

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
PENERAPAN MOTION GRAPHIC 2D
PADA JAFE CREATIVE**

SKRIPSI



Disusun oleh

Roberth Yosep Rumbewas

16.11.0047

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
PENERAPAN MOTION GRAPHIC 2D
PADA JAFE CREATIVE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

**Roberth Yosep Rumbewas
16.11.0047**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
PENERAPAN MOTION GRAPHIC 2D
PADA JAFE CREATIVE**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Roberth Yosep Rumbewas

16.11.0047

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada Tanggal, 3 Agustus 2019

Dosen Pembimbing



Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

Nik: 190302164

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN
PENERAPAN MOTION GRAPHIC 2D
PADA JAFE CREATIVE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Roberth Yosep Rumbewas

16.11.0047

Telah di pertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal, 9 Agustus 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Ahlihi Masruro, M.Kom
190302148

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom
190302164

Tonny Hidayat, M.Kom
190302182

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk Memperoleh gelar Sarjana Komputer
Pada tanggal, 9 Agustus 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si,M.T.


Nik:190302038

HALAMAN PERNYATAAN

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 orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu institusi pendidikan manapun, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan/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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 16 Agustus 2019



Roberth Yosep Rumbewas
16.11.0047

MOTTO

Ora et Labora

Time Is Asset

Just Do It



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini, yang akan saya persembahkan kepada:

- ♥ Jesus Christ My Lord and My Savior, atas semua berkat dan pertolongan-Nya sehingga, dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya.
- ♥ Kedua Orang Tuaku yang sangat ku sayangi, untuk Bapa dan Mama tercinta, terima kasih atas curahan doa, kasih sayang dan dukungan selama ini kepada anak-anakMu. I Love so much.
- ♥ Untuk adik-adikku Aplena, Darius, Obama dan Daud tercinta atas doa, dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ♥ Special for My Beloved Girlfriend “Anggita Grishella Kristiani Manulang”, for support, love, and care a lots for me.
- ♥ Untuk teman seperjuanganku/my best friends/my bro: Irvandi Aminanto.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas limpahan berkat dan karunianya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik, lancar, dan tepat waktu. Skripsi ini di susun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Komputer, Program Studi Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta. Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

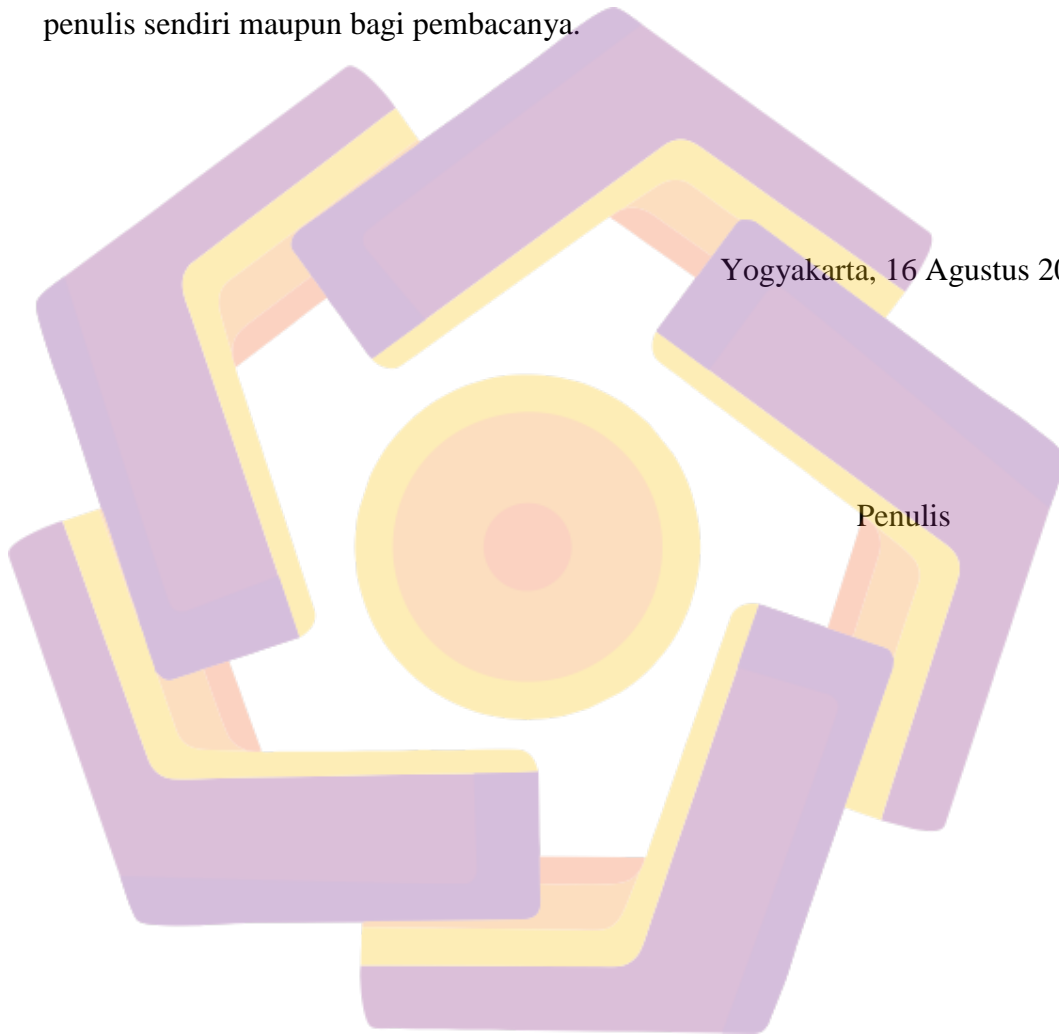
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Sudarmawan, S. T., M.T. selaku Kaprodi S1 Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bhanu Sri Nugraha, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis.
5. Jafe Creative Studio yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian pada Jafe Creative Studio.
6. Orang tua dan saudara penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materiil.
7. Para dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mendidik dan membimbing dalam proses perkuliahan.
8. Teman-teman penulis.
9. Dan semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan pada kesempatan penulis yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pembacanya.

Yogyakarta, 16 Agustus 2019

Penulis



DAFTAR ISI

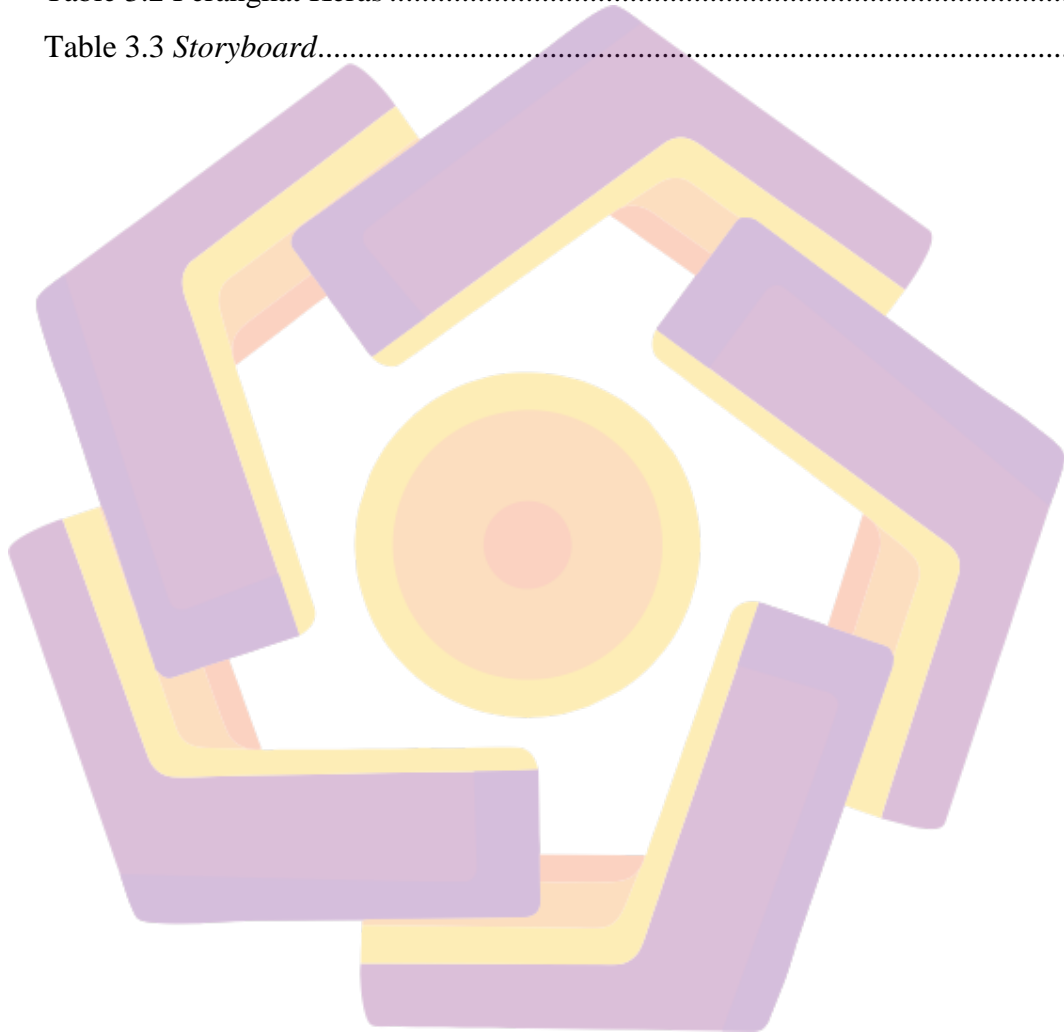
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.1 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis Data.....	6
1.6.3 Metode Perancangan Iklan.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Dasar Teori.....	10
2.2.1 Pengertian Iklan.....	10
2.2.2 Komponen Iklan Televisi.....	11

2.2.3	Jenis Iklan	12
2.2.4	Fungsi dan Tujuan Iklan.....	14
2.2.5	Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	17
2.1.6	Standar Penyiaran.....	18
2.1.7	Tim Iklan.....	18
2.1.8	Media.....	19
2.1.9	Pengertian Promosi	22
2.2.10	Media Promosi	24
2.2.11	Motion Graphic	25
2.2.12	<i>Liveshoot</i>	26
2.2.13	Unsur Teknik dalam <i>Liveshoot</i>	26
2.3	Metode Analisis.....	28
2.3.1	Analisis SWOT	28
2.4	Metode Perancangan	29
2.4.1	Metode Observasi.....	29
2.4.2	Metode Interview	30
2.4.3	Metode Literatur.....	31
2.5	Metode Pengembangan	31
2.6	Metode Testing.....	31
BAB III	TINJAUAN UMUM.....	32
3.1	Tinjauan Umum.....	32
3.1.1	Jafe Creative Studio	32
3.1.2	Visi dan Misi.....	32
3.2	Pengumpulan Data	33
3.2.1	Observasi.....	33
3.2.2	Wawancara.....	34
3.3	Analisis.....	35
3.3.1	Analisis Kondisi Objek	35
3.3.2	Analisis SWOT	36
3.4	Analisis Kebutuhan	38
3.4.1	Analisis Kebutuhan Informasi	38

3.4.2	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak	38
3.4.3	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras	39
3.5	Analisis Kelayakan	40
3.5.1	Kelayakan Teknologi	40
3.5.2	Kelayakan Hukum.....	40
3.5.3	Kelayakan Strategi	41
3.6	Strategi Promosi	41
3.6.1	Strategi Menetapkan Sasaran	41
3.7	Perancangan Iklan	42
3.7.1	Pra Produksi	42
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Tahap-Tahap Pembuatan Video Iklan	48
4.1.1	Produksi	48
4.1.2	Pasca Produksi	48
4.1.4	Rendering	49
4.1.4	Pembahasan.....	49
4.2	Produksi Iklan.....	49
4.2.1	Rancangan Kegiatan Shooting	49
4.2.2	<i>Shooting</i> atau Pengambilan Gambar	50
4.2.3	Pembuatan <i>audio narasi</i>	51
4.3	Tahap Pasca Produksi.....	52
4.3.1	Capturing.....	54
4.3.2	Pembuatan <i>Motion graphic</i>	55
4.3.3	Penggabungan Video	59
4.3.4	Penambahan Efek.....	61
4.3.5	Rendering	63
4.3.6	Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		70

DAFTAR TABEL

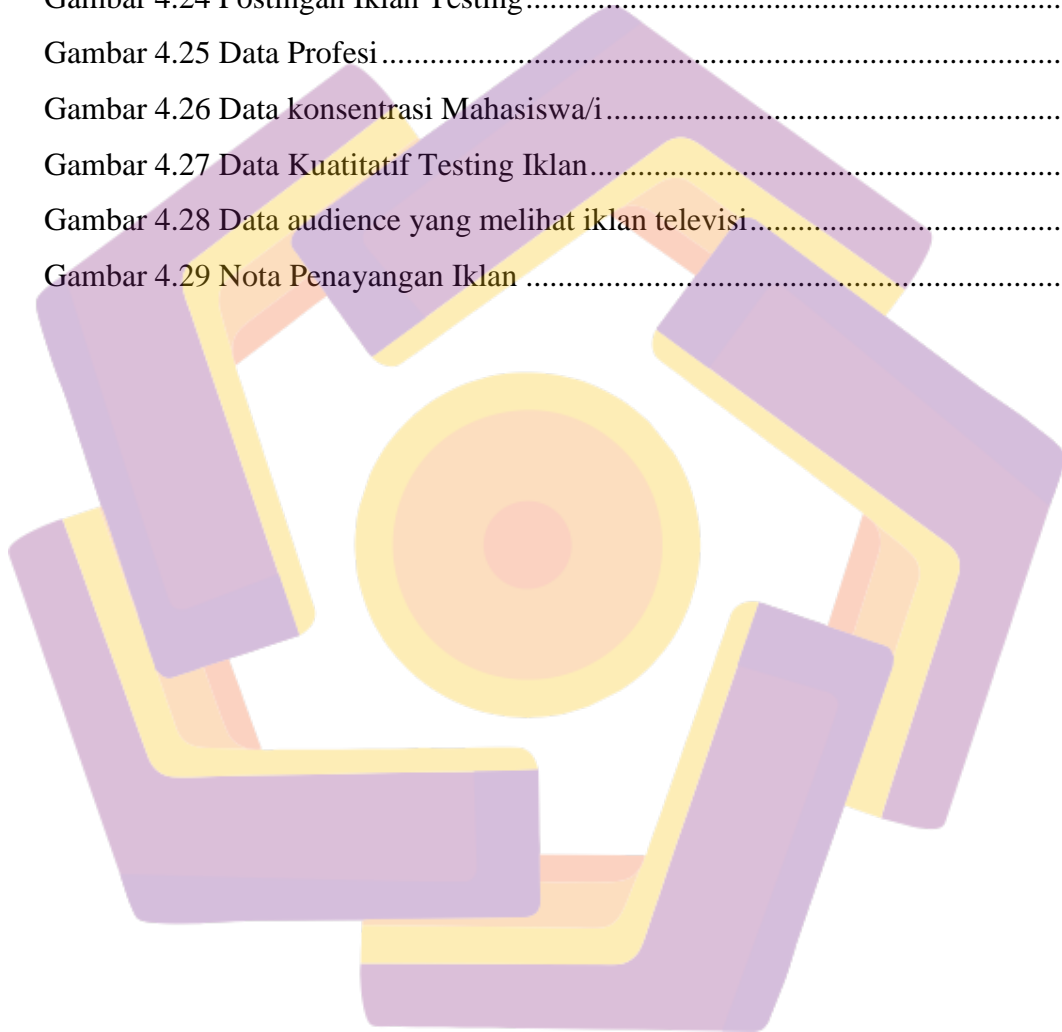
Table 3.1 Perangkat Lunak	39
Table 3.2 Perangkat Keras	39
Table 3.3 <i>Storyboard</i>	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Iklan Komersial	12
Gambar 2.2 Contoh Iklan Tidak Komersial.....	13
Gambar 2.3 Contoh Iklan Persuasif	15
Gambar 2.4 Contoh Iklan Pengingat.....	16
Gambar 2.5 Contoh Iklan Penambahan Nilai	16
Gambar 2.6 Contoh Iklan Bantuan Aktivitas Lain	17
Gambar 2.7 Contoh Media Visual	20
Gambar 2.8 Contoh Media Audio.....	21
Gambar 2.9 Contoh Media Audio Visual	21
Gambar 2.10 Contoh Media Promosi	24
Gambar 3.1 Instagram Jafe Creative Studio	34
Gambar 4.1 set up studio.....	51
Gambar 4.2 shoot pengerjaan editing foto	51
Gambar 4.3 Recording audio narasi.....	52
Gambar 4.4 Tahap Pasca Produksi	53
Gambar 4.5 Capturing Video	54
Gambar 4.6 Capturing Audio.....	55
Gambar 4.7 Desain Point Lokasi	55
Gambar 4.8 Desain Jalan Raya	55
Gambar 4.9 Desain Typografi.....	56
Gambar 4.10 New Composition.....	56
Gambar 4.11 Menyusun Desain Grafis.....	57
Gambar 4.12 Menganimasikan dengan Keyframe.....	57
Gambar 4.13 Pre-compose.....	58
Gambar 4.14 Rendering Motion Graphic	58
Gambar 4.15 New Project adobe premiere pro	59
Gambar 4.16 New Sequence Adobe Premiere Pro	60
Gambar 4.17 Penggabungan Video dan Audio.....	60
Gambar 4.18 Penambahan transition	61

Gambar 4.19 Efek Warp Stabilizer	62
Gambar 4.20 Color Grading RGB Curves	62
Gambar 4.21 Rendering Final	63
Gambar 4.22 Kota Audience	64
Gambar 4.23 Umur Audience	64
Gambar 4.24 Postingan Iklan Testing	65
Gambar 4.25 Data Profesi	65
Gambar 4.26 Data konsentrasi Mahasiswa/i	66
Gambar 4.27 Data Kuantitatif Testing Iklan	66
Gambar 4.28 Data audience yang melihat iklan televisi	67
Gambar 4.29 Nota Penayangan Iklan	67



INTISARI

Sebenarnya, inti dari periklanan di televisi adalah video, karena video memiliki dua komponen penting dalam periklanan, yakni audio dan visual. Inilah yang kemudian menginspirasi saya untuk membuat video iklan untuk Jafe Creative, sebuah studio foto yang berada di Klaten. Memang, Jafe Creative telah melakukan promosi dan menyebarkan informasi tentang studio fotonya menggunakan media social seperti instagram, namun pengikut instagram Jafe creative hanya 9 pengikut saja dan tidak membuat pengaruh signifikan mempromosikan studio foto Jafe Creative

Mengingat Jafe Creative belum memiliki iklan yang berupa video untuk mempromosikan produk mereka, maka dengan tambahan video iklan yang saya buat, harapan saya nantinya dapat menyempurnakan kegiatan penyebaran informasi dan promosi atas produk dari Jafe Creative.

Penelitian dari pembuatan video iklan ini bertujuan untuk promosi yang berfungsi berkomunikasi ke pasar untuk menginformasikan, membujuk dan meningkatkan, pelanggan potensial akan produk dan jasa sehingga mempengaruhi opini pelanggan dan memperoleh respon yang diingat pembeli sepanjang masa, serta mendapatkan perhatian pelanggan dan ketertarikan yang tinggi pada produk atau jasa yang mana dalam penelitian ini yaitu Jafe Creative Studio.

Kata-kunci: Media Informasi, video Iklan, Pembuatan, Jafe Creative

ABSTRACT

Actually, the essence of advertising on television is video, because video has two important components in advertising, namely audio and visual. This is what inspired me to create an advertisement video for Jafe Creative, a photo studio in Klaten. Indeed. Jafe Creative has promoted and disseminated information about its photo studio using social media such as Instagram, but Jafe Creative's Instagram followers are only 9 followers and did not make a significant influence promoting Jafe Creative's photo studio

Considering that Jafe Creative does not yet have advertisements in the form of videos to promote their products, so with the addition of video advertisements that I make, I hope that I will be able to perfect information dissemination and promotion activities for products from Jafe Creative.

The research of making this video advertisement is aimed at promotion which functions to communicate to the market to inform, persuade and improve, potential customers of products and services so that it influences customer opinions and gets responses that are remembered by buyers all the time, as well as getting customer attention and high interest in the product or which service in this research is Jafe Creative Studio.

Keyword: *media information, video advertising, production, Jafe Creative*