

**PEMBUATAN IKLAN BATIK KAYLA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BERBASIS MULTIMEDIA**

Skripsi

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



disusun oleh

Muftiyatin Arifah

10.11.3896

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN BATIK KAYLA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BERBASIS MULTIMEDIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhtiyatin Arifah

10.11.3896

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 24 September 2013

Dosen Pembimbing,



Tony Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN BATIK KAYLA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BERBASIS MULTIMEDIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhtiyatin Arifah

10.11.3896

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 05 Maret 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bambang Sudaryatno, Drs, MM
NIK. 190302029

Andi Sunyoto M.Kom
NIK. 190302052

Tonny Hidayat M.Kom
NIK. 190302182



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 Maret 2014

KETUA STMIK AMKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muftiyatin Arifah

NIM : 10.11.3896

Jurusan : S1 Teknik Informatika

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 secara tertulis menjadi acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 28 Februari 2014

Muftiyatin Arifah
NIM : 10.11.3896

HALAMAN MOTTO

“Kesuksesan berasal dari kemauan yang Kuat ”

“Sholatlah anda sebelum anda disholati”

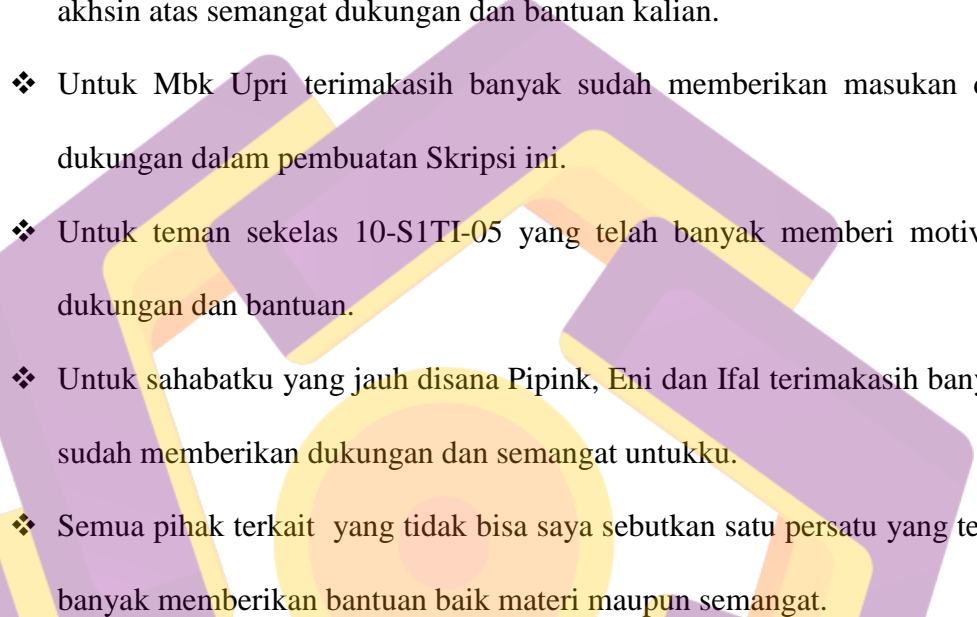
“Kegagalan merupakan awal dari Kesuksesan”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Atas selesainya skripsi ini tentu tidak luput dari bantuan semua pihak. Saya mengucapkan syukur dan banyak terimakasih kepada:

- ❖ Allah SWT yang selalu melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya.
- ❖ Nabi Muhammad SAW sebagai panutan dan penuntun hidupku.
- ❖ Ibu dan Bapak yang dengan sabar dan ikhlas merawat, mendidik, dan memberiku berbagai macam hal, sehingga aku menjadi seperti ini dan memperoleh gelar Sarjana.
- ❖ Terimakasih buat Dosen Pembimbingku, Bapak Tony Hidayat, M.Kom yang bersedia membimbingku dalam penyusunan skripsi. Terimakasih buat dosen pengujiku Pak Bambang dan Pak Andi.
- ❖ Terimakasih Buat Suamiku yang selalu memberikan dukungan yang tiada hentinya dan juga Terimakasih buat Abangku yang selalu memberikan masukan dan semangat dalam pembuatan skripsi ini.
- ❖ Terimakasih untuk Kartika dan MbK Sri Hariatun yang sudah membantu dan bersedia menjadi Objek skripsi saya.
- ❖ Terimakasih untuk crew iklan Batik Kayla Rohana, Ayumi, Fajar, Ngapak, Zulvan dan Anung yang sudah meluangkan waktu untuk membantu dan bersedia menjalani pembuatan Iklan Batik Kayla ini dan juga buat Pak Rosa yang sudah memberikan sebuah masukan terhadap aplikasi iklan ini.
- ❖ Dan terimakasih juga untuk crew “WoluEnem Productions” semangat dan dukungan kalian sangat berarti untukku, kalian sangat luar biasa.

- 
- ❖ Terimakasih buat teman-teman seperjuanganku, terutama Tika, Mega, Nana dan Ariph yang telah banyak membantu saya ketika saya meminta bantuan dan mendukung saya.
 - ❖ Terimakasih untuk teman bimbingan skripsi Pak Tonny, Rohana, handa, akhsin atas semangat dukungan dan bantuan kalian.
 - ❖ Untuk MbK Upry terimakasih banyak sudah memberikan masukan dan dukungan dalam pembuatan Skripsi ini.
 - ❖ Untuk teman sekelas 10-S1TI-05 yang telah banyak memberi motivasi dukungan dan bantuan.
 - ❖ Untuk sahabatku yang jauh disana Pipink, Eni dan Ifal terimakasih banyak sudah memberikan dukungan dan semangat untukku.
 - ❖ Semua pihak terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan baik materi maupun semangat.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat melakukan dan menyusun laporan skripsi dengan judul **“Pembuatan Film Animasi 2d “Piranha” Sebagai Media Hiburan yang Mendidik”** dengan lancar.

Penulisan laporan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan serta saran dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku ketua STMIK “AMIKOM” Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, MT. selaku ketua Jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom yang telah berkenan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
4. Para Dosen dan Staf STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman dan bantuannya selama ini sehingga dapat terselesaikannya pembuatan skripsi ini.

5. Ayahanda dan Ibunda tercinta, terimakasih untuk cintam kasih sayang dan didikannya, serta suamiku dan seluruh keluargaku tercinta yang telah memberikan dukungan moril, materil dan spirit selama ini.
6. Seluruh teman-teman S1 Teknik Informatika kelas 05 angkatan 2010 yang telah banyak memberi motivasi, dukungan dan bantuan.
7. Dan untuk semua pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi, penulisan, maupun pembahasan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penyusun harapkan. Semoga skripsi ini dapat berguna dikemudian hari dan dipergunakan dengan sebaik-baiknya. Akhir kata penyusun ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 06 Maret 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
INTISARI	xix
<i>ABSTRACT</i>	xx
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Tujuan Penelitian	3
1.4.2 Manfaat Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Konsep Dasar Multimedia.....	6
2.1.1 Pengertian Multimedia.....	6
2.1.2 Elemen Multimedia.....	6
2.1.2.1 Teks.....	7
2.1.2.2 Image.....	7

2.1.2.3	Audio.....	8
2.1.2.4	Video.....	8
2.1.2.5	Animation	8
2.1.2.6	Virtual Reality.....	8
2.2	Konsep Dasar Animasi	8
2.2.1	Pengertian Animasi.....	8
2.2.2	Pengertian Animasi Stop Motion.....	9
2.2.3	Jenis Animasi Stop Motion.....	9
2.2.3.1	Claymation.....	9
2.2.3.2	Pixilation.....	9
2.2.3.3	Puppet Animation	9
2.3	Peralatan Dasar Dalam Pembuatan Animasi Stop Motion.....	9
2.3.1	Kamera.....	9
2.3.2	Tripod.....	10
2.3.3	Objek.....	10
2.3.4	Komputer	11
2.3.5	SD Card.....	11
2.3.6	Setting	12
2.4	Konsep Dasar Iklan	13
2.4.1	Pengertian Periklanan Televisi.....	13
2.4.2	Tujuan Periklanan Televisi	13
2.4.2.1	Iklan Informatif.....	13
2.4.2.2	Iklan Persuasif.....	14
2.4.2.3	Iklan Peningat	16
2.4.2.4	Iklan Penambah Nilai.....	17
2.4.2.5	Iklan Bantuan Aktivitas Lain	18
2.5	Strategi Memproduksi Iklan Televisi	19
2.5.1	Tahap Pra Produksi	19
2.5.2	Tahap Produksi	20
2.5.3	Tahap Pasca Produksi	21
2.6	Teknik Dalam Membidikkan Kamera (Shot).....	21
2.6.1	Extreme Close up.....	21

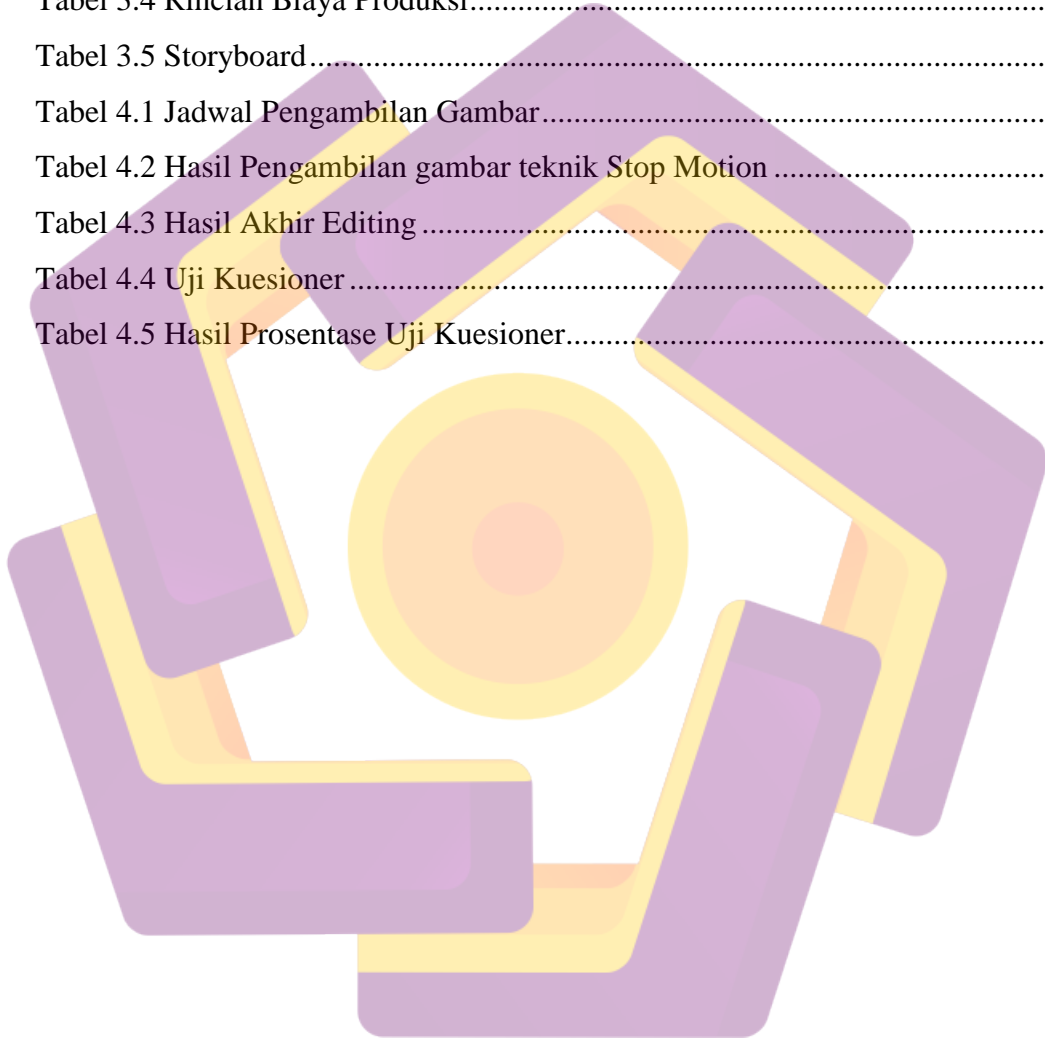
2.6.2	Close Up.....	22
2.6.3	Medium Close Up.....	22
2.6.4	Medium Shot.....	23
2.6.5	Long Shot.....	23
2.6.6	Very Long Shot.....	24
2.6.7	Two Shot dan Group Shot.....	24
2.6.8	Point Of View	25
2.6.9	Cut dan Cut Away.....	25
2.6.10	Interior dan Exterior.....	26
2.7	Standar Video	26
2.7.1	NTSC (National Television Standard Committee)	27
2.7.2	PAL (Phase Alternate Line).....	27
2.7.3	SECAM (Sequential Color and Memory)	27
2.7.4	HDTV (High Definition TV).....	27
2.8	Jenis Penelitian	28
2.8.1	Penelitian Deskriptif (<i>Descriptive Study</i>).....	28
2.9	Jenis dan Sumber Data Penelitian	28
2.10	Desain Pengukuran.....	29
2.10.1	Skala Guttman.....	29
2.11	Syarat Sampel yang Baik	29
2.12	Ukuran Sampel	32
2.13	Teknik – Teknik Pengambilan Sampel	34
2.13.1	Simpel Random Sampling atau Sampel Acak Sederhana	34
2.14	Teknik Pengumpulan Data	35
2.14.1	Teknik Pengumpulan Data dengan Angket atau Kuesioner.....	36
2.15	Software Pembuatan Animasi Stop Motion	38
2.15.1	Adobe Photoshop CS3	38
2.15.2	Adobe After Effect CS4.....	38
2.15.3	Adobe Premiere Pro CS4	39
BAB III	40
ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		40
3.1.	Tinjauan Umum.....	40

3.1.1	Sejarah Batik Kayla	40
3.1.2	Visi dan Misi Batik Kayla.....	44
3.2.	Tahapan Analisis	44
3.2.1	Analisis SWOT	45
3.2.1.1	Stregh (Kekuatan)	45
3.2.1.2	Weekness (Kelemahan).....	45
3.2.1.3	Opportuniess (Kesempatan).....	46
3.2.1.4	Threattness (Ancaman)	46
3.2.2	Analisis Kebutuhan Sistem	46
3.2.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware)	47
3.2.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak (Software)	47
3.2.2.3	Kebutuhan Sumber Daya Manusia (Brainware)	48
3.3.	Analisis Kelayakan Sistem	48
3.3.1	Kelayakan Teknologi	48
3.3.2	Kelayakan Operasional	49
3.3.3	Kelayakan Hukum.....	49
3.3.4	Kelayakan Ekonomi.....	50
3.4.	Perancangan Pembuatan Iklan.....	51
3.4.1	Tahap Pra produksi	51
3.4.1.1	Ide cerita.....	51
3.4.1.2	Tema	51
3.4.1.3	Sinopsis	51
3.4.1.4	Naskah.....	52
3.4.1.5	Perancangan Storyboard	54
BAB IV	59
PEMBAHASAN	59
4.1	Tahap Produksi.....	59
4.2.1	Pemilihan Karakter	59
4.2.2	Penyusunan Jadwal dan Penentuan Lokasi	60
4.2.3	Tata Cahaya	61
4.2.4	Tata Kostum.....	62
4.2.5	Tata Rias	62

4.2.6	Tata Suara	63
4.2.7	Proses Setting Kamera	63
4.2.8	Pengambilan Gambar	63
4.2	Tahap Pasca Produksi	70
4.2.1	Pemindahan Data (<i>Capturing</i>)	70
4.2.2	Pengolahan Hasil Pengambilan Gambar	71
4.3	Pembuatan Master dan Copies	90
4.4	Hasil Akhir Editing	91
4.5	Pengujian Sistem	93
4.5.1	Uji Kuesioner	93
4.5.2	Hasil Tanggapan Responden	94
BAB V	95
PENUTUP	95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	47
Tabel 3.2 Kelayakan Teknologi	48
Tabel 3.3 Kelayakan Hukum.....	49
Tabel 3.4 Rincian Biaya Produksi.....	50
Tabel 3.5 Storyboard.....	54
Tabel 4.1 Jadwal Pengambilan Gambar.....	61
Tabel 4.2 Hasil Pengambilan gambar teknik Stop Motion	64
Tabel 4.3 Hasil Akhir Editing	91
Tabel 4.4 Uji Kuesioner	93
Tabel 4.5 Hasil Prosentase Uji Kuesioner.....	94

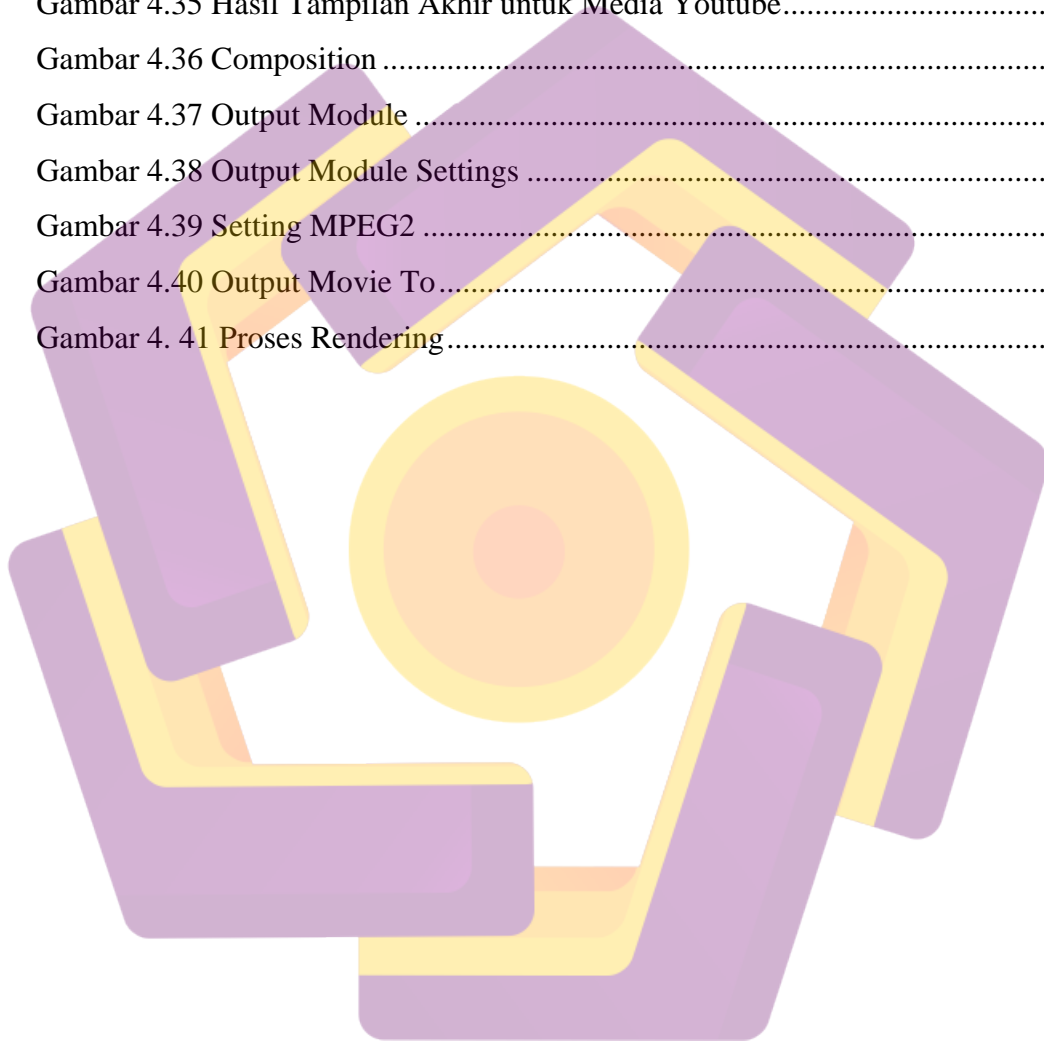


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Elemen Multimedia	7
Gambar 2.2. Kamera	10
Gambar 2.3. Tripod.....	10
Gambar 2.4 Objek.....	11
Gambar 2.5 Komputer.....	11
Gambar 2.6 SD Card.....	12
Gambar 2.7 Setting.....	12
Gambar 2.8 Iklan Shampo Clear yang Bersifat Informatif	14
Gambar 2.9 Iklan Kodak yang Bersifat Persuasif.....	15
Gambar 2.10 Iklan Nike ‘Tag’ Merupakan contoh Iklan Peningkat.....	16
Gambar 2.11 Iklan Intel Inside Pentium 4 Merupakan Contoh Iklan Penambah Nilai.....	17
Gambar 2.12 Iklan Volvo Merupakan Iklan Bantuan Aktivitas Lain.....	18
Gambar 2.13 Contoh Extream Close Up.....	21
Gambar 2.14 Contoh Close Up	22
Gambar 2.15 Contoh Medium Close Up	22
Gambar 2.16 Contoh Medium Shot	23
Gambar 2.17 Contoh Long Shot	23
Gambar 2.18 Contoh Very Long Shot	24
Gambar 2.19 Contoh Two Shot	24
Gambar 2.20 Contoh Point Of View.....	25
Gambar 2.21 Kamera dibidik saat wanita memetik buah kemudian cut.....	25
Gambar 2.22 Tampilan wanita memegang buah.....	26
Gambar 2.23 Tampilan wanita memakan buah.....	26
Gambar 2.24 Adobe Photoshop CS3	38
Gambar 2.25 Adobe After Effect CS4	39
Gambar 2.26 Adobe Premier Pro CS4	39
Gambar 3.1 Contoh Batik Pakain Wanita.....	41
Gambar 3.2 Contoh Batik Pakain Pria	42

Gambar 3.3 Contoh Batik Sarimbit atau Batik Pasangan Pria dan Wanita	43
Gambar 3.4 Contoh Batik Anak – Anak	43
Gambar 4.1 Tokoh 1	59
Gambar 4.2 Tokoh 2	60
Gambar 4.3 Tokoh 3	60
Gambar 4.4 Tata Cahaya.....	61
Gambar 4.5 Tata Kostum.....	62
Gambar 4.6 Tata Rias.....	62
Gambar 4.7 Proses Pengambilan Gambar.....	64
Gambar 4.8 Proses mem – Paste File Gambar Iklan.....	71
Gambar 4.9 Mengatur Size Foto dengan Cara Cepat.....	72
Gambar 4.10 Image Processor	73
Gambar 4.11 New Project.....	73
Gambar 4.12 Penyimpanan New Project Adobe Premier Pro CS4	74
Gambar 4.13 Pengaturan Video Adobe Premier.....	74
Gambar 4.14 Proses Import File JPG pada Adobe Premiere Pro	75
Gambar 4.15 Proses Penyusunan File JPG pada Adobe Premiere Pro.....	76
Gambar 4.16 Proses menambah Sequence baru	76
Gambar 4.17 Drag and Drop Sequence 1 ke Sequence 2.	77
Gambar 4.18 Proses mengatur Speed atau Durasi	77
Gambar 4.19 Clip Speed / Durasi	78
Gambar 4.20 Proses Menyusun Audio	78
Gambar 4.21 Cutting Audio.....	79
Gambar 4.22 Membuat Buble di Adobe Photoshop CS3	80
Gambar 4.23 Menambahkan Tulisan di Buble	80
Gambar 4.24 New Project.....	81
Gambar 4.25 Composition Setting Adobe After Effect CS4.....	81
Gambar 4.26 Import Adobe Premier ke Adobe After Effect.....	82
Gambar 4.27 Import Premier Pro Sequence	82
Gambar 4.28 Import GambarBuble ke Adobe After Effect.....	83
Gambar 4.29 Import File.....	83

Gambar 4.30 Proses Import Pada Timeline	84
Gambar 4.31 Mengatur Transfrom pada Gambar	85
Gambar 4.32 Menambahkan Adobe Photoshop di Adobe After Effect.....	85
Gambar 4.33 Save Layered File As	86
Gambar 4.34 Hasil Tampilan Akhir untuk Media Televisi.....	86
Gambar 4.35 Hasil Tampilan Akhir untuk Media Youtube.....	87
Gambar 4.36 Composition	88
Gambar 4.37 Output Module	88
Gambar 4.38 Output Module Settings	89
Gambar 4.39 Setting MPEG2	89
Gambar 4.40 Output Movie To.....	90
Gambar 4. 41 Proses Rendering.....	90



INTISARI

Batik merupakan ekspresi budaya yang memiliki simbol yang unik dan memiliki nilai yang tinggi bagi masyarakat Indonesia. Dari keunikan batik itulah Indonesia memiliki karakter tersendiri yang membedakan dengan bangsa lain. Batik juga memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia sebagai salah satu penopang kekuatan ekonomi rakyat. Dan ketika Educational Scientific and Cultural Organisasi (UNESCO) telah ditetapkan pada hari Jumat tanggal 2 Oktober tahun 2009 batik sebagai warisan budaya milik Indonesia.

Dari fakta diatas batik memiliki keuntungan, batik meningkatkan kepercayaan diri, batik merupakan salah satu pakaian yang merakyat, Salah satu media dalam penyampaian yang akan membantu untuk lebih mengenal Batik Indonesia kebangsa lain adalah dengan perkembangan multimedia saat ini. Di toko “Batik Kayla” ini periklanan masih menggunakan media jaringan sosial. Maka disinilah dibuatkan iklan dengan secara menarik dengan menggunakan konsep Stop Motion. Dengan adanya multimedia periklanan Batik ini akan memudahkan pemasaran produk yang lebih efektif.

Iklan ini bertujuan untuk menggambarkan kepada seluruh Indonesia untuk lebih mencintai produk sendiri yaitu Batik. Sehingga masyarakat Indonesia membantu melestarikan batik dikalangan remaja, karna Batik masih tidak dipedulikan dan dianggap kuno oleh masyarakat, padahal kenyataannya tidak demikian.

Keywords : Periklanan, Pemasaran, multimedia, Batik

ABSTRACT

Batik is a cultural expression that has a unique symbol and has a high value for the Indonesian people. Of the uniqueness of this Indonesian batik has its own character that differentiates it from other nations. Batik also plays an important role in the Indonesian economy as one of the pillars of economic power of the people. And when Scientific Educational and Cultural Organization (UNESCO) has been set on Friday October 2, 2009 batik as Indonesia's cultural heritage.

From the above facts batik has its advantages, increased confidence batik, batik clothing populist, elegant batik and batik clothes became one. One of the media in the delivery of which will help to better understand another nation of Batik Indonesia is the development of the current multimedia. In the shop "Batik Kayla" is still advertising using social networking media. So this is where the ads made it interesting by using the concept of Stop Motion. With the multimedia advertising Batik will facilitate a more effective product marketing.

This ad is intended to illustrate to all of Indonesia to love the product itself is Batik. So that the people of Indonesia to help preserve batik among adolescents, because Batik is generally ignored by the ancient people, when in fact they are not.

Keywords: Advertising, Marketing, multimedia, Batik