

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI BOEDIMAN.JR  
BARBERSHOP YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Bimo Hadi Nugroho Alqadr**

**15.11.9025**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2018**



**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI BOEDIMAN.JR  
BARBERSHOP YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai gelar Sarjana

Pada Program Studi Informatika



disusun oleh

**Bimo Hadi Nugroho Alqadr**

**15.11.9025**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2018**

# PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI BOEDIMAN.JR BARBERSHOP YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bimo Hadi Nugroho Alqadr**

**15.11.9025**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 9 November 2018

Dosen Pembimbing,



**Mei P Kurniawan, M.Kom**

**NIK. 190302187**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI  
BOEDIMAN.JR BARBERSHOP YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bimo Hadi Nugroho Alqadr**

**15.11.9025**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 November 2018

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Barka Satya, M.Kom**  
NIK. 190302126



**Hastari Utama, M.Cs**  
NIK. 190302230



**Mei P Kurniawan, M.Kom**  
NIK. 190302187

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 21 November 2018

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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

## 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, 21 November 2018



Bimo Hadi Nugroho Alqadr

NIM. 15.11.9025

## MOTTO

*“Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik ,  
maka ia akan memanfaatkanmu.”*

**(Hadis Riwayat Muslim)**

*“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai  
penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”*

**(QS Al-Baqarah: 153)**

*“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah  
untuk dirinya sendiri.”*

**(QS Al-Ankabut [29]: 6)**

## PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada ALLAH SWT Karena , berkat dan rahmad detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hinga saat ini saya dapat mempersembahkan Skripsi saya kepada orang-orang yang saya cintai :

1. Kepada ayahanda Ir.Akhmad Nurhadi dan juga ibunda Dra. Lestari Waluyastuti Tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam perjuangan ku hingga sampai saat ini.
2. Kakak saya Kurniajeng Hardiyastuti Nur Anisah yang selalu memberikan ku dukungan, semangat dan motivasinya setiap hari agar selalu ingat dalam mengerjakan tugas akhir ini.
3. Dosen Pembimbing Pak Mei P Kurniawan, M.Kom yang selalu membimbing dari awal hingga akhir dengan segala arahannya agar menjadikan anak bimbingannya mendapat yang terbaik.
4. Dosen-Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmu selama kuliah
5. Owner Boediman.Jr Barbershop Yogyakarta Ary Ramadhano Amanza, S.H., S.E. yang telah memberikan izin sebagai tempat penelitian saya
6. Sahabat seperjuanganku kelas 15 informatika 08, FAKE GRUB yang selalu memberi semangat dan dukungan serta canda tawa yang sangat mengesankan selama masa perkuliahan, susah senang dirasakan bersama dan sahabat-sahabat seperjuanganku yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terima kasih buat kalian semua.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Perancangan dan pembuatan Iklan Televisi Boediman.Jr *Barbershop* Yogyakarta.

Skripsi ini saya buat guna menyelesaikan studi jenjang Strata Satu(S1) pada program studi Teknik Informatika fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program strata 1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi ini, Maka pada kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada :

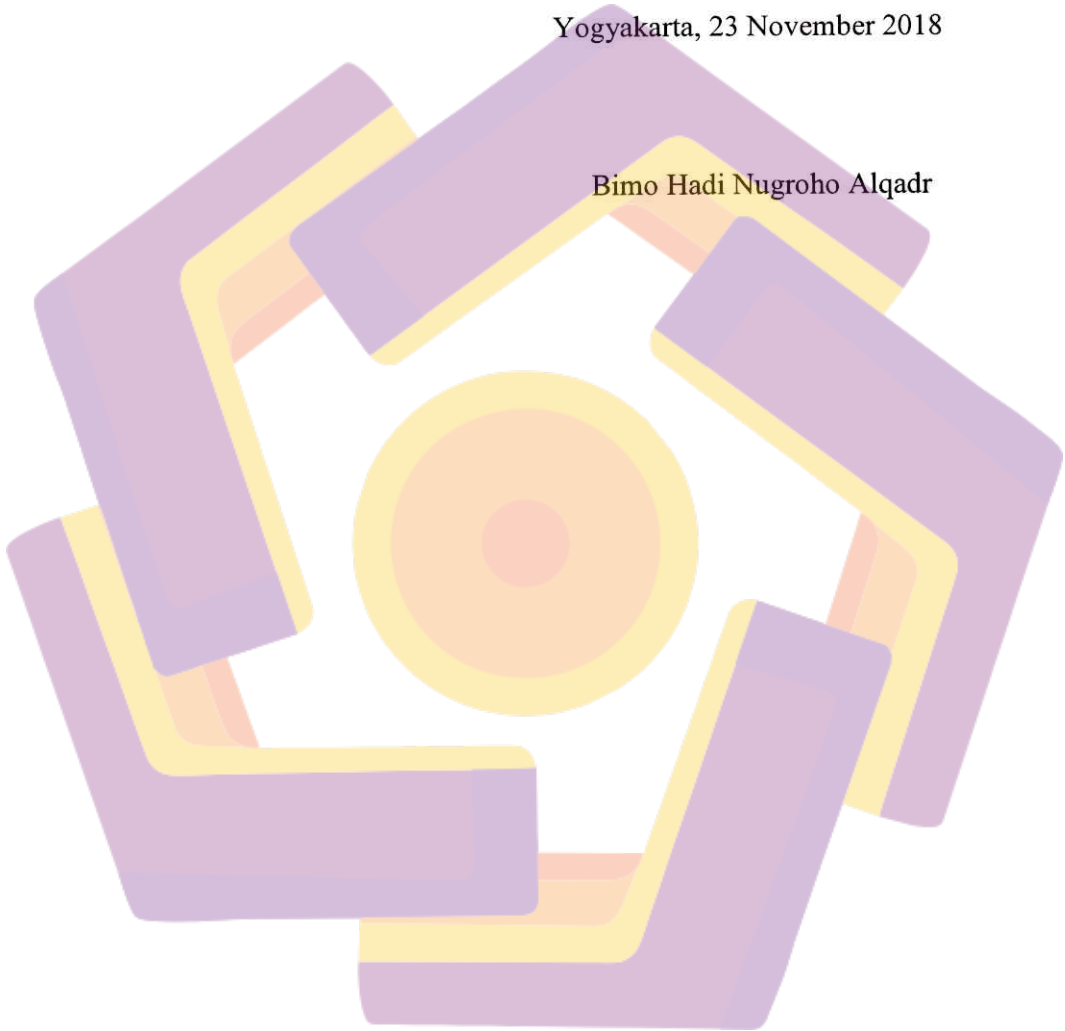
1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Pak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu bijaksana memberikan bimbingan, nasehat serta waktunya selama penulisan skripsi ini.
4. Dosen Penguji (Pak Barka Satya, M.Kom dan Hastari Utama, M.Cs.) dan segenap Dosen dan Karyawan Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah berbagi ilmu dan pengalamannya.
5. Kedua Orangtua saya yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan motivasi dan yang telah memberikan fasilitas sebagai penunjang kuliah.
6. Mas Ari Ramadhane Amanza selaku pemilik Boediman.Jr *Barbershop* yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Teman-teman FAKE GRUP yang telah menemani dari awal kuliah sampai selesai. Semoga kita semua selalu bahagia dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.



Semoga Allah Subhanahu wata'ala memberikan balasan yang lebih kepada semua yang telah ikut membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan diterima dengan senang hati dan rasa terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya dan kita semua.

Yogyakarta, 23 November 2018

Bimo Hadi Nugroho Alqadr



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Pengumpulan data .....	5
1.6.2 Analisis.....	6
1.6.3 Perancangan .....	6
1.6.4 Metode Implementasi.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7

BAB II LANDASAN TEORI .....	9
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.2 Dasar Teori .....	10
2.3.1 Multimedia .....	10
2.3.2 Periklanan.....	12
2.3.3 Promosi .....	17
2.3.4 Konsep dasar perancangan video dengan teknik live shoot.....	19
2.3.5 Pengertian Adobe Premier Pro CC 2015 .....	24
2.3 Metode Pengumpulan data .....	26
2.3.1 Metode Wawancara.....	26
2.3.2 Metode Kepuskaaan .....	26
2.4 Metode Analisis.....	26
2.4.1 Metode Observasi.....	26
2.4.2 Analisis SWOT .....	27
2.5 Metode Perancangan .....	28
2.5.1 Pra-Produksi.....	28
2.5.2 Produksi .....	29
2.5.3 Pasca-Produksi .....	29
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....	31
3.1 Tinjauan Umum.....	31
3.1.1 Profil Boediman Jr Barbershop Yogyakarta .....	31
3.1.2 Sejarah Singkat.....	32
3.1.3 Logo Perusahaan .....	32
3.1.4 Visi dan Misi.....	33
3.2 Analisis .....	33

3.2.1	Observasi.....	33
3.2.2	Analisis SWOT .....	34
3.3	Solusi Yang Dipilih .....	36
3.4	Analisis Kebutuhan Informasi.....	36
3.4.1	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras.....	36
3.4.2	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak.....	37
3.4.3	Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia .....	38
3.5	Perancangan.....	38
3.5.1	Pra Produksi .....	39
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Implementasi .....	47
4.1.1	Persiapan Peralatan .....	47
4.1.2	Kesesuaian Jadwal Produksi .....	48
4.1.3	Proses Pengambilan Video Menggunakan Teknik Live shoot .....	48
4.1.4	<i>Transfer dan Selecting</i> .....	52
4.1.5	Dubbing.....	53
4.2	<i>Editing Video</i> .....	54
4.2.1	New Sequence.....	54
4.2.2	<i>Import File</i> .....	54
4.2.3	<i>Composition</i> .....	55
4.2.4	Penggunaan <i>Effect Transition</i> .....	56
4.2.5	<i>Mixing</i> .....	56
4.2.6	Pengaturan Warna( <i>Coloring</i> ).....	57
4.2.7	Rendering.....	59
4.2.8	Evaluasi.....	61

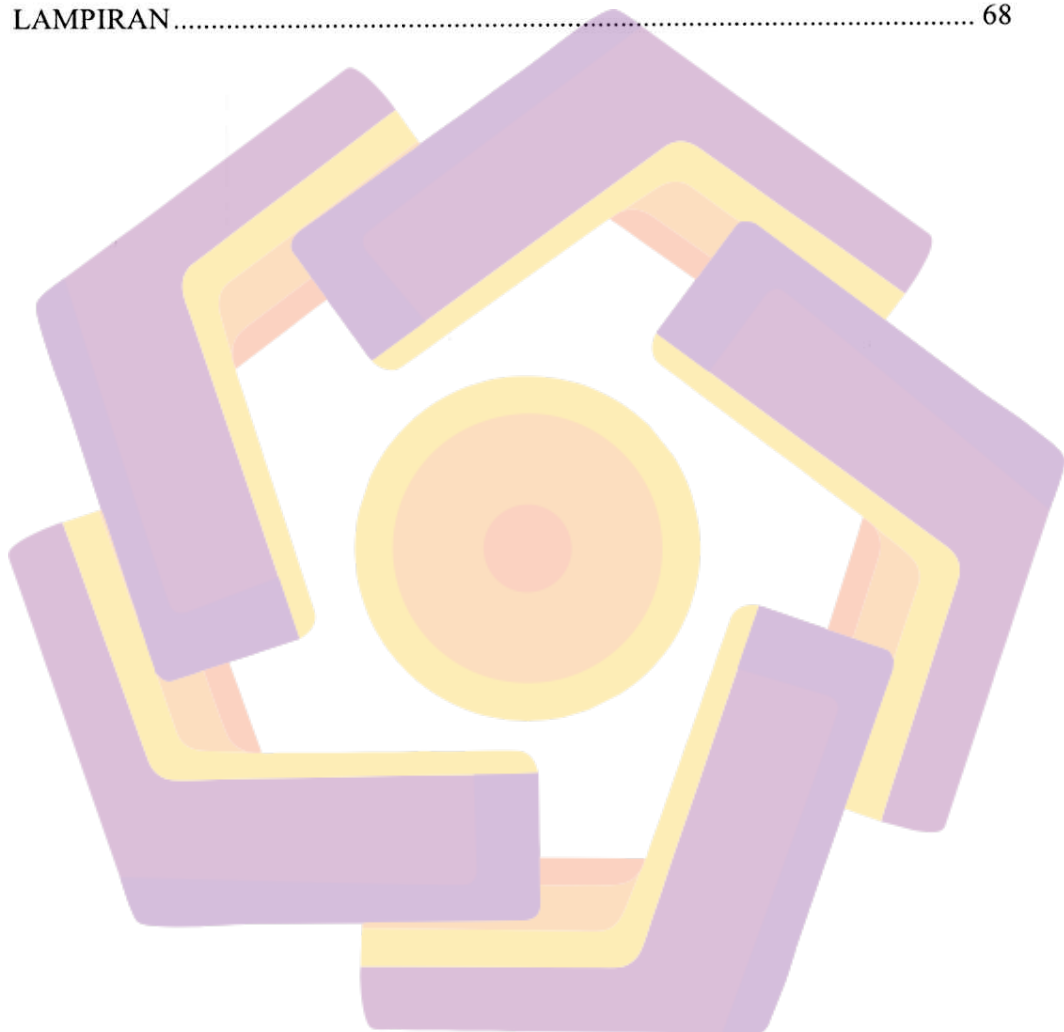
BAB V PENUTUP..... 64

    5.1 Kesimpulan..... 64

    5.2 Saran..... 65

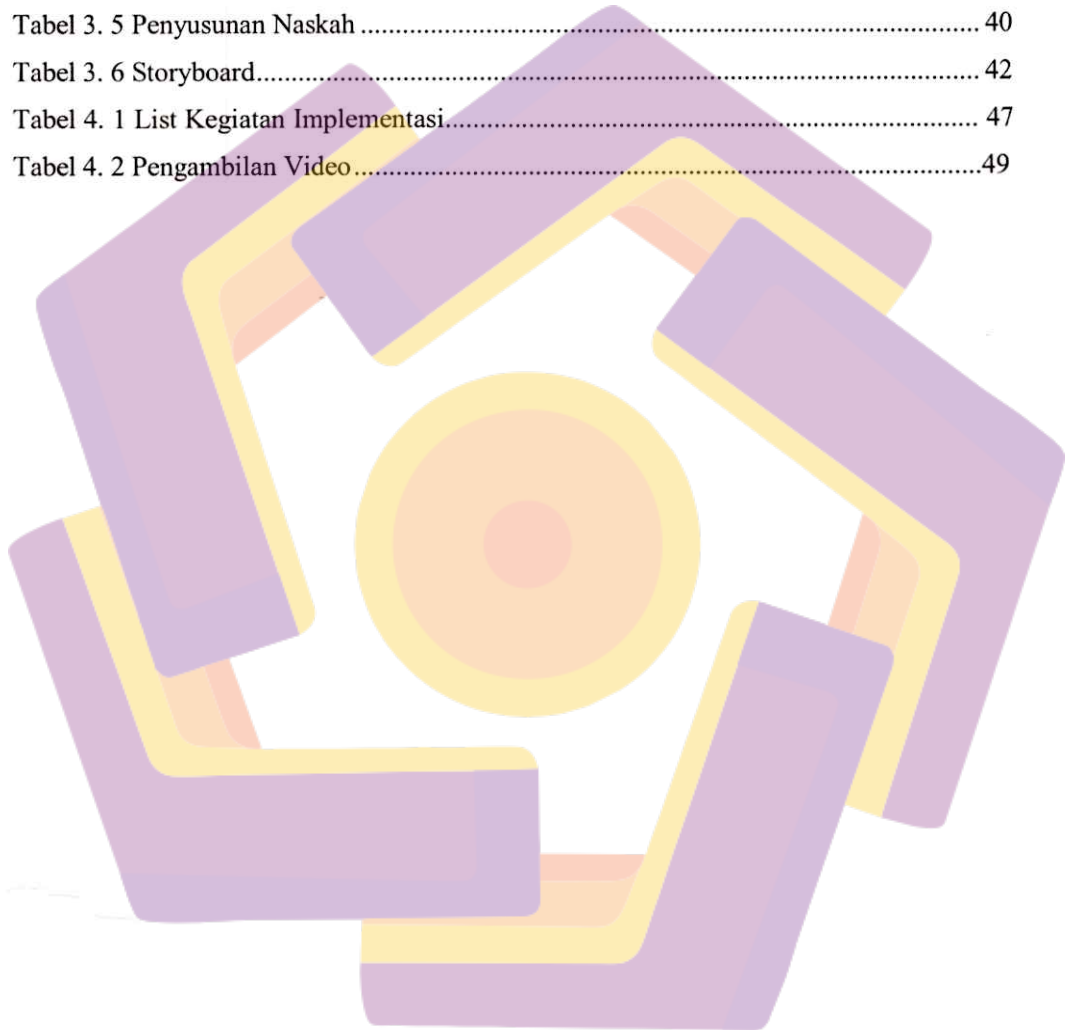
DAFTAR PUSTAKA ..... 66

LAMPIRAN..... 68



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis SWOT .....	34
Tabel 3. 2 Analisis Perangkat Keras .....	37
Tabel 3. 3 Analisis Perangkat Lunak .....	38
Tabel 3. 4 Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia .....	38
Tabel 3. 5 Penyusunan Naskah .....	40
Tabel 3. 6 Storyboard.....	42
Tabel 4. 1 List Kegiatan Implementasi.....	47
Tabel 4. 2 Pengambilan Video.....	49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 ECU (extreme close-up).....	19
Gambar 2. 2 CU (close-up).....	20
Gambar 2. 3 MCU (medium close-up) .....	20
Gambar 2. 4 FS (Fuil-shoot) .....	21
Gambar 2. 5 LS (Long-shoot).....	21
Gambar 3. 1 Logo Perusahaan.....	32
Gambar 4. 1 Proses Transfer Data.....	52
Gambar 4. 2 Hasil Shooting .....	53
Gambar 4. 3 Dubbing.....	53
Gambar 4. 4 New Sequence .....	54
Gambar 4. 5 Menu Import.....	55
Gambar 4. 6 Composition .....	55
Gambar 4. 7 Effect Transition.....	56
Gambar 4. 8 Mixing .....	57
Gambar 4. 9 Coloring.....	58
Gambar 4. 10 sebelum coloring .....	58
Gambar 4. 11 hasil coloring .....	59
Gambar 4. 12 Rendering .....	60
Gambar 4. 13 Proses Rendering.....	60

## INTISARI

Dalam persaingan usaha yang semakin ketat , Barbershop merupakan bisnis yang sedang naik ke puncaknya. Momentum dimana tren rambut klimis menjadikan barbershop seolah tak terbendung. Hal ini membuat barbershop berlomba-lomba untuk melakukan promosi dengan menggunakan berbagai bentuk media yang dinilai dapat menunjang dalam program promosi nya di media cetak maupun elektronik. Sehingga setiap orang dapat dengan mudah mendapatkan informasi secara cepat dan tepat. Barbershop Boediman.Jr merupakan sebuah salon khusus pria .

permasalahan yang ada pada boediman.Jr barbershop antara lain media promosi masih menggunakan media komunikasi visual, pada umumnya masyarakat lebih mudah dan menerima informasi melalui media yang interaktif dan komunikatif. Perancangan dan pembuatan video Iklan ini menggunakan teknik Live Shoot .

Penelitian ini bermaksud untuk mendesain media promosi berbasis Iklan Televisi Boediman.jr barbershop, sehingga melalui iklan televisi ini diharapkan dapat memberikan bentuk informasi dan promosi yang lebih menarik,dan efektif.

**Kata Kunci :** *Barbershop* Boediman.Jr, Promosi , Iklan Televisi, *Live Shoot*



## **ABSTRAK**

*In the increasingly fierce business competition, Barbershop is a rising business to its peak. Momentum where hairstyle trend make the barbershop as unstoppable. This makes barbershop competing to do promotions by using various forms of media that are considered to support in its promotional programs in print and electronic media. So everyone can easily get information quickly and accurately.*

*Barbershop Boediman.Jr is a men's salon. the problems that exist in boediman.Jr barbershop among other media campaigns still use visual communication media, in general the community more easily and receive information through interactive and communicative media. Designing and creating video This ad uses the Live Shoot technique.*

*This research intends to design media campaign based on TV Advertising Boediman.jr barbershop, so that through television advertisement is expected to give form of information and promotion more interesting, and effective.*

**Keywords:** *Barbershop Boediman.Jr, Promotion, Television Advertising, Live Shoot*