

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN

PRODUK DESIGN ONE

T.A 2019/2020

SKRIPSI



disusun oleh

Axel Nuari Putra

14.12.8289

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

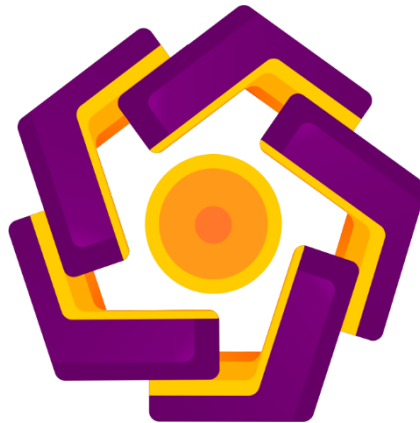
PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN

PRODUK DESIGN ONE

T.A 2019/2020

SKRIPSI

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



disusun oleh

Axel Nuari Putra

14.12.8289

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN

PRODUK DESIGN ONE

T.A 2019/2020

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Axel Nuari Putra

14.12.8289

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 29 November 2018

Dosen Pembimbing,

Bernadhed, M.Kom.
NIK. 190302243

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN

PRODUK DESIGN ONE

T.A 2019/2020

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Axel Nuari Putra

14.12.8289

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Februari 2020

Susunan Dewan Penguji

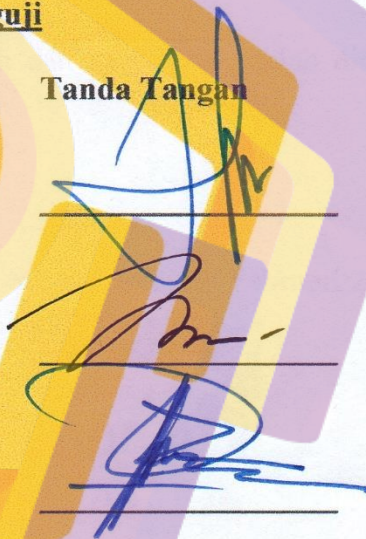
Nama Penguji

Tanda Tangan

Bernadhed, M.Kom.
NIK. 190302243

Bayu Setiaji, M.Kom.
NIK. 190302216

Arifivanto Hadinegoro, S.Kom, MT.
NIK. 190302289



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
pada tanggal 20 Februari 2020



DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan karya sendiri (ASLI), dan isi dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya, 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta , 30 Februari 2020



Axel Nuari Putra

14.12.8289

MOTTO

There is no easy walk to freedom anywhere, and many of us will have to pass through the valley of the shadow of death. Again and again before we reach the mountain top of our desires.

Tidak ada jalan mudah menuju kebebasan, dan banyak dari kita akan harus melewati lembah gelap menyeramkan. Lagi dan lagi sebelum akhirnya kita meraih puncak kebahagiaan. -

(Nelson Mandela).

It does not matter how slowly you go, so long as you do not stop.

Tidak penting seberapa lambat Anda melaju, selagi Anda tidak berhenti. -

(Confucius)

PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi:

1. Kedua orang tua, ayahanda tercinta Pranas Woko dan ibunda tersayang Nanik Budi Yanti yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Kepada bapak Bernadhed, M.Kom terhormat selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas segala arahan dan bimbingannya.
3. Kepada kakak dan adik ku tersayang yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini.
4. Kepada sahabatku di Jogja yang senantiasa menemani selama ini “Ricky, Hanif, Wahyu, Jevisco, Nopendra, Ciko, Teddy, Agung, Alvi, Iqbal, Oki dan semua teman-teman yang lain” Terima kasih atas bantuan kalian selama ini, semoga kekraban diantara kita selalu terjaga dan canda tawa kita selalu mengiringi di hari esok.

5. Keluarga besar Design One yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian disana hingga akhirnya dapat terselesaikannya skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

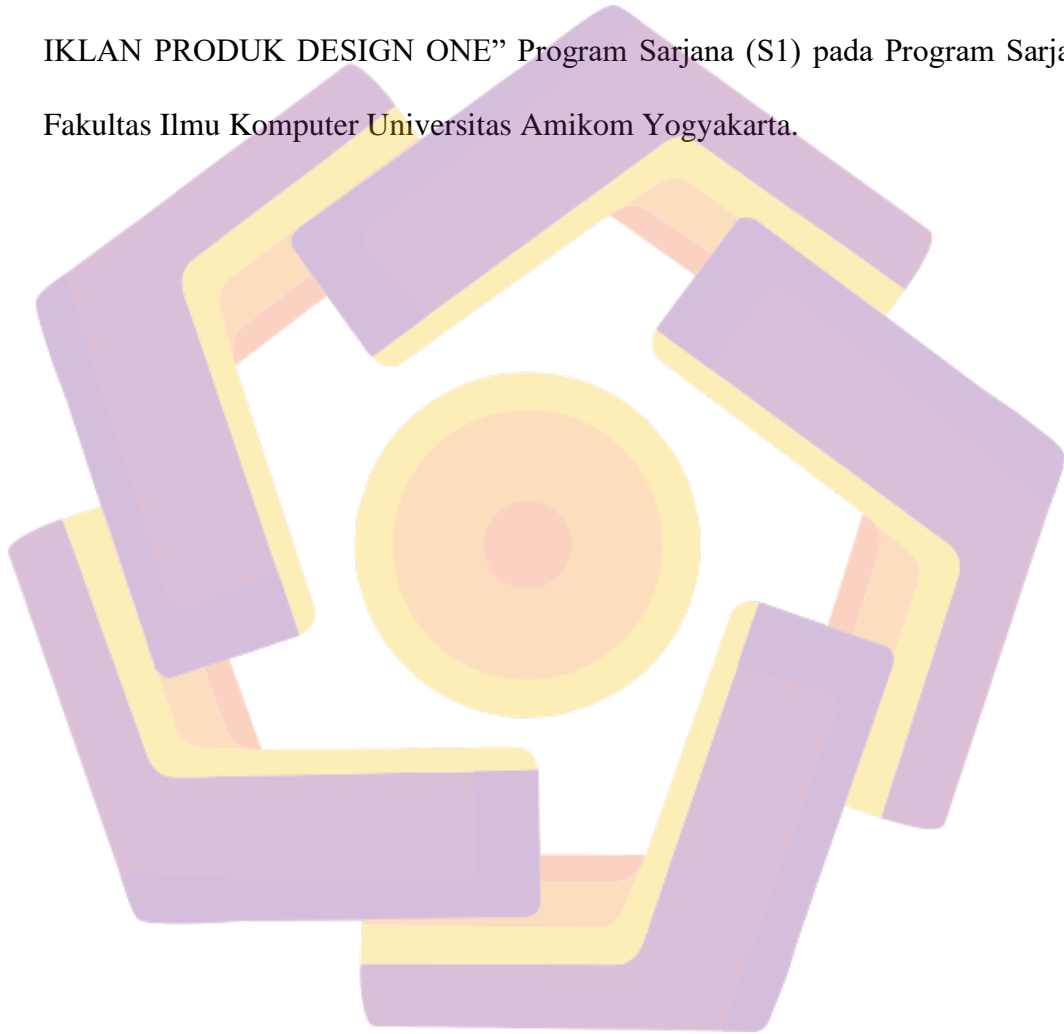
Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Yogyakarta 00 Maret 2020

Axel Nuari Putra

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahamat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PRODUK DESIGN ONE” Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.



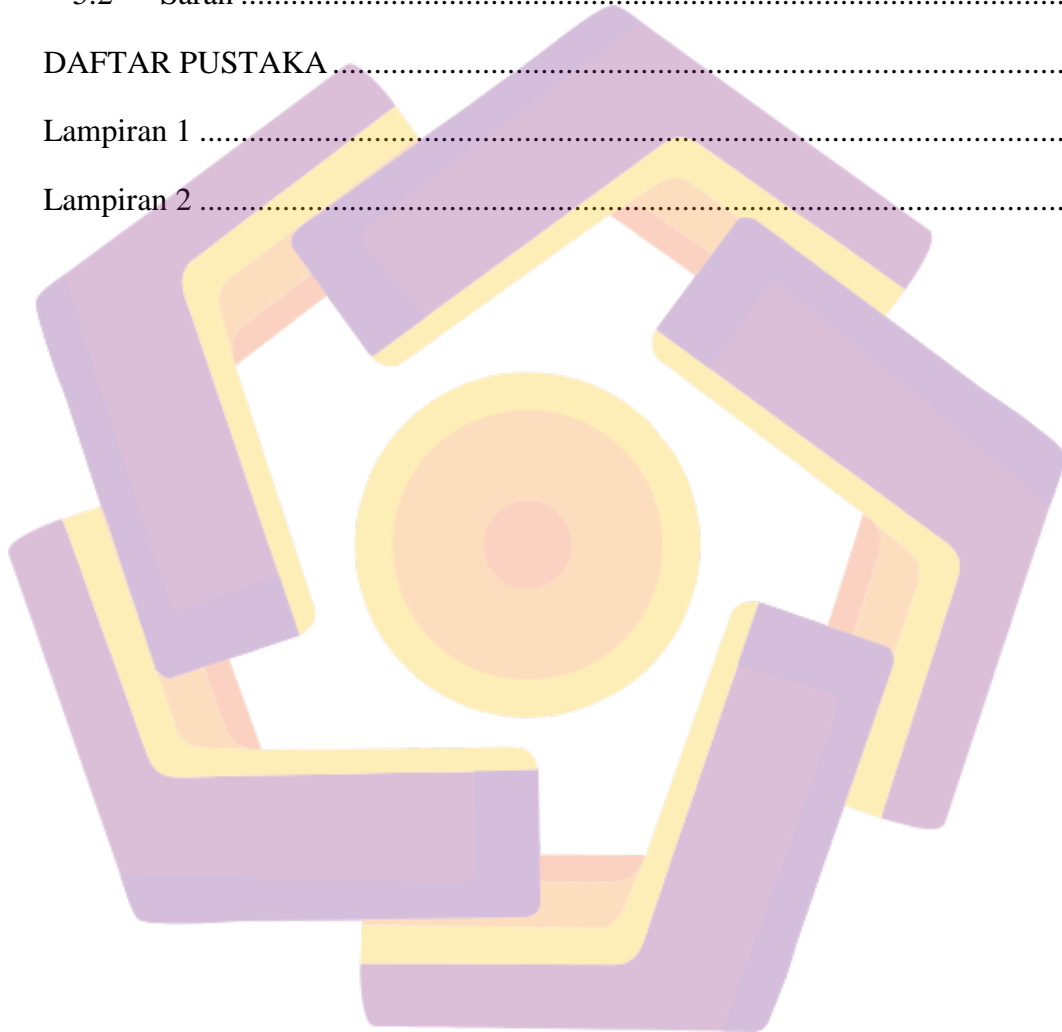
DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	iii
PRNGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Bagi Perusahaan/ Instansi.....	5
1.5.2 Bagi Pengembang.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	6

1.6.2	Metode Analisis.....	7
1.6.3	Metode Perancangan Iklan.....	7
1.6.4	Metode Pengetesan Unit	8
1.6.5	Sistematika Penulisan	9
BAB II.....		10
2.1	Tinjauan Pustaka.....	10
2.2	Dasar Teori.....	11
2.2.1	Definisi Iklan.....	11
2.2.2	Jenis – jenis Iklan Berdasarkan Tujuan	12
2.4	Definis <i>Motion Graphic</i>	16
2.4.1	Timming.....	16
2.4.2	Pergerakan.....	16
2.4.3	Atraksi.....	16
2.5	Konsep Dasar Multimedia.....	17
2.5.1	Elemen Multimedia	17
2.6	Teknik Pengambilan Gambar.....	20
2.6.1	Sudut Pengambilan Gambar (Camera Angle).....	20
2.7	Ukuran Gambar (Frame Size).....	23
2.8	Gerakan Kamera.....	28
2.9	Analisis SWOT.....	28
2.10	Memproduksi Iklan Televisi.....	31
BAB III.....		34
3.1	Deskripsi Perusahaan	34
3.1.1	Visi dan Misi	34
3.2	Pengumpulan Data.....	35

3.2.1	Wawancara.....	35
3.2.2	Observasi.....	37
3.3.1	Analisis SWOT.....	38
3.3.2	Masalah yang dihadapi	40
3.3.3	Solusi yang diberikan.....	40
3.4	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	40
3.5	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	40
3.5.1	Aspek Perangkat Keras/Hardware.....	40
3.5.2	Aspek Perangkat Lunak/Software	42
3.6	Analisis Biaya.....	42
3.7	Perancangan Pembuatan Iklan Design One	43
3.7.1	Naskah Iklan.....	44
3.7.2	Storyboard.....	46
3.7.3	Perekrutan kru	48
3.7.4	Penjadwalan	49
BAB IV	50
4.1	Implementasi	50
4.2	Tahap Produksi.....	51
4.3	Animasi <i>Motion Graphic</i>	54
4.3.1	Menggerakkan Gambar (<i>Animating</i>)	55
4.4	Pasca Produksi.....	57
4.4.1	Capturing	57
4.4.2	Penggabungan Footage (<i>Compositing</i>).....	58
4.4.3	Mixing (Penggabungan Audio dan Video)	59
4.4.4	Rendering	60

4.6	Testing.....	63
4.6.1	Pendekatan Utilitas Sistem Informasi.....	63
BAB V.....		66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		68
Lampiran 1		70
Lampiran 2		71



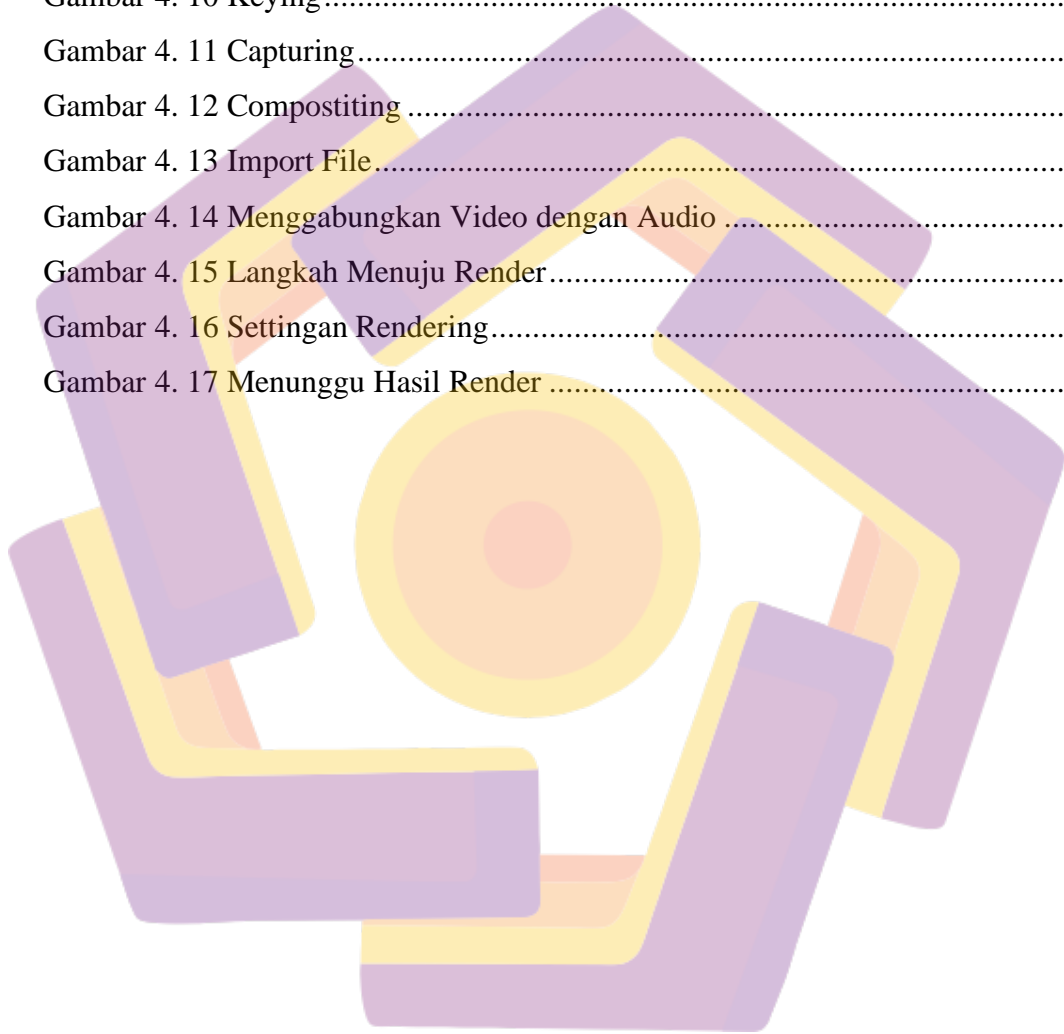
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Perbandingan.....	11
Tabel 2. 2 Tabel Matrix SWOT.....	31
Tabel 3. 1 Tabel Hasil Wawancara.....	35
Tabel 3. 2 Tabel Analisis SWOT.....	38
Tabel 3. 3 Tabel Peralatan Editing	41
Tabel 3. 4 Rincian Biaya.....	42
Tabel 3. 5 Naskah Video.....	44
Tabel 3. 6 Storyboard Iklan Design One.....	46
Tabel 4. 1 Shooting Schedule.....	52
Tabel 4. 2 Penyelarasan Rancangan dengan Hasil Editing	62
Tabel 4. 3 Testing Utilitas Produk.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Design One.....	2
Gambar 1. 2 Contoh Produk.....	3
Gambar 2. 1 Iklan Informatif	12
Gambar 2. 2 Iklan Persuasif	13
Gambar 2. 3 Iklan Peningat.....	14
Gambar 2. 4 Iklan Penambah Nilai.....	14
Gambar 2. 5 Iklan Bantuan Aktifitas	15
Gambar 2. 6 Teks Komunikasi.....	18
Gambar 2. 7 Sound System.....	19
Gambar 2. 8 Komik	20
Gambar 2. 9 Bird Eye View	21
Gambar 2. 10 High Angel View.....	21
Gambar 2. 11 Low Angel View.....	22
Gambar 2. 12 Eye Level View	23
Gambar 2. 13 Extreme Close Up.....	23
Gambar 2. 14 Big Close Up	24
Gambar 2. 15 Close Up.....	24
Gambar 2. 16 Medium Close Up.....	25
Gambar 2. 17 Medium Shot	25
Gambar 2. 18 Full Shot.....	26
Gambar 2. 19 Long Shot.....	26
Gambar 2. 20 8) Medium Long Shot.....	27
Gambar 2. 21 Extreme Long Shot.....	27
Gambar 3. 1 Instagram Design One.....	37
Gambar 3. 2 Proses Perancangan Produksi	43
Gambar 4. 1 Pembuatan Video.....	50
Gambar 4. 2 Pengambilan Video.....	52
Gambar 4. 3 Pengecekan Video	52
Gambar 4. 4 Long Shot.....	53

Gambar 4. 5 Medium Shot	54
Gambar 4. 6 Close Up.....	54
Gambar 4. 7 Color Matte	55
Gambar 4. 8 Import File.....	56
Gambar 4. 9 Mengatur Timeline	56
Gambar 4. 10 Keying.....	57
Gambar 4. 11 Capturing.....	58
Gambar 4. 12 Compositing	58
Gambar 4. 13 Import File.....	59
Gambar 4. 14 Menggabungkan Video dengan Audio	59
Gambar 4. 15 Langkah Menuju Render.....	60
Gambar 4. 16 Settingan Rendering.....	61
Gambar 4. 17 Menunggu Hasil Render	61



INTISARI

Design One adalah sebuah perusahaan yang bergelut di bidang olahraga dengan memproduksi pakaian balap dan decal (livery). Perusahaan ini sudah beroperasi sejak awal tahun 2012 dan hanya mempunyai sebuah media penjualan berupa Instagram sebagai media promosi mereka yang sudah memasarkan produknya hampir di seluruh Jawa Tengah dan DIY. Namun perusahaan ini belum mempunyai iklan komersial resmi berupa video dari perusahaan itu sendiri.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan 4 cara, yakni; wawancara, pengamatan, dokumentasi, dan triangulasi. Analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang ada di Design One dan mengelompokkan berdasarkan klasifikasi Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Treath (ancaman) kemudian menentukan solusi permasalahannya. Terdapat 3 tahap dalam perancangan sebuah iklan.

Dengan dibuatnya video iklan ini berdampak pada kenaikan jumlah pengikut pada akun Instagram Design One yang berarti iklan ini berhasil menarik minat masyarakat untuk mencari tahu tentang produk apa saja yang ada pada perusahaan itu dan menambah nilai tersendiri bahwa Design One merupakan perusahaan yang serius dan berkompeten.

Kata Kunci: Iklan, *Slow Motion*, *Live Shoot*.

ABSTRACT

Design One is a company that deals in the field of sports by producing racing clothing and decal (livery). The company has started operating since the beginning of 2012 and only has sales media as Instagram as a promotional media for those who have marketed their products throughout Central Java and DIY. But this company does not yet have an official commercial ad that contains videos from the company itself.

Data collection techniques are done in 4 ways, namely; interviews, observations, documentation, and triangulation. The analysis is used to identify problems in Design One and group them based on the classification of Strength, Weakness, Opportunity, and Threat then determine the solution to the problem. There are 3 stages in designing an ad. To produce television commercials, it must go through 3 stages: pre-production (ideas, initial plans), production (shooting and sound), and post-production (combining all elements into one media). Where each of these stages will affect the cost and quality.

With the making of this video advertisement has an impact on the increase in the number of followers on Design One's Instagram account, which means that the advertisement has successfully attracted the interest of the public to find out about what products are available in the company and add value to itself that Design One is a serious and competent company.

Keywords: *Advertisement, Slow Motion, Live Shoot*