

**ANALISIS DAN PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TELEVISI
DENGAN PENGGABUNGAN TEKNIK MOTION GRAPHIC
DAN LIVE SHOOT PADA MUSEUM SANDI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Lisa Dinda Yunita

13.11.6960

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TELEVISI
DENGAN PENGGABUNGAN TEKNIK MOTION GRAPHIC
DAN LIVE SHOOT PADA MUSEUM SANDI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Lisa Dinda Yunita

13.11.6960

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TELEVISI
DENGAN PENGGABUNGAN TEKNIK MOTION GRAPHIC
DAN LIVE SHOOT PADA MUSEUM SANDI
YOGYAKARTA**

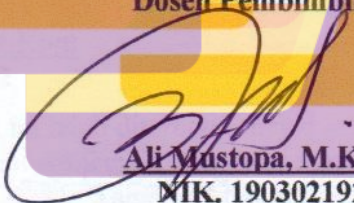
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Lisa Dinda Yunita

13.11.6960

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 2 Mei 2016

Dosen Pembimbing,


Ali Mustopa, M.Kom
NIK. 190302192

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TELEVISI
DENGAN PENGGABUNGAN TEKNIK MOTION GRAPHIC
DAN LIVE SHOOT PADA MUSEUM SANDI**

YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Lisa Dinda Yunita

13.11.6960

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 November 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Ferry Wahyu Wibowo, S.Si., M.Cs
NIK. 190302235

Ali Mustopa, M.Kom
NIK. 190302192

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 2 Desember 2016

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, 20 November 2016



Lisa Dinda Yunita

NIM. 13.11.6960

MOTTO

“Man Jadda Wajada”

“Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil”

“Man Shabara Zhafira”

“Siapa yang bersabar pasti beruntung”

“Man Sara Ala Darbi Washala”

“Siapa yang menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan”

*“Sungguh bersama kesukaran dan keringanan. Karna itu bila kau telah selesai
(mengerjakan yang lain) Dan kepada Tuhan, berharaplah”*

(Q.S Al Insyirah : 6-8)

“Orang yang paling aku sukai, adalah dia yang menunjukkan kesalahanku.”

(umar Bin Khattab)

*“Hidup adalah bagaimana cara membahagiakan orang lain, bukan bagaimana
dibahagiakan orang lain”*

(Lisa Dinda Yunita – 2016)

*“Percayalah dengan apa yang kamu lihat, bukan dengan apa yang kamu dengar,
karena setiap orang memiliki cara yang berbeda dalam penyampaianya”*

(Lisa Dinda Yunita – 2016)

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT serta sholawat dan salam selalu tercurah kepada Rasulullah SAW. Saya persembahkan skripsi ini untuk :

- ❖ Ibu tercinta, Mujianti yang tak henti-hentinya mendoakan, merawat serta membesarkan saya dengan penuh kasih sayang.
- ❖ Bapak tersayang, Alm. Bambang Trismanto yang selalu menyemangati dan memotivasi agar anak-anaknya menjadi pribadi yang lebih baik serta selalu beriman kepada-Nya.
- ❖ Keluarga tersayang, Winda Nova, Salsabela Allam, Mak Slamet, dan Athhaya Carissa yang tak henti-hentinya menyemangati dan mendoakan saya.
- ❖ Sahabat-sahabat yang telah banyak membantu saya, Annisa Alfi, Milawati, Ira Widyaninggar, Agustina Kristinatasari, Dono Catur, M.Naufal, Ahmad Iwan Fadli, Ali Maksum, Toto Indriyatmoko, Mohammad Santosa Mulya Diningrat, Farid, dan komunitas GANA yang selalu mendukung saya.
- ❖ Teman – teman 13-S1-TI-03 dan satu angkatan STMIK Amikom yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
- ❖ Dosen Pembimbing Bapak Ali Mustopa, M.Kom yang telah membimbing dan mengarahkan dalam pembuatan skripsi ini.
- ❖ Dosen penguji Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom dan Bapak Ferry Wahyu Wibowo, S.Si., M.Cs.
- ❖ Guru dan Dosen yang telah memberikan banyak ilmu hingga sampai saat ini.
- ❖ Pihak Museum Sandi Yogyakarta yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.

TERIMA KASIH ...

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis dan Perancangan Media Promosi Televisi dengan Penggabungan Teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* pada Museum Sandi Yogyakarta**”.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat kelulusan program Strata-1 di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

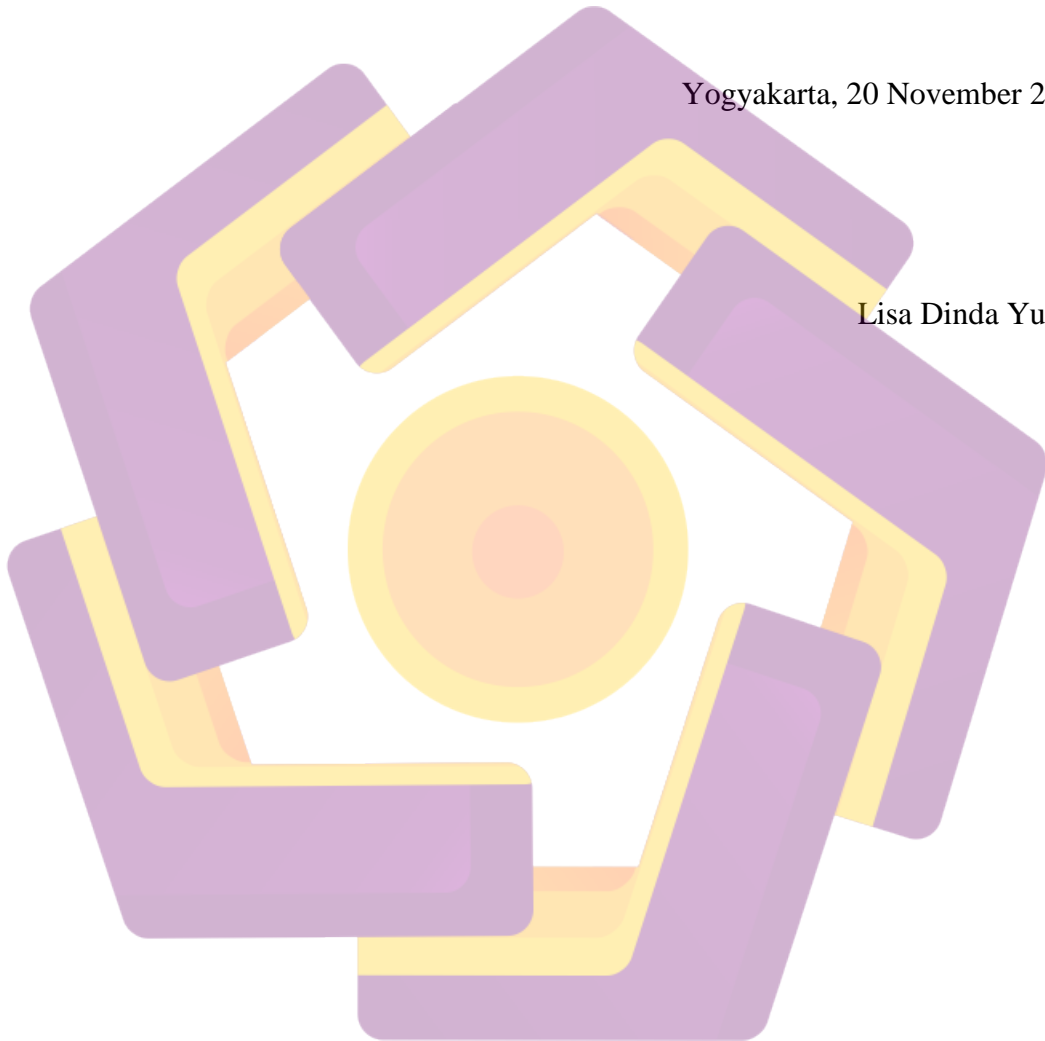
Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan dorongan moril maupun spiritual dan juga bimbingan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, MT selaku ketua jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Ali Mustopa, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan bagi penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Seluruh dosen staff maupun karyawan STMIK AMIKOM Yogyakarta.
5. Kedua orang tua saya dan keluarga.
6. Bapak Irawan Haris Wibawa selaku Kepala Pengurus Museum Sandi Yogyakarta, serta semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu. Terimakasih.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa pembuatan skripsi ini kurang dari sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 20 November 2016

Lisa Dinda Yunita



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
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 Latar belakang	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
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Analisis Data	5
1.6.3 Metode Perancangan	5
1.6.4 Metode Pengambilan Gambardan Editing	5
1.6.5 Motode Implementasi	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Iklan	10

2.2.1	Pengertian Periklanan	10
2.2.2	Sejarah Iklan	11
2.2.3	Jenis-jenis Iklan	11
2.2.4	Iklan Layanan Masyarakat	12
2.2.4.1	Kriteria Iklan Layanan Masyarakat	13
2.2.5	Fungsi-Fungsi Iklan	13
2.2.6	Durasi Iklan	14
2.3	Proses Pembuatan Iklan	15
2.3.1	Memproduksi Iklan Televisi	15
2.3.1.1	Tahap Praproduksi	15
2.3.1.2	Tahap Produksi	16
2.3.1.3	Tahap Pascaproduksi	17
2.3.2	Mengenali Khalayak Sasaran	18
2.3.3	Penetapan Tujuan Pemasangan Iklan	19
2.3.4	Penyusunan Naskah Iklan	20
2.4	Konsep Dasar Multimedia	21
2.4.1	Sejarah Multimedia	21
2.4.2	Pengertian Multimedia	22
2.4.3	Elemen-Elemen Multimedia	23
2.4.3.1	Text	23
2.4.3.2	Picture	24
2.4.3.3	Audio	25
2.4.3.4	Video	25
2.4.3.5	Animasi	26
2.4.4	Perkembangan Multimedia	26
2.5	Pengertian <i>Live Shoot</i>	27
2.6	Pengertian <i>Motion Graphic</i>	28
2.6.1	Teknik <i>FlyThrough</i>	28
2.7	Perangkat Lunak Yang Digunakan	29
2.7.1	<i>Adobe After Effect CS 6</i>	29
2.7.2	<i>Adobe Premiere Pro CC</i>	29

2.7.3	<i>Adobe Illustrator CS 6</i>	30
2.7.4	<i>Auda City</i>	30

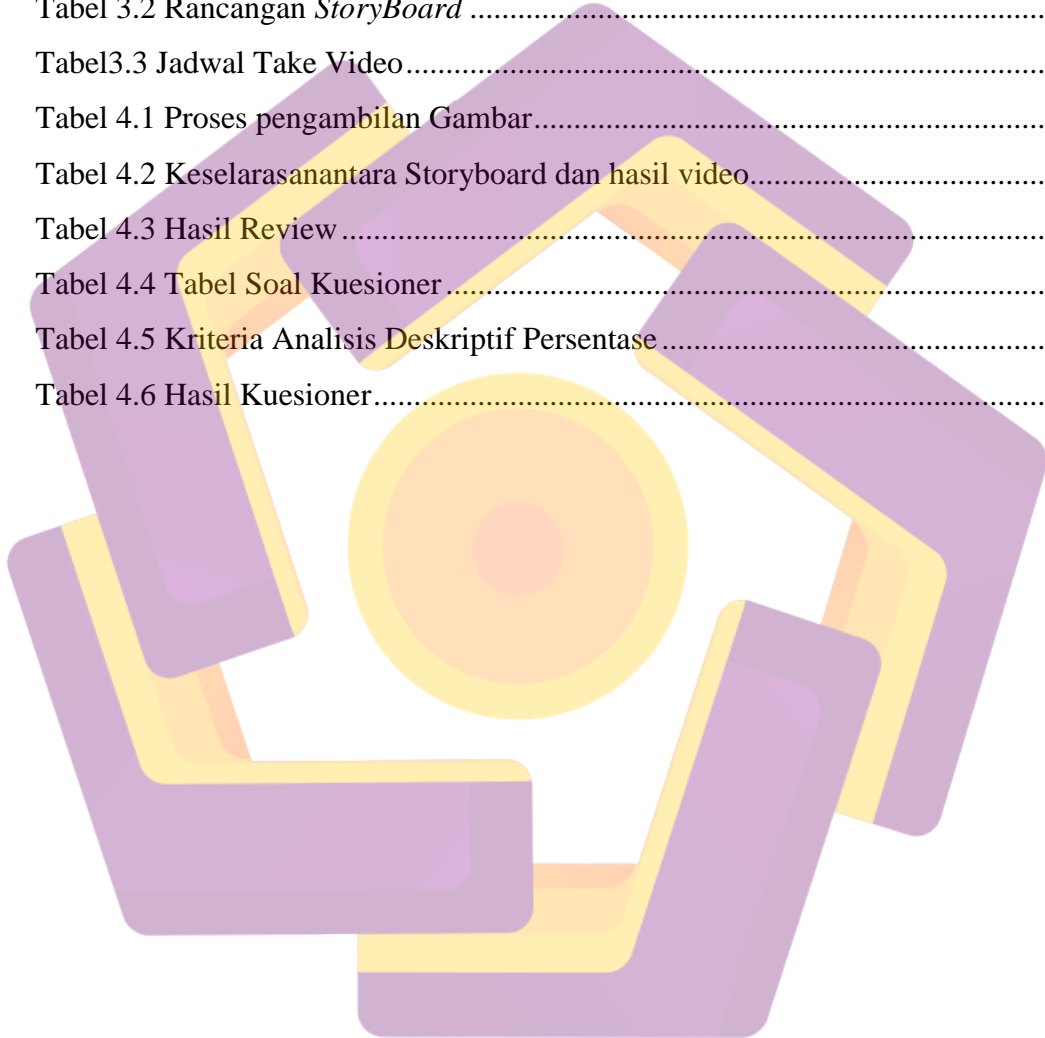
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

3.1	Tinjauan Umum	31
3.1.1	Gambaran Umum Museum Sandi Yogyakarta	31
3.1.2	Visi dan Misi	33
3.1.3	Logo	34
3.1.4	Arti Dan Makna Logo Museum Sandi	34
3.1.5	Manajemen Lembaga	35
3.2	Analisis Sistem	35
3.2.1	Analisis SWOT	35
3.2.1.1	Strength (Kekuatan)	36
3.2.1.2	Weakness (Kelemahan)	36
3.2.1.3	Opportunity (Peluang)	37
3.2.1.4	Threats (Ancaman)	37
3.3	Analisis Kebutuhan Sistem	39
3.3.1	Analisis Kebutuhan Informasi	39
3.3.2	Kebutuhan Perangkat Lunak	39
3.3.2.1	Microsoft Windows 10	40
3.3.2.2	Adobe Premiere Pro CC 2015	40
3.3.2.3	Adobe After Effects CS6	40
3.3.2.4	Adobe Illustrator CS6	40
3.3.2.5	Auda City	41
3.3.3	Kebutuhan Perangkat Keras	41
3.3.4	Kebutuhan <i>Branware</i>	42
3.4	Perancangan Iklan	42
3.4.1	Rancangan Konsep Iklan	42
3.4.2	Rancangan Naskah Iklan	43
3.4.3	Rancangan <i>Story Board</i>	45
3.4.4	Jadwal <i>Take Video</i>	48
3.5	Implementasi Iklan	49

3.5.1	Media Penyampaian Iklan	49
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		
4.1	Implementasi.....	51
4.2	Proses Pembuatan Iklan	51
4.2.1	Tahap Produksi	52
4.2.1.1	Perlengkapan Shooting	53
4.2.1.2	Penataan Cahaya.....	57
4.2.1.3	Pengaturan Kamera.....	57
4.2.1.4	Proses Pengambilan Gambar	58
4.2.1.5	Perekaman Suara	61
4.3	Tahap Pasca Produksi	61
4.3.1	Manajemen File.....	62
4.3.2	Editing	63
4.3.2.1	Editing Grafis.....	64
4.3.2.2	Proses Pengeditan Suara	65
4.3.2.3	Proses <i>Compositing</i> dan Pengeditan Video	67
4.3.2.4	<i>Motion Graphic</i>	72
4.3.3	Rendering	75
4.3.3.1	Tampilan Hasil Render	77
4.3.4	Matering	79
4.3.5	Testing	80
4.4	Implementasi Pengujian.....	81
4.4.1	Uji Kuesioner	81
4.4.2	Teknik Analisis Data	83
4.4.3	Pembahasan Pengujian.....	85
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian.....	7
Tabel 3.1 Tabel Strategianalisis SWOT.....	38
Tabel 3.2 Rancangan <i>Storyboard</i>	45
Tabel 3.3 Jadwal Take Video.....	48
Tabel 4.1 Proses pengambilan Gambar.....	58
Tabel 4.2 Keselarasanantara Storyboard dan hasil video.....	77
Tabel 4.3 Hasil Review	81
Tabel 4.4 Tabel Soal Kuesioner.....	82
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskriptif Persentase.....	84
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Museum Sandi Yogyakarta	32
Gambar 3.2 Logo Museum Sandi	34
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Museum Sandi.....	35
Gambar 4.1 Kegiatan Implementasi.....	51
Gambar 4.2 Proses Kegiatan Produksi.....	52
Gambar 4.3 Kamera Nikon D5100	54
Gambar 4.4 Lensa Fix 50 mm f 1.8	54
Gambar 4.5 Lensa Wide 11-18 mm f2.8.....	55
Gambar 4.6 Action Camp Xiaomi Yi	55
Gambar 4.7 Tripod.....	56
Gambar 4.8 Memory	56
Gambar 4.9 Survey Lokasi.....	57
Gambar 4.10 HasilPerekamanSuara.....	61
Gambar 4.11 Manajemen File Keseluruhan.....	62
Gambar 4.12 File Manajemen File Video.....	63
Gambar 4.13 Manajemen File Motion Graphic	63
Gambar 4.14 Manajemen File Story Board	63
Gambar 4.15 AlurPembuatan Video Museum Sandi Yogyakarta	64
Gambar 4.16 Membuat Karakter Untuk Motion Graphic di Adobe Illustrator	65
Gambar 4.17 Pengaturan Bass and Treble	66
Gambar 4.18 Pengaturan Echo.....	67
Gambar 4.19 Pengaturan Pitch.....	67
Gambar 4.20 Pengaturan Sequence Setting	68
Gambar4.21 Razol Tools	69
Gambar 4.22 Proses Penambahan Efek	70
Gambar 4.23 Membuat Adjustment Layer.....	72
Gambar 4.24 Pemberian Effect dengan Adjustment Layer.....	72
Gambar 4.25 Sebelum dan SesudahColoring.....	72
Gambar 4.26 Membuat Composition Baru	73

Gambar 4.27 Proses Pembuatan <i>Motion Graphics</i>	75
Gambar 4.28 Tampilan Rendering untuk <i>Motion Graphics</i>	75
Gambar 4.29 Pengaturan Rendering	76
Gambar 4.30 Proses Rendering.....	77
Gambar 4.31 Hasil Akhir Editing	80



INTISARI

Museum Sandi Yogyakarta merupakan museum pertama di dunia yang mengoleksi benda-benda dan peralatan untuk mengirimkan pesan rahasia. Museum yang berada di Jalan Faridan M. Noto 21, Kota Baru Yogyakarta ini membutuhkan sebuah media promosi sebagai upaya meningkatkan jumlah wisatawan agar lebih dikenal di masyarakat luas. Karena selama ini, sepiunya pengunjung dan minimnya kepedulian masyarakat berkunjung ke museum menjadi masalah yang cukup penting bagi museum.

Dalam perancangan iklan ini, digunakan metode pengumpulan data, analisis, serta perancangan iklan. Pengambilan gambar pada iklan Museum Sandi menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphics*, dua teknik digabungkan agar lebih meningkatkan daya tarik iklan. Pembuatan iklan televisi Museum Sandi menggunakan software *Adobe Illustrator CS6*, *Adobe After Effect CS6*, dan *Adobe Premiere Pro CC*.

Dengan media televisi diharapkan mampu menarik minat wisatawan lebih banyak lagi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah iklan televisi yang akan ditayangkan pada salah satu stasiun TV lokal di Yogyakarta.

Kata kunci : Museum, Iklan televisi.

ABSTRACT

Yogyakarta Sandi Museum is the first museum in the world who collect objects and equipment to send secret messages. Museum is located at Jalan Faridan M. Noto 21, New Town Yogyakarta requires a media campaign as an effort to increase the number of tourists to be more widely known in the community. Because of all this, lonely visitors and the lack of community care to visit the museum becomes a significant problem for the museum.

In designing this ad, used methods of data collection, analysis, and design of advertising. Filming on the advertisement Sandi Museum using techniques Live Shoot and Motion Graphics, two techniques are combined in order to further enhance the attractiveness of advertising. Sandi Museum manufacture of television commercials use Adobe Illustrator CS6, Adobe After Effects CS6 and Adobe Premiere Pro CC.

With the television media is expected to attract more tourists. The end result of this research is the television ads that will be aired on a local TV station in Yogyakarta.

Keywords: *Museum and Advertising.*