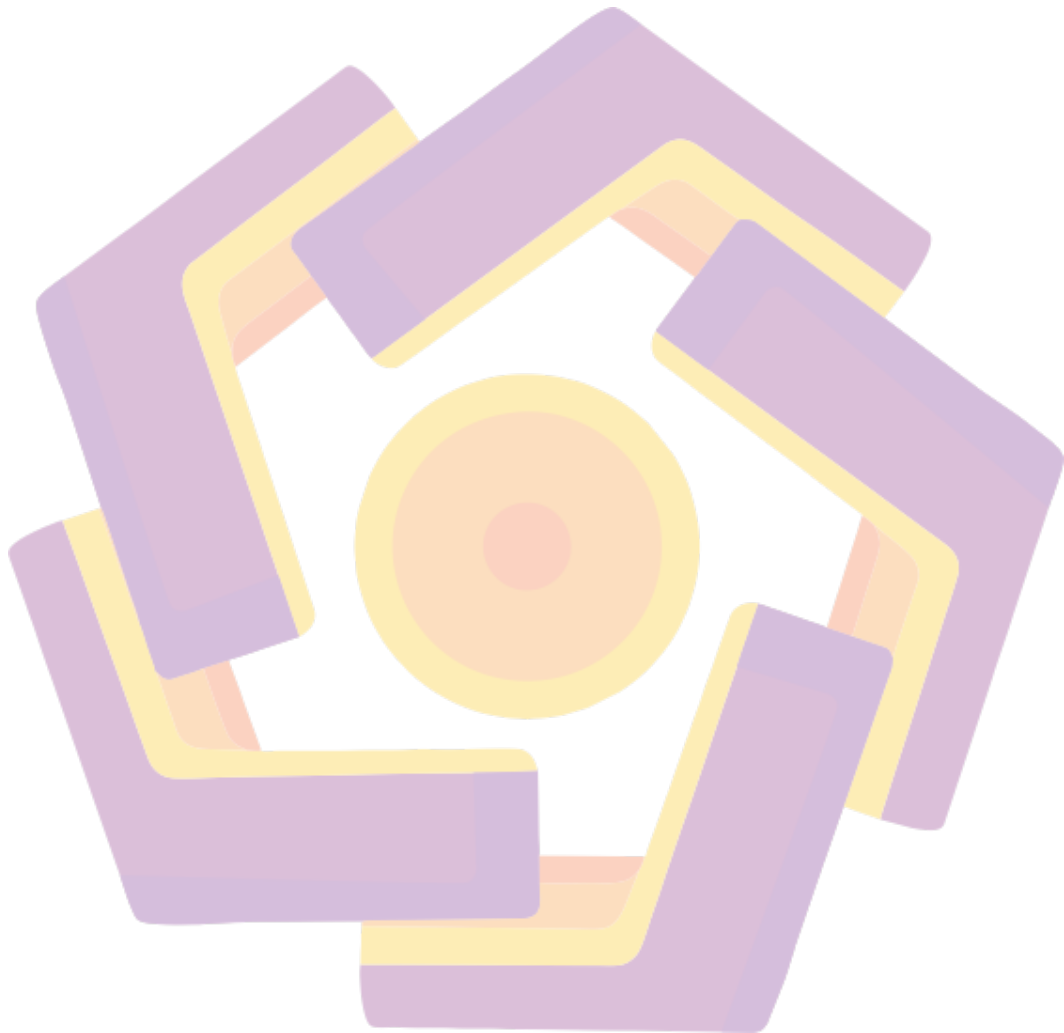
Meterai  
Rp. 6.000

Idham Arif  
NIM. 11.11.5087

## **MOTTO**

Jangan terlalu dipikirin, yang penting dijalani dan dikerjain.

Tuhan memberikan apa yang kita butuhkan, bukan yang kita inginkan.



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah swt. Tuhan semesta alam, karena hanya dengan rida-nya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan kepada semua orang, hal baik dan buruk, yang telah hadir dalam kehidupan saya selama ini. Mereka adalah:

1. Kedua orang tuaku, Abah Rahman Yahya dan Ibu Hazuzara, yang selalu memberikan do'a dan dukungan kepada saya.
2. Abang - abangku, Subhan Kemal A, bang Faris, bang Andri, bang Ghufron, bang Edo, bang Ebi, mas bro Vian, om Sigit dan bang dickyBo, terima kasih banyak atas semua hal yang telah kalian berikan.
3. Anak - anak kontrakan Nologaten dan Mankid 157 A, terlalu banyak kenangan bersama kalian teman - teman.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT yang karena Rahmat dan Hidayah serta kesempatan yang telah diberikan kepada saya sebagai penulis untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Tidak lupa saya berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses Penelitian serta penyusunan Naskah skripsi ini. Untuk bimbingan serta kerja sama yang baik saya berikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. sebagai Ketua STMIK AMIKOM YOGYAKARTA,
2. Dony Ariyus, M.Kom, Selaku Dosen Pembimbing.
3. Sudarmawan, MT, sebagai ketua jurusan Teknik Informatika

Semoga semua bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat balasan dari Allah SWT sebagai amal ibadah.

Disadari bahwa dalam tulisan ini mungkin masih jauh dari kesempatan, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dimasa depan dapat menjadi panutan.



## DAFTAR ISI

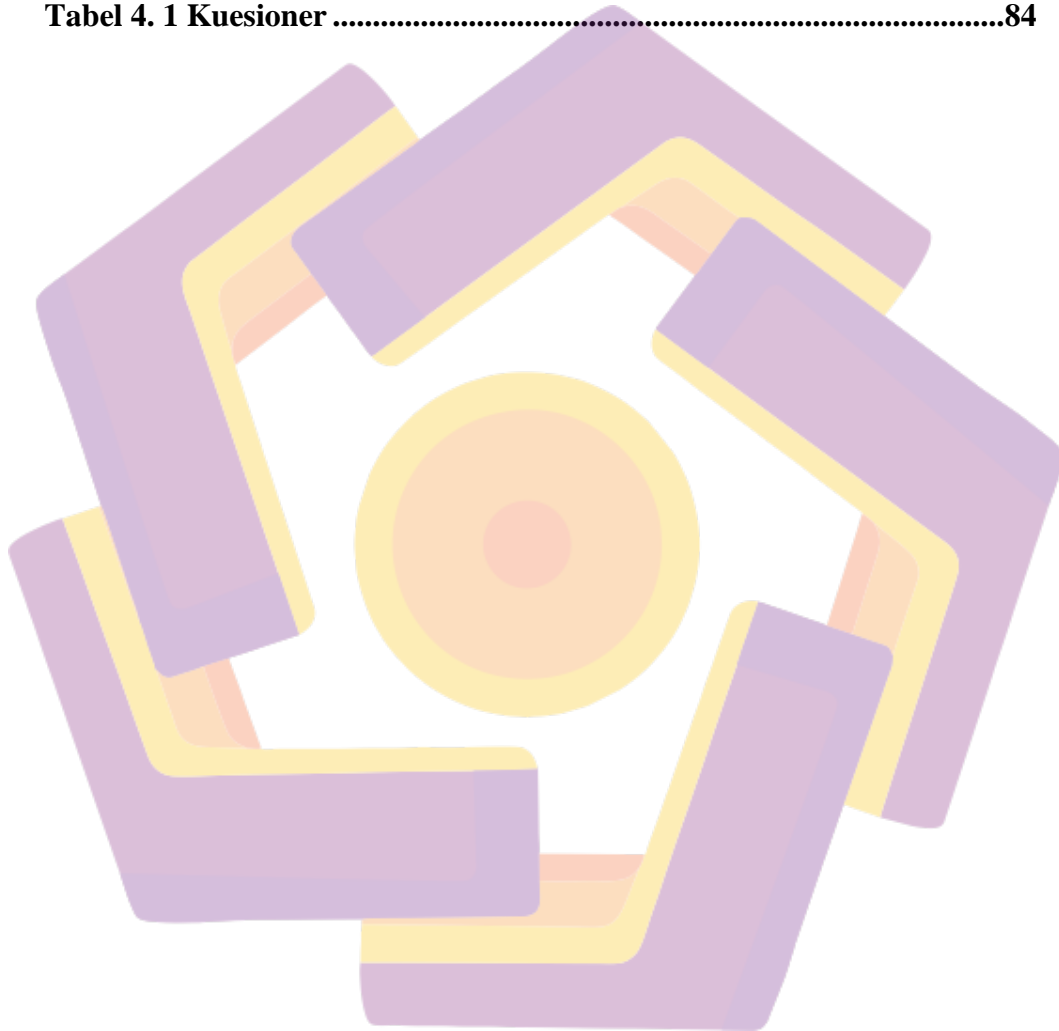
JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Metode Penelitian .....	5
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
2.1 Kajian Pustaka .....	7
2.1.1 Persamaan .....	8
2.1.2 Perbedaan .....	8
2.2 Multimedia .....	8
2.2.1 Sejarah Multimedia .....	8

2.2.2	Definisi Multimedia .....	9
2.3	Periklanan .....	11
2.3.1	Pengertian Iklan .....	12
2.3.2	Sejarah Periklanan .....	12
2.3.3	Jenis Iklan .....	12
2.4	Fotografi .....	14
2.2.3	Sejarah Kamera .....	14
2.2.4	Jenis - Jenis Kamera .....	14
2.2.5	Lensa .....	17
2.5	Parallax atau 2.5D .....	21
2.6	Compositing .....	23
2.7	Tahap Memproduksi Iklan .....	24
2.7.1	Praproduksi .....	24
2.7.2	Produksi .....	24
2.7.3	Pascaproduksi .....	24
2.8	Strategi Perancangan Naskah dan Storyboard Iklan Televisi .....	25
2.9	Spesifikasi Perangkat Lunak .....	26
2.9.1	Adobe After Effect CS5 .....	26
2.9.2	Adobe Photoshop CS5 .....	26
2.9.3	FL Studio 10 .....	27
2.9.4	Adobe Illustrator CS5 .....	28
2.9.5	Adobe Premiere Pro CS5 .....	28
<b>BAB III</b>	<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>30</b>
3.1	Tinjauan Umum Perusahaan .....	30
3.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	30
3.3	Persaingan Produk .....	31
3.3.1	Promosi Yang Sekarang Dilakukan .....	31
3.4	Analisis masalah .....	31
3.4.1	Identifikasi masalah .....	31
3.4.2	Analisis S.W.O.T .....	33

3.4.3	Analisis kebutuhan.....	34
3.5	Studi Kelayakan Sistem .....	36
3.6	Biaya Pembuatan Iklan .....	37
3.7	Media Iklan .....	39
3.7.1	Informasi Penayangan Iklan.....	39
3.7.2	Perancangan ide Cerita.....	39
3.7.3	Perancangan Animasi.....	40
3.7.4	Konsep Iklan .....	40
3.8	Naskah dan Storyboard Iklan MindTalk.....	41
3.8.1	Storyboard.....	41
3.8.2	Naskah.....	43
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	Implementasi.....	45
4.2	Proses Pembuatan Iklan MindTalk .....	45
4.2.1	Tahap Produksi .....	45
4.2.2	Tahap Pasca Produksi .....	71
4.3	Pembahasan.....	79
4.3.1	Tampilan Hasil Akhir Iklan MindTalk .....	79
4.3.2	Testing Iklan .....	82
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>85</b>
5.1	Kesimpulan .....	85
5.2	Saran .....	85
Daftar Pustaka.....		87
LAMPIRAN.....		88

## DAFTAR TABEL

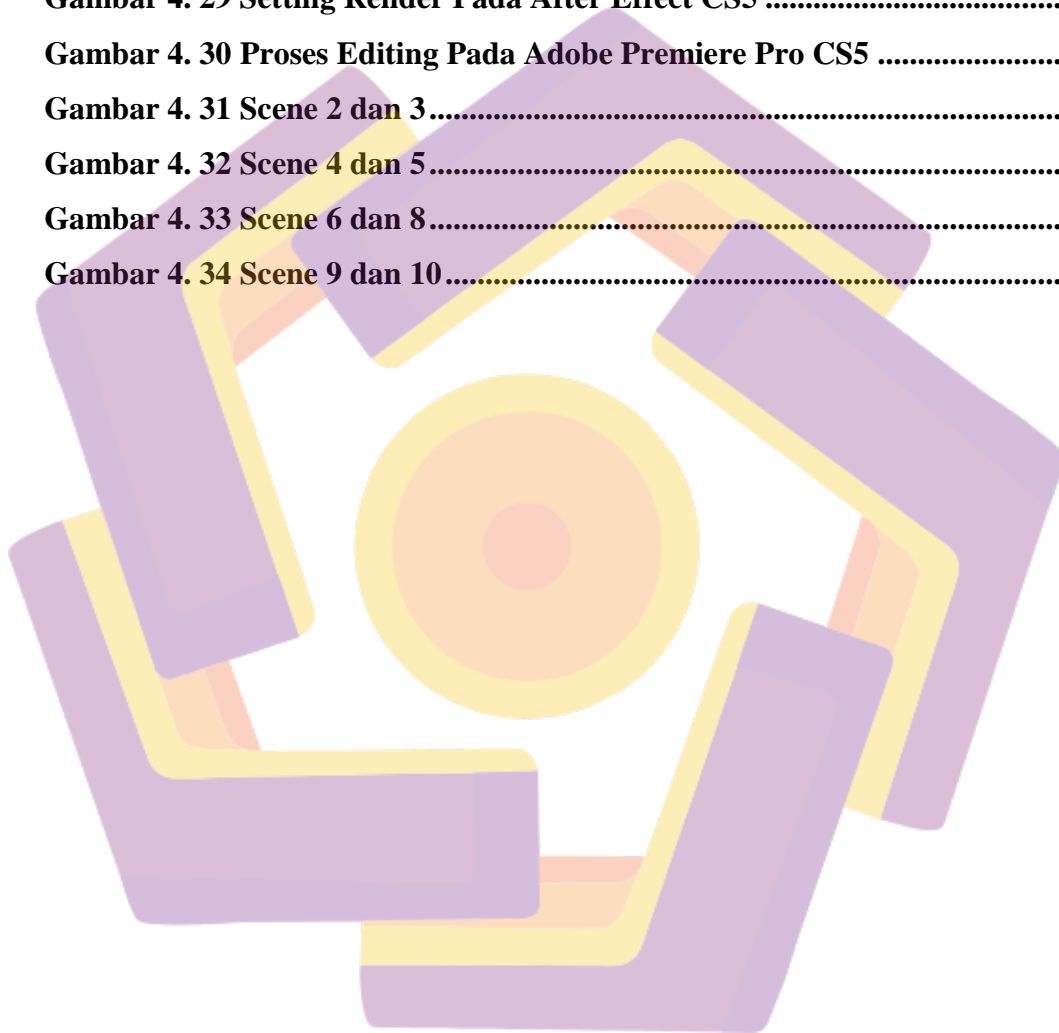
<b>Tabel 3. 1 Analisis S.W.O.T .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 3. 2 Spesifikasi Perangkat Keras.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 3. 3 Studi Kelayakan Sistem.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 3. 4 Storyboard .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 1 Kuesioner .....</b>	<b>84</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Visualisasi Parallax .....	22
Gambar 2. 2 Depth of Field.....	23
Gambar 2. 3 Adobe After Effect CS5.....	26
Gambar 2. 4 Adobe Photoshop CS5 .....	27
Gambar 2. 5 FL Studio 10.0 .....	27
Gambar 2. 6 Adobe Illustrator CS5 .....	28
Gambar 2. 7 Adobe Premiere Pro CS5 .....	29
Gambar 4. 1 Kegiatan Produksi.....	45
Gambar 4. 2 Sortir File .....	52
Gambar 4. 3 Konfigurasi Komposisi.....	53
Gambar 4. 4 Pembuatan Polygon Shape .....	53
Gambar 4. 5 Pengaplikasian Efek Radio Waves.....	54
Gambar 4. 6 Konfigurasi Solid .....	54
Gambar 4. 7 Pembuatan Gradient Untuk Efek Time Displacement .....	55
Gambar 4. 8 Konfigurasi Efek Radio Waves dan Polygon Shape .....	56
Gambar 4. 9 Hasil Efek Time Displacement .....	57
Gambar 4. 10 Seleksi Objek.....	58
Gambar 4. 11 Memisahkan Objek .....	58
Gambar 4. 12 Pewarnaan Objek .....	59
Gambar 4. 13 Importing File .....	60
Gambar 4. 14 Efek Puppet .....	61
Gambar 4. 15 Pembuatan Hologram .....	63
Gambar 4. 16 Pembuatan Inti Hologram .....	64
Gambar 4. 17 Partikel Trapcode .....	65
Gambar 4. 18 Hasil Akhir Hologram.....	65
Gambar 4. 19 Pembuatan Instrumen Pada FL Studio.....	67
Gambar 4. 20 Setting Manual Nada Instrumen.....	68
Gambar 4. 21 Poizone Untuk Menambah Efek Suara .....	69
Gambar 4. 22 Penempatan Tiap Nada.....	70
Gambar 4. 23 Daftar SoundFX.....	71

<b>Gambar 4. 24 Penempatan Posisi Objek dan Pergerakan Kamera .....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4. 25 Layer 3D .....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4. 26 Aktivasi Fungsi DoF .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4. 27 Track Matte .....</b>	<b>75</b>
<b>Gambar 4. 28 Track Matte .....</b>	<b>76</b>
<b>Gambar 4. 29 Setting Render Pada After Effect CS5 .....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 4. 30 Proses Editing Pada Adobe Premiere Pro CS5 .....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 4. 31 Scene 2 dan 3.....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 4. 32 Scene 4 dan 5.....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4. 33 Scene 6 dan 8.....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4. 34 Scene 9 dan 10.....</b>	<b>82</b>



## INTISARI

MindTalk adalah sebuah jejaring sosial Indonesia yang baru 2 tahun ini bergelut dalam bidang sosial media. Jejaring sosial yang masih baru tentunya belum dikenal banyak orang dikarenakan kurangnya informasi dan promosi. Iklan yang dibuat untuk MindTalk dalam kurun waktu ini hanya disebarakan melalui seminar. Oleh karena itu memunculkan gagasan untuk membuat iklan televisi untuk promosi jejaring sosial MindTalk.

Iklan jejaring sosial MindTalk dibuat menggunakan aplikasi Adobe Photoshop, Illustrator dan After Effect. Iklan dibuat dengan 2.5D atau teknik Parallax Photography dan penggabungan (compositing) karena penggunaannya sendiri masih jarang dalam pembuatan iklan komersial di Indonesia. Perancangan yang unik dengan gambaran visual yang kuat dimaksudkan untuk mempresentasikan citra perusahaan yang memasuki pasar dengan suasana dan tampilan baru.

Penggunaan animasi serta efek yang cukup banyak membutuhkan hardware yang mampu melakukan proses editing secara nyata. Dengan melalui tiga tahap, akan dihasilkan iklan MindTalk yang sesuai dengan perancangan. Dengan tidak menggunakan video live shoot membuat teknik ini terlihat seperti motion graphic.

**Kata Kunci:** MindTalk, Iklan, Parallax, Compositing.

## **ABSTRACT**

*MindTalk is a new social network that has been struggling in the field of social media in 2 years. A new social network certainly not known to many people because of the lack of information and promotion. Advertisement created for MinTtalk in this period only disseminated through conferences. Therefore, it raises the idea to make a television commercial for the promotion of MindTalk social network.*

*The advertisement of MindTalk social network created using Adobe Photoshop, Illustrator and After Effects. The advertisement itself made with 2.5D or Parallax Photography and merging techniques (compositing) because those techniques are still rare in the manufacture of commercial advertising especially in Indonesia. Unique design with strong visual depiction is intended to present the image of a company that has a new atmosphere and look.*

*Using lot of animations and effects needed a capable hardware in order to perform the editing process realtime. With three stages, will be produced MindTalk advertisement in accordance with the design. By not using a live video shoot makes this technique over all look like a motion graphic.*

**Keyword:** *MindTalk, Advertising, Parallax, Compositing.*

