

**MEDIA PROMOSI IKLAN TELEVISI BAKPIA PATHOK 25 YOGYAKARTA
MENGUNAKAN PENGGABUNGAN LIVE SHOOTING
DAN TEKNOLOGI 3D**

SKRIPSI



disusunoleh

Haris Yuliantoro

08.12.3296

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2013**

**MEDIA PROMOSI IKLAN TELEVISI BAKPIA PATHOK 25 YOGYAKARTA
MENGUNAKAN PENGGABUNGAN LIVE SHOOTING
DAN TEKNOLOGI 3D**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Haris Yuliantoro

08.12.3296

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2013**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**MEDIA PROMOSI IKLAN BAKPIA PATHOK 25 YOGYAKARTA
MENGUNAKAN PENGGABUNGAN LIVE SHOOTING DAN
TEKNOLOGI 3D**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Haris Yuliantoro

08.12.3296

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 08 November 2011

Dosen Pembimbing,



Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom

NIK. 190302047

PENGESAHAN

SKRIPSI

**MEDIA PROMOSI IKLAN BAKPIA PATHOK 25 YOGYAKARTA
MENGUNAKAN PENGGABUNGAN LIVE SHOOTING DAN
TEKNOLOGI 3D**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Haris Yuliantoro

08.12.3296

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 15 Juli 2013

Susunan Dewan Penguji

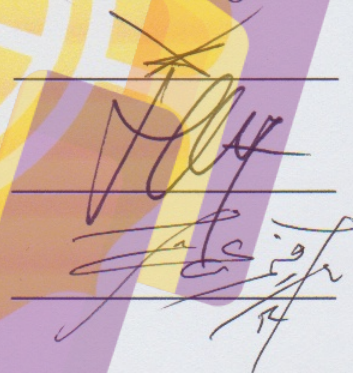
Nama Penguji

Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom
NIK. 190302047

Hanif Al Fatta, M.Kom
NIK. 190302096

Ferry Wahyu Wibowo, S.Si, M.Cs
NIK. 190302207

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 09 September 2013

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



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

PERNYATAAN KEASLIAN

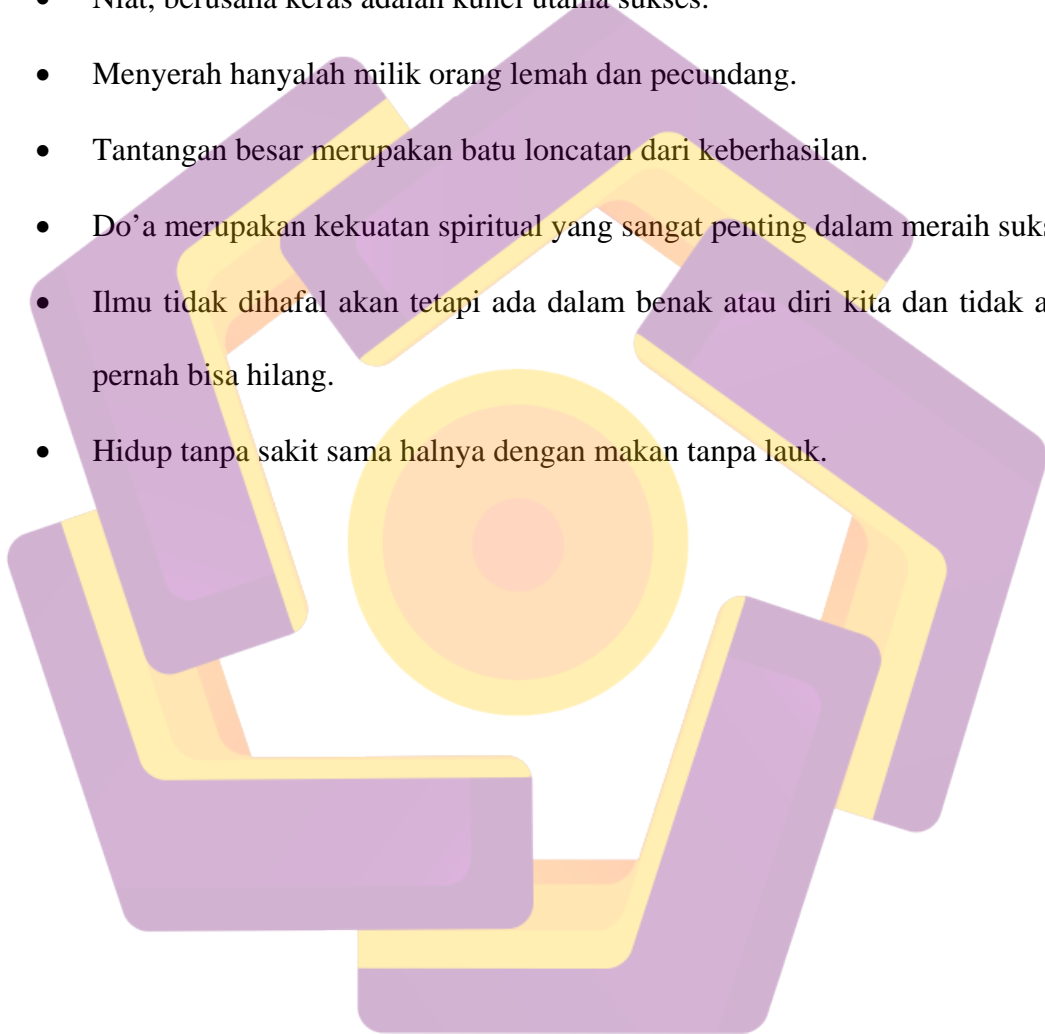
Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, Skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu institusi pendidikan manapun, dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis mengacu dalam literature naskah ini dan disebutkan dalaam daftar pustaka.

Yogyakarta, 5 September 2013

HarisYuliantoro
NIM. 08.12.3296

MOTTO

- Bangun dari kemalasan tumbuhkan sikap berjuang demi tercapainya tujuan.
- Niat, berusaha keras adalah kunci utama sukses.
- Menyerah hanyalah milik orang lemah dan pecundang.
- Tantangan besar merupakan batu loncatan dari keberhasilan.
- Do'a merupakan kekuatan spiritual yang sangat penting dalam meraih sukses.
- Ilmu tidak dihafal akan tetapi ada dalam benak atau diri kita dan tidak akan pernah bisa hilang.
- Hidup tanpa sakit sama halnya dengan makan tanpa lauk.



PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang selama ini memberiku motivasi, do'a, semangat, dukungan baik materi ataupun non materi secara penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sarjana ini.
2. Adikku Nicky Lintang P yang selalu menyemangatiku dan menghiburku selalu.
3. Keluarga besarku yang selama ini memberikan do'a dan semangat.
4. Bapak Arlen Sanjaya selaku pimpinan Bakpia Pathok 25 Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian.
5. Anggota PES Ms.Ejoth, Sir A Gufron, Made Mendes yang selalu memberikan semangat dan sharing ilmunya selama ini. Matur Tsengsu Men 😊
6. Pak.Ketu Andri Hartono, Bunda Maya Zonic dan "Gondes" Tirta yang senantiasa membantu dan mensupport selalu.
7. Teman-Teman KOST RIRA 17 yang selalu membantu dan menyemangati agar skripsi ini segera lekas diselesaikan.
8. Keluarga Besar S1-SI-08 yang berjuang bersama,suatu kebanggan bisa satu kelas sama kalian.
9. Teman-teman kontrakan Yuda, Koni, Amri, Oni, Al, Jalil, Mahmud, Fawzi serta teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, dan yang selalu memberiku semangat dan hiburan.
10. Teman-teman Matra Adiguna dan teman mancing yang selalu memberikan kesenangan tersendiri.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat, karunia serta anugerah yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Media Promosi Iklan Televisi Bakpia Pathok 25 Yogyakarta Menggunakan Penggabungan *Live Shooting* Dan Teknologi 3D”.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian pembuatan skripsi, yaitu :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah menuntun dan memberikan pelajaran banyak pada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Ayah dan ibu tercinta dan teman-teman yang selalu mendukungku dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga saran dan kritik yang bersifat membangun penulis bisa penulis jadikan acuan dan bisa menjadikan skripsi ini lebih baik lagi. Semoga skripsi ini berguna baik bagi penulis secara pribadi dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 05 September 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	5
1.6 Metodologi Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Dasar Informasi	8
2.1.1 Siklus Informasi	8
2.1.2 Kualitas Informasi	9
2.1.3 Nilai Informasi	10
2.2 Konsep Dasar Multimedia	10
2.2.1 Pengertian Multimedia	10
2.2.2 Objek-objek Multimedia	11
2.3 Konsep Dasar Animasi	13

2.3.1 Pengertian Animasi	13
2.3.2 Jenis Animasi	14
2.3.3 Perkembangan Dunia Desain 3D	15
2.4 Konsep Dasar Iklan	16
2.4.1 Definisi Iklan	16
2.4.2 Tipe Iklan	16
2.4.3 Sejarah Periklanan Televisi	17
2.5 Periklanan dan Manajemen Periklanan	17
2.5.1 Tujuan Periklanan	19
2.5.2 Anggaran Periklanan	20
2.5.3 Keputusan Pesan	21
2.5.3.1 Strategi Kreatif	22
2.5.3.2 Daya Tarik Pesan	23
2.5.3.3 Gaya Dalam Mengeksekusi Pesan	24
2.5.3.4 Kata dan Format dalam Mengeksekusi Iklan	26
2.5.4 Keputusan Memilih Media	27
2.5.5 Evaluasi Kampanye Periklanan	27
2.6 Kekuatan Iklan Televisi	28
2.7 Elemen-Element Iklan Televisi	30
2.8 Perancangan dan Produksi Iklan Televisi	31
2.9 Perangkat Lunak Yang Digunakan	34
2.9.1 Autodesk Maya 2009	34
2.9.2 Adobe Premier Pro CS3	35
2.9.3 Adobe After Effect CS3	35
2.9.4 Adobe Soundbooth CS3	36
2.9.5 Adobe Photoshop CS3	37
2.10 Analisis SWOT	38

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

3.1.Tinjauan Umum	40
3.1.1. Sejarah Singkat	40
3.1.2. Visi dan Misi	41

3.1.3. Manajemen	41
3.1.4. Legalitas	42
3.2. Analisis Sistem	44
3.2.1. Analisis Masalah	44
3.2.2. Mengidentifikasi Masalah	44
3.2.3. Analisis SWOT	45
3.2.3.1. Strength (faktor kekuatan)	45
3.2.3.2. Weaknesses (faktor kelemahan)	46
3.2.3.3. Opportunities (faktor peluang)	46
3.2.3.4. Threats (faktor ancaman)	46
3.2.4. Analisis Kebutuhan Sistem	48
3.2.4.1. Kebutuhan Perangkat Lunak	48
3.2.4.2. Kebutuhan Perangkat Keras	49
3.2.4.3. Kebutuhan Brainware	49
3.2.5. Studi Kelayakan Sistem	50
3.2.5.1. Studi Kelayakan Teknologi	51
3.2.5.2. Studi Kelayakan Hukum	51
3.2.5.3. Studi Kelayakan Operasional	51
3.2.5.4. Studi Kelayakan Ekonomi	52
3.2.5.4.1. Metode Analisis Biaya dan Manfaat	52
3.2.5.4.2. Analisis Payback Periode	53
3.2.5.4.3. Analisis Return On Investment	54
3.2.5.4.4. Analisis Net Present Value	55
3.3. Perancangan Iklan	57
3.3.1. Ide Cerita	57
3.3.2. Naskah Iklan Televisi	57
3.3.3. Storyboard	59

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

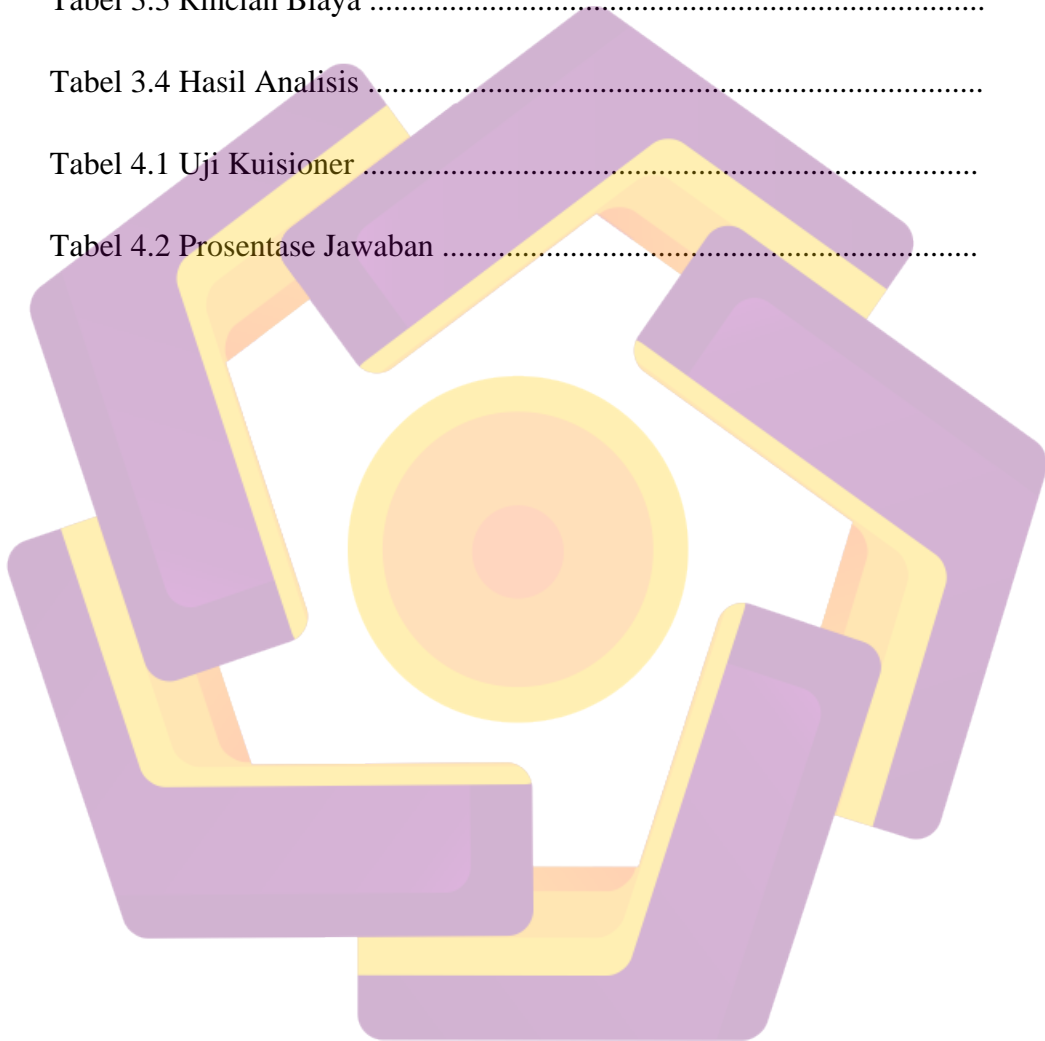
4.1. Tahap Produksi	63
4.1.1. Pembuatan Model dan Teksture	63
4.1.2. Pemberian Animasi Gerakan dan Randerling	68

4.1.3. Pengambilan Gambar atau Video	70
4.2. Proses Editing dan Pasca Produksi	72
4.2.1. Proses Cutting	73
4.2.2. Penambahan Visual Efek	77
4.2.3. Proses Dubbing	81
4.2.4. Mixing dan Randerling	82
4.3. Hasil Tahapan Akhir	85
4.4. Uji Kuisisioner	85
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT	47
Tabel 3.2 Agensi Pembuatan Iklan	50
Tabel 3.3 Rincian Biaya	52
Tabel 3.4 Hasil Analisis	56
Tabel 4.1 Uji Kuisisioner	87
Tabel 4.2 Prosentase Jawaban	88

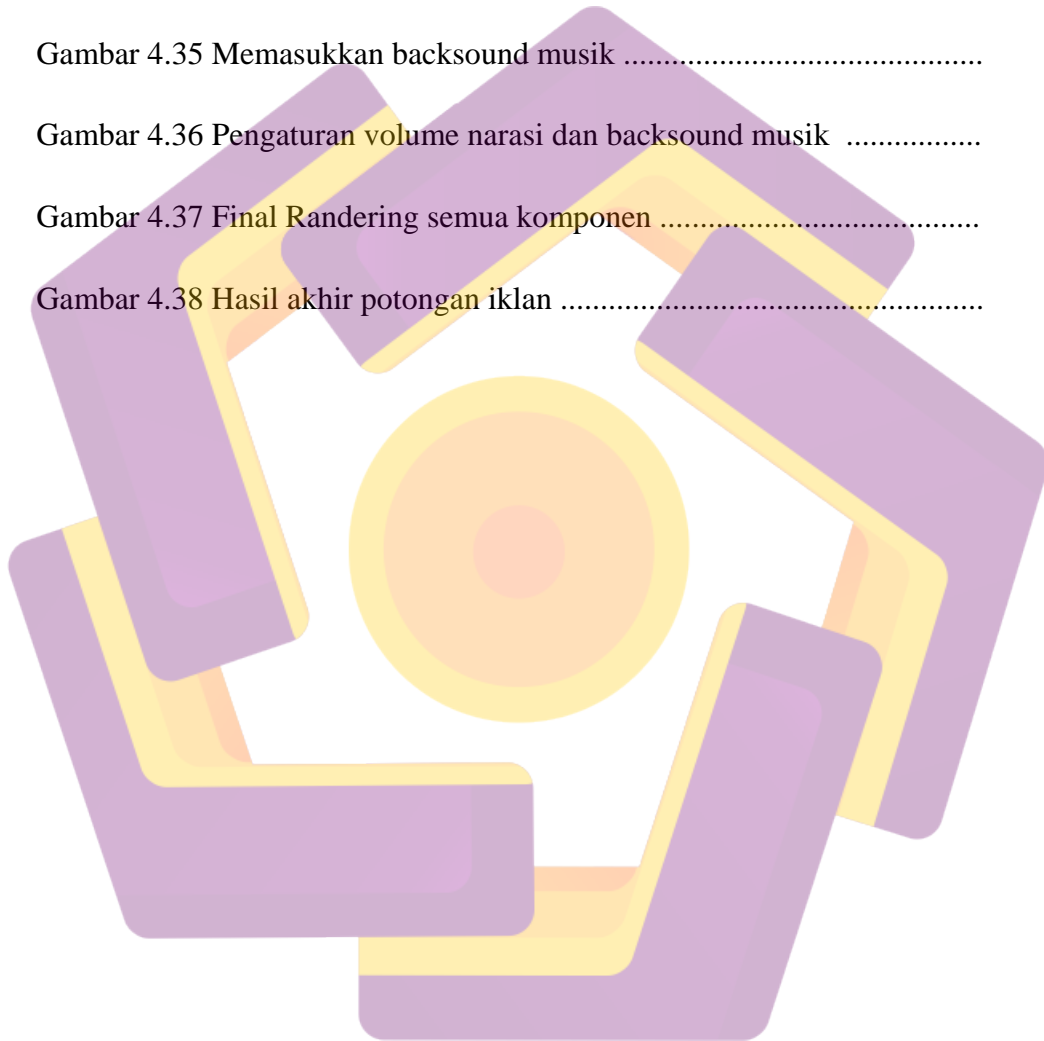


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus Informasi	9
Gambar 2.2 Tahap Proses Manajemen Periklanan	18
Gambar 2.3 Autodesk Maya 2009	34
Gambar 2.4 Adobe Premier Pro CS3	35
Gambar 2.5 Adobe After Effect CS3	36
Gambar 2.6 Adobe Soundbooth CS3	37
Gambar 2.7 Adobe Photoshop CS3	38
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bakpia Pathok 25	41
Gambar 3.2 Denah Lokasi Pabrik Bakpia Pathok 25	43
Gambar 4.1 Pembuatan model bakpia	63
Gambar 4.2 Pembuatan sketch Snapshot	64
Gambar 4.3 Hasil Snapshot dari Autodesk Maya	65
Gambar 4.4 Pengambilan teksture sesuai dengan Snapshot	65
Gambar 4.5 Penyimpanan gambar teksture	66
Gambar 4.6 Pemberian Material	66
Gambar 4.7 Pemilihan file Colour	67
Gambar 4.8 Pencarian gambar teksture	67
Gambar 4.9 Hasil akhir pemberian teksture	68
Gambar 4.10 Pemberian gerakan dengan autokey	68

Gambar 4.11 Setting render	69
Gambar 4.12 Randerling pada Autodesk Maya	70
Gambar 4.13 Live shooting scene aneka rasa	71
Gambar 4.14 Live shooting scene model makan bakpia	71
Gambar 4.15 Live shooting bakpia dihidangkan	72
Gambar 4.16 Tampilan awal Premier Pro CS3	73
Gambar 4.17 Setting kebutuhan standar iklan	74
Gambar 4.18 Memasukan file live shooting	74
Gambar 4.19 Memilih file yang dibutuhkan	75
Gambar 4.20 Proses pemotongan video	75
Gambar 4.21 Proses randerling	76
Gambar 4.22 Penyimpanan hasil render	76
Gambar 4.23 Setting awal After Effect CS3	77
Gambar 4.24 Memasukkan file render dari Autodesk Maya	78
Gambar 4.25 Pembuatan background	78
Gambar 4.26 Memasukkan footage dari Adobe Premier Pro	79
Gambar 4.27 Menambahkan efek pada bakpia	79
Gambar 4.28 Penambahan efek teks	80
Gambar 4.29 Proses render pada After Effect CS3	80
Gambar 4.30 Proses perekaman narasi	81

Gambar 4.31 Editing narasi	81
Gambar 4.32 Penyimpanan hasil recording	82
Gambar 4.33 Setting awal Adobe Premier Pro	82
Gambar 4.34 Memasukkan video dari hasil After Effect	83
Gambar 4.35 Memasukkan backsound musik	83
Gambar 4.36 Pengaturan volume narasi dan backsound musik	84
Gambar 4.37 Final Randerling semua komponen	84
Gambar 4.38 Hasil akhir potongan iklan	85



INTISARI

Iklan merupakan salah satu media promosi periklanan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Dengan perkembangan teknologi yang begitu cepat dan lebih maju membuat perusahaan lebih banyak memiliki pilihan untuk strategi pemasarannya. Salah satunya adalah dengan teknologi 3D yang dapat menarik perhatian konsumen.

Dalam pengumpulan data untuk perancangan iklan 3D. Penulis menggunakan metode pengumpulan data studi kepustakaan dengan mencari buku-buku referensi, membaca teori, catatan kuliah untuk mendapatkan dasar teori penyusunan skripsi. Untuk pengumpulan data mengenai perusahaan metode yang digunakan adalah metode observasi atau mengamati secara langsung dan metode wawancara untuk mendapatkan data secara langsung. Serta konsultasi dengan dosen pembimbing dan sharing dengan teman-teman sesama mahasiswa yang mendalami 3D.

Diharapkan setelah terselesaikannya tugas akhir ini, iklan televisi 3D dapat berguna untuk perusahaan dalam bidang mempromosikan produknya pada konsumen. Dan untuk kedepannya teknologi yang berkembang lebih maju bisa menghemat waktu dalam proses pengerjaannya.

Kata Kunci : Iklan 3D, Perancangan, teknologi.

ABSTRACT

Advertisement is one of promotion media to increase a specific product. Current technology development has touched several aspects in human life. In the implementation, technology is used as a media to help human in daily life. So, it is unsurprisingly if advertisement becomes an essential need for human. Massive technology development makes company has more choices for marketing strategies. One of the most strategies that attracted consumer is 3D technology.

Advertisement is a communication form that is used for communicator in this case a company or supplier to share the information about goods and services to public, especially its consumer through mass media. In collecting the data for 3D advertisement, writer uses library research to find out the appropriate books, references, theories, and personal notes during study process to get base theory for thesis. In case finding out company's data, the method that is used is direct observation and interview to get more actual information. Sharing the ideas to advisor and friends about 3D is becoming an additional effort to make this paper more qualified.

Final purpose of this paper is in the future 3D advertisement in television can be useful for a company to promote their products. The writer also hopes that technology will have a massive development especially for 3D advertisement, so it is not surprisingly if its process can be shortened.

Keywords: *Technology, 3D advertisement, design.*