

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI DISC HOUSE 91
DENGAN KONSEP STOP MOTION
(Studi Kasus: DISC HOUSE 91)**

SKRIPSI



disusun oleh

Mukhlis Ibnu Dwi Nugroho

07.11.1480

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM
YOGYAKARTA
2013**

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI DISC HOUSE 91
DENGAN KONSEP STOP MOTION
(Studi Kasus: DISC HOUSE 91)**

Skripsi

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

Mukhlis Ibnu Dwi Nugroho

07.11.1480

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM
YOGYAKARTA
2013**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI DISC HOUSE 91
DENGAN KONSEP STOP MOTION
(Studi Kasus: DISC HOUSE 91)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Mukhlis Ibnu Dwi Nugroho

07.11.1480

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 11 Maret 2011

Dosen Pembimbing,

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

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI DISC HOUSE 91
DENGAN KONSEP STOP MOTION
(Studi Kasus: DISC HOUSE 91)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Mukhlis Ibnu Dwi Nugroho

07.11.1480

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 11 Februari 2013

Susunan Dewan Penguji

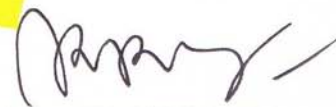

Nama Penguji

Tanda Tangan

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

Dhani Ariatmanto, M.Kom.
NIK. 190302197


Krisnawati, S.Si, MT.
NIK. 190302038



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 25 Februari 2013



KETUA STMIR AMIKOM YOGYAKARTA


Prof. Dr. M. Suvanto, 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, 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.

Yogyakarta, 11 Maret 2011

Mukhlis Ibnu Dwi Nugroho
07.11.1480

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“...Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri....”

(QS. Ar-Ra'd : 11)

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

- Allah S.W.T
- Nabi Muhammad SAW.
- Kedua orang tua Suwardi Adisaputro dan Harum Budiyan yang telah memberikan seluruh pengorbanannya untuk membekali ilmu dan curahan kasih sayang tiada henti. Rasa syukur ini kepada Allah S.W.T karena telah menganugrahan orang tua yang begitu mencintaiku.
- Kakak Haidi Muhtadillah dan adik Andiansi Rahma Susila Putri, terimakasih atas support dan inspirasinya.
- Retno Kurniati yang begitu sabar menasehati, memotivasi, dan menghibur. Terimakasih atas semua kasih sayangnya.
- Andi Antony, Lendy Rahmadi yang selalu support tenaga, pikiran, materi, dll.
- Seluruh teman – teman Iwan Fals, Efriyanto dan semuanya yang tidak bisa disebutin satu per-satu. Terimakasih atas bantuan baik ilmu ataupun materi.
- Seluruh warga STMIK AMIKOM YOGYAKARTA yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya Pak Amir selaku dosen pembimbing yang begitu sabar dalam membimbing.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim

Assalamu'alaykum Wr. Wb.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah S.W.T dan menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, arahan dan bantuan dari dosen pembimbing. Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Strata I di Jurusan Teknik Informatika Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer, STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Seluruh warga STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Bapak Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dan tenaga dengan penuh kesabaran untuk memberikan arahan, bimbingan, dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua Orang Tua yang selalu sabar mendidik kami.
4. Mas Didi dan Adik Andiansi yang selalu memberi motivasi.
5. Lendy Rahmadi yang merelakan kamar kontrakannya menjadi tempat produksi.
6. Andi Antony yang merelakan waktu luang untuk membantu ide dan memotivasi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, kelemahan dan kesempurnaan dalam pembuatan skripsi ini. Karena kesempurnaan hanya milik Allah S.W.T dan tempat diri ini hanyalah tempat khilaf. Oleh karena itu penulis berharap kepada pembaca kritik dan saran yang membangun, agar kedepan skripsi ini bisa lebih bermanfaat.

Demikian laporan skripsi ini penulis susun, semoga dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan mengharap kerjasamanya.

Wassalamu'alaykum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Maret 2011

Penyusun

Mukhlis Ibnu Dwi Nugroho

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Metode Penelitian.....	4
1.7. Sistematika Penulisan Naskah Penelitian.....	5
1.7.1. BAB I : Pendahuluan.....	5
1.7.2. BAB II : Landasan Teori	5
1.7.3. BAB III : Analisis dan Perancangan.....	5
1.7.4. BAB IV : Implementasi dan Pembahasan	6
1.7.5. BAB V : Penutup	6
1.7.6. Daftar Pustaka.....	6
BAB II. DASAR TEORI.....	7
2.1. Pengertian Multimedia	7
2.2. Objek Multimedia	7

2.2.1. Teks	7
2.2.2. Audio	8
2.2.3. Video	8
2.2.4. Animasi.....	8
2.2.5. Image	9
2.2.6. Software.....	9
2.3. Pengertian Animasi	9
2.4. Macam-macam Animasi.....	9
2.4.1. Animasi Sel (<i>Cell Animation</i>).....	9
2.4.2. Animasi Frame (<i>Frame Animation</i>)	10
2.4.3. Animasi Sprite (<i>Sprite Animation</i>)	10
2.4.4. Animasi Lintasan (<i>Path Animation</i>)	10
2.4.5. Animasi Spline (<i>Spline Animation</i>)	10
2.4.6. Animasi Vektor (<i>Vector Animation</i>).....	11
2.4.7. Animasi Karakter (<i>Character Animation</i>).....	11
2.4.8. <i>Computational Animation</i>	11
2.4.9. <i>Morphing</i>	11
2.5. Pengertian Animasi Stop Motion	11
2.6. Jenis-jenis Animasi Stop Motion	13
2.6.1. Claymation	13
2.6.2. Pixilation.....	13
2.6.3. Pupet Animation	13
2.7. Peralatan Dasar Dalam Pembuatan Animasi Stop Motion.....	13
2.7.1. Objek	13
2.7.2. Setting	14
2.7.3. Kamera.....	14

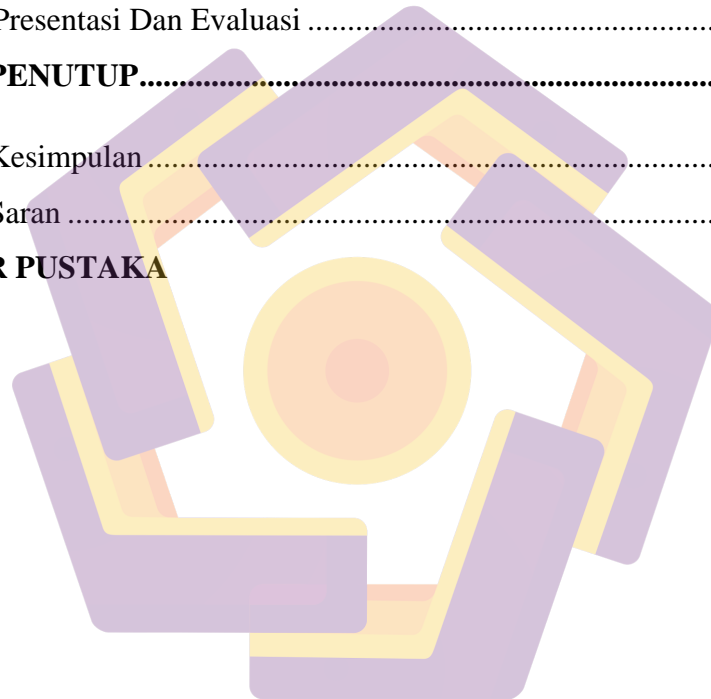
2.7.4. Tripod	15
2.7.5. Flash.....	15
2.7.6. Light Stand	16
2.7.7. Soft Box	16
2.7.8. <i>SD Card</i>	17
2.7.9. <i>Komputer</i>	17
2.8. Software Yang Digunakan Dalam Pembuatan Animasi	
Stop Motion.....	18
2.8.1. Adobe Premiere Pro CS4.....	18
2.8.2. Adobe After Effect CS4.....	19
2.8.3. Adobe Photoshop CS3.....	19
2.9. Tahap Dalam Memproduksi Iklan Televisi.....	20
2.9.1. Tahap Praproduksi.....	20
2.9.2. Tahap Produksi.....	20
2.9.3. Tahap Pascaproduksi.....	20
2.10. Pengertian Periklanan Televisi.....	21
2.11. Tujuan Periklanan Televisi.....	21
2.11.1. Iklan Informatif.....	21
2.11.2. Iklan Persuasif	21
2.11.3. Iklan Peningat	22
2.11.4. Iklan Penambah Nilai	22
2.11.5. Iklan Bantuan Aktivitas Lain.....	22
2.12. Organisasi Dalam Produksi Iklan Televisi.....	22
2.12.1. Produser	22
2.12.2. Sutradara	23
2.12.3. Scriptwriter	23

2.12.4. Pengarah Seni	23
2.12.5. Composer Musik.....	23
2.12.6. Koreografer.....	23
2.13. Jenis Shot Dalam Gerakan Dan Pembidikan Kamera.....	24
2.13.1. Pergerakan Kamera Berdasarkan Arah Geraknya	24
2.13.2. Teknik Membidik Kamera.....	25
2.14. Standard Penyiaran Video	26
2.14.1. TV Analog	26
2.14.2. TV Digital	27
BAB III. Analisis Dan Perancangan.....	28
3.1. Sejarah DISC HOUSE 91 (DH'91).....	28
3.2. Potensi DISC HOUSE 91 (DH'91).....	28
3.3. Visi Dan Misi DISC HOUSE 91	30
3.3.1. Visi Disc House 91	30
3.3.2. Misi Disc House 91	30
3.4. Identifikasi Masalah	30
3.5. Analisis SWOT	32
3.5.1. Stregth (Kekuatan).....	32
3.5.2. Weakness (Kelemahan)	33
3.5.3. Opportunities (Kesempatan).....	33
3.5.4. Threatness (Ancaman)	33
3.6. Strategi Promosi DISC HOUSE 91.....	33
3.6.1. Startegi Menetapkan Audien Sasaran.....	33
3.6.2. Strategi Mencari Keunggulan Produk Yang Dipasarkan	34
3.6.3. Strategi Merancang Daya Tarik Pada Iklan.....	34
3.6.4. Strategi Merancang Gaya Dalam Mengeksekusi Pesan Iklan.....	35

3.6.5. Startegi Merancang Naskah Dan Storyboard	35
3.7. Analisis Kebutuhan Sistem	35
3.7.1. Kebutuhan Hardware	36
3.7.2. Kebutuhan Brainware	37
3.8. Mekanisme Pembuatan Iklan	37
3.8.1. Praproduksi.....	37
3.8.1.1. Persiapan Awal.....	38
3.8.1.2. Persiapan Jadwal Pembuatan Iklan	39
3.8.1.3. Penentuan Ide Dasar Iklan.....	40
3.8.1.4. Riset.....	41
3.8.2. Produksi	48
3.8.2.1. Proses Setting Kamera.....	48
3.8.2.2. Teknik Angle yang Digunakan.....	49
3.8.2.3. Tata Letak Setting Lokasi.....	49
3.8.2.4. Tata Suara.....	49
3.8.2.5. Tata Cahaya	49
3.8.2.6. Pengambilan Gambar	50
3.8.2.7. Analisis Anggaran	52
BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Tahap Pascaproduksi.....	54
4.2. Editing	54
4.2.1. Adobe Photoshop CS3.....	54
4.2.2. .Adobe After Effects CS4	60
4.2.2.1. Memulai Project Baru.....	60
4.2.2.2. Import File	62
4.2.2.3. Editing	63

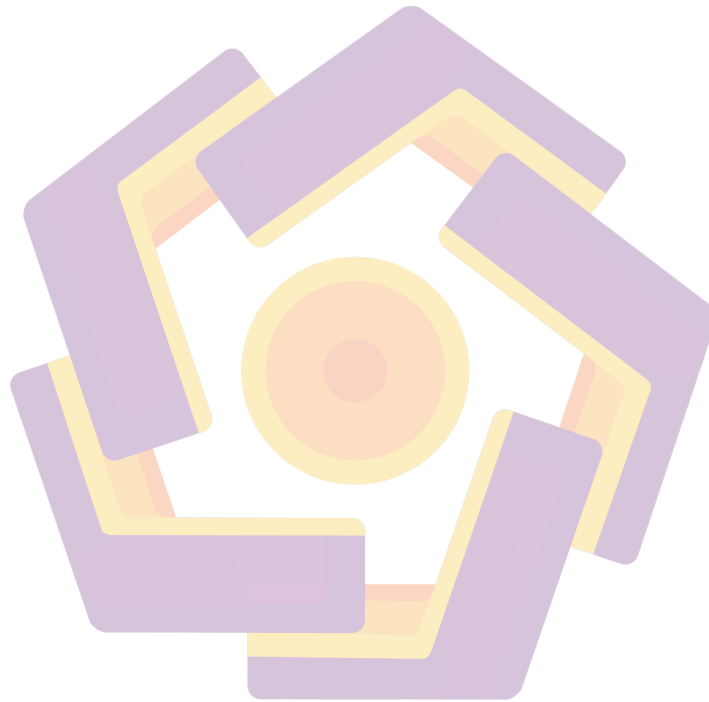
4.2.2.4. Rendering	70
4.2.3. .Adobe Premiere Pro CS3.....	71
4.2.3.1. Memulai Project Baru.....	72
4.2.3.2. Import File	73
4.2.3.3. Editing	74
4.2.3.4. Finishing	80
4.3. Review Editing	82
4.4. Presentasi Dan Evaluasi	83
BAB V. PENUTUP.....	86
5.1. Kesimpulan	86
5.2. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 PERBANDINGAN HARGA DAN SEWA.....	29
TABEL 3.2 PERSIAPAN AWAL.....	38
TABEL 3.3 JADWAL PEMBUATAN IKLAN TELEVISI.....	39
TABEL 3.4 STORYBOARD.....	44
TABEL 3.5 DATA LAPORAN SHOTING.....	51
TABEL 3.6 ANALISIS BIAYA.....	52
TABEL 4.1 DATA KUESIONER.....	84

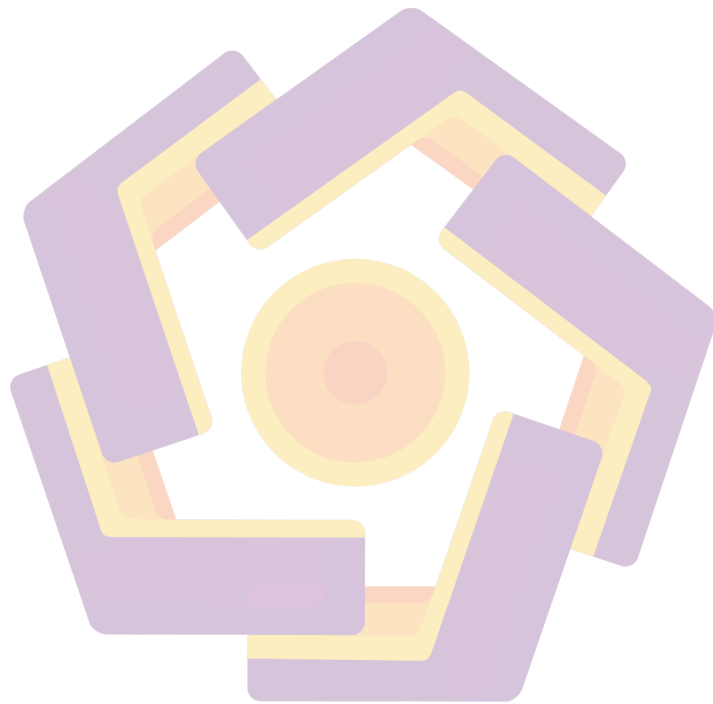


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Salah Satu Adegan Dari Film Chiken Run.....	12
Gambar 2.2. Salah Satu Adegan Dari Film Celebrity Deadmatch	12
Gambar 2.3. Kamera <i>Nikon D90</i>	14
Gambar 2.4. <i>Tripod</i>	15
Gambar 2.5. <i>Flash</i>	15
Gambar 2.6. <i>Light Stand</i>	16
Gambar 2.7. <i>Softbox</i>	16
Gambar 2.8. <i>SD Card</i>	17
Gambar 2.9. <i>Adobe Premiere Pro CS4</i>	18
Gambar 2.10. <i>Adobe After Effects CS4</i>	19
Gambar 2.11. <i>Adobe Photoshop CS3</i>	19
Gambar 4.1. <i>Tampilan Awal Adobe Photoshop CS3</i>	55
Gambar 4.2. <i>Logo Disc House 91</i>	55
Gambar 4.3. <i>Tool Bar</i>	56
Gambar 4.4. <i>Menu Layers</i>	56
Gambar 4.5. <i>Blending Option</i>	57
Gambar 4.6. <i>Layer Style</i>	57
Gambar 4.7. <i>Pemilihan Blending Option</i>	58
Gambar 4.8. <i>Hasil Logo Disc House 91</i>	58
Gambar 4.9. <i>Urutan Pembuatan Contour</i>	59
Gambar 4.10. <i>Hasil Pembuatan Contour Logo</i>	59
Gambar 4.11. <i>Tampilan Save As</i>	60
Gambar 4.12. <i>Tampilan Adobe After Effect CS4</i>	61
Gambar 4.13. <i>Tampilan Composition Settings</i>	61
Gambar 4.14. <i>Tampilan Composition</i>	62
Gambar 4.15. <i>Tampilan Project</i>	62
Gambar 4.16. <i>Import Logo DH Deal</i>	63
Gambar 4.17. <i>Drop Logo Ke Timeline</i>	63
Gambar 4.18. <i>Tampilan Effect Controls</i>	64
Gambar 4.19. <i>Current Time Indikator</i>	64

Gambar 4.20. <i>Effect Control Setting Linear Wipe</i>	65
Gambar 4.21. <i>Current Time Indikator</i>	65
Gambar 4.22. <i>Effect Control Setting Linear Wipe</i>	65
Gambar 4.23. <i>Pre-compose</i>	66
Gambar 4.24. <i>Comp 1 Pada Timeline</i>	66
Gambar 4.25. <i>Solid Setting</i>	67
Gambar 4.26. <i>Effect Control Gradient</i>	67
Gambar 4.27. <i>Setting Effect Control Gradient</i>	68
Gambar 4.28. <i>New Composition Form</i>	68
Gambar 4.29. <i>Effect Control Form</i>	69
Gambar 4.30. <i>Setting Base Form</i>	69
Gambar 4.31. <i>Setting Layer Maps</i>	70
Gambar 4.32. <i>Effect Motion Blur</i>	70
Gambar 4.33. <i>Render Queue</i>	71
Gambar 4.34. <i>Render Queue Setting</i>	71
Gambar 4.35. <i>Jendela Utama Adobe Premiere Pro CS4</i>	72
Gambar 4.36. <i>Jendela New Project</i>	72
Gambar 4.37. <i>Jendela New Sequence</i>	73
Gambar 4.38. <i>Drag Photo Ke Timeline</i>	74
Gambar 4.39. <i>Option Menu File</i>	75
Gambar 4.40. <i>Export Setting</i>	75
Gambar 4.41. <i>Jendela Adobe Media Encoder</i>	76
Gambar 4.42. <i>Menu Project DH'91</i>	76
Gambar 4.43. <i>Drag Video Ke Timeline</i>	77
Gambar 4.44. <i>Option Speed Duration</i>	77
Gambar 4.45. <i>Jendela Clip Speed/Duration</i>	78
Gambar 4.46. <i>Tools</i>	78
Gambar 4.47. <i>Timeline</i>	79
Gambar 4.48. <i>Rate Stretch Tool</i>	79
Gambar 4.49. <i>Timeline</i>	79
Gambar 4.50. <i>Drag Sound Ke Timeline</i>	80

Gambar 4.51. Export Setting	80
Gambar 4.52. Jendela Save As	81
Gambar 4.53. Screenshoot Iklan Disc House 91	82



INTISARI

Iklan televisi (Television Commercial) yang berkembang pesat saat ini baik segi testimonial hingga penyampaian pesan melalui cerita telah menarik banyak perhatian perusahaan di dunia. cara penyampaian pesan melalui animasi atau dengan konsep cerita sudah sangat sering digunakan dalam pembuatan iklan, bagaimana membuat iklan yang unik dan menarik agar audiens tertarik untuk melihat iklan Disc House 91. DISC HOUSE 91 yang berkedudukan di Jln.Gejayan CT X 16/B Yogyakarta dalam hal ini DISC HOUSE 91 ingin membuat TVC berdurasi 60 detik.

Konsep iklan yang menarik sangat berperan penting dalam penyampaian iklan kepada konsumen, Konsep Stop Motion merupakan konsep animasi yang menggabungkan gambar sehingga membuat gerakan ilusi yang unik menarik dan masih jarang digunakan dalam periklanan, Konsep stop motion itu sendiri sangat menarik perhatian konsumen dan reminder yang cukup kuat. Disamping itu nilai yang diperoleh masyarakat tak hanya sekedar info produk. Daya jual akan konsep Stop Motion menjadi solusi utama dalam pembuatan iklan Disc House 91.

Pembuatan iklan Disc House 91 dengan menggunakan konsep stop motion dapat menghasilkan iklan yang sangat menarik perhatian audiens dan unik untuk dilihat dalam hal ini dapat dilihat dari kuisioner yang telah diisi oleh masyarakat. Dalam penulisan ilmiah ini akan dibahas bagaimana membuat Iklan Televisi Disc House 91 dengan konsep Stop Motion yang menarik dalam stopping power (kemampuan dalam memikat konsumen untuk berhenti dari aktifitas dan kemudian melihat iklan tersebut).

Kata Kunci : Iklan Televisi, Adobe Premiere Pro, Adobe Photoshop

ABSTRACT

Television Advertising (Television Commercial) are growing rapidly now, both in terms of testimonials to the delivery of messages through the story has attracted much attention in the corporate world. how the delivery of messages through animation or story concept is very often used in the manufacture of advertising, how to make unique and attractive advertisements that attracted audiences to see the ad Disc House 91. HOUSE DISC 91, located in Jln.Gejayan CT X 16 / B Yogyakarta in this DISC HOUSE 91 to make 60-second TVC.

The concept of compelling ads play an important role in the delivery of advertising to consumers, the concept of Stop Motion animation is a concept that combines the illusion of motion picture making unique attractive and still rarely used in advertising, stop motion concept itself is very interesting the attention of consumers and a strong reminder . Besides, the value obtained is not just product information. The marketability of the concept of Stop Motion be the main solution to ad creation Disc House 91.

Ad creation Disc House 91 by using the concept of stop motion to produce ads that really attract the audience it can be seen from the kuistioner. In scientific writing will be discussed how to create a TVC DISC HOUSE 91 with Stop Motion interesting concept in this case stopping power (the ability to attract customers to quit the activity and then see these ads).

Keywords: *Television Advertising, Adobe Premiere Pro, Adobe Photoshop*