

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI CV. HASSA
YASAGUNA MULIA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh

Muhamad Fajar

14.12.8185

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI CV. HASSA
YASAGUNA MULIA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
Pada Program Studi Sistem Informasi



Disusun oleh

Muhamad Fajar

14.12.8185

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

2018



PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI C.V
HASA YASAGUNA MULIA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhamad Fajar

14.12.8185

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 07 Desember 2018

Dosen Pembimbing,



Mei P. Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI C.V HASSA YASAGUNA MULIA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhamad Fajar
14.12.8185

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 November 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

M. Rudyanto Arief, S.T, M.T
NIK. 190302098



Agus Fatkhurohman, M.Kom
NIK. 190302249



Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 28 November 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, Tugas Akhir ini merupakan karya saya sendiri (Asli), dan ini 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 14 Desember 2018



Muhamad Fajar

NIM 14.12.8185



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya Allhamdulillah skripsi ini bisa terselesaikan . Pada kesempatan ini tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat-Nya yang sungguh luar biasa sampai saat ini.
2. Rosulullah SAW yang telah membawa umat ini dalam peradaban yang terang benerang.
3. Bapak, Ibu dan Kakak yang telah mendidik, memfasilitasi serta memberikan kasih sayang dan do'a. Khusus untuk siapapun yang menyuruh untuk segera menyelesaikan skripsi, baik buruknya skripsi bukan diukur dari cepat atau lambatnya skripsi tersebut namun dari skripsi tersebut terselesaikan apa tidak.
4. Untuk Semua dosen yang telah memberi banyak pengalaman.
5. Kepada dosen pembimbing Bapak Mei P. Kurniawan.
6. Teman-teman SI 07 angkatan 2014 yang selama kurang lebih 3 tahun menimba ilmu bersama.
7. Pihak Hassa Batik yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian di Hassa Batik.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai macam hambatan dan kesulitan baik segi materi dan moral. Namun atas izin-Nya melalui berbagai cara, penulisan skripsi ini bisa terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M.Suyanto, MM. selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA, yang telah mengesahkan skripsi ini.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Mei P. Kurniawan, M. Kom selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Mei P. Kurniawan, Bapak M. Rudyanto Arief, S.T, M.T dan Agus Fatkhurohman, M.Kom selaku penguji yang telah menguji penulis sehingga dapat lulus sebagai selayaknya seorang sarjana.
5. Pihak Hassa Batik yang telah mengizinkan untuk menjadi objek penelitian saya.
6. Semua pihak yang berkontribusi yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam pelaksanaan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis, oleh

karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pembangunan pada bidang multimedia.

Yogyakarta, 30 November 2018

Penulis,

Muhamad Fajar

Daftar Isi

Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4.1 Maksud Penelitian.....	3
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis.....	4
1.5.3 Metode Perancangan.....	4
1.5.4 Metode Pengembangan.....	4
1.5.5 Metode Testing.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	5
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	6
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka.....	6
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	8
2.2.1 Sejarah Multimedia.....	8
2.2.2 Pengertian Multimedia.....	9
2.2.3 Element Multimedia.....	9
2.3 Video.....	10

2.4	Periklanan	13
2.4.1	Pengertian Periklanan.....	13
2.4.2	Definsi Iklan.....	14
2.4.3	Jenis Iklan.....	14
2.5	Storyboard	16
2.6	Moton Graphic.....	17
2.6.1	Sejarah Motion Graphic	17
2.6.2	Konsep Dasar Perancangan Video dengan Tehnik <i>Motion Graphic</i> 19	
2.7	Pengertian Iklan Televisi.....	22
2.7.1	Langkah-lagkah Dalam Strategi Merancang Iklan Televisi.....	22
2.7.2	Strategi menerapkan Sasaran Audien.....	22
2.7.3	Tahap Pengembangan Multimedia.....	25
2.8	Tahap Memproduksi iklan.....	26
2.8.1	Pra Produksi	26
2.8.2	Produksi.....	27
2.8.3	Pasca Produksi.....	28
2.9	Motion Tracking	29
2.9.1	Pengertian Motion Traking	29
2.9.2	Perkembangan Motion Traking.....	29
2.10	Tehnik Pengambilan Gambar	30
2.10.1	Type of Shot.....	30
2.10.2	Camera Angle.....	31
2.10.3	Pergerakan Kamera	35
2.11	Mengetes Sistem Multimedia	37
2.12	Pendekatan Utilitas Sistem Informasi.....	38
BAB III.....		41
3.1	Tinjauan Umum Hassa Batik Yogyakarta.....	41
3.1.1	Hassa Batik Yogyakarta.....	41
3.1.2	Profil Perusahaan.....	42
3.1.3	Visi dan Misi C.V Hassa Yassaguna Mulia	42

3.1.4	Logo C.V Hassa Yasaguna Mulia	43
3.2	Pengertian Analisis Sistem	43
3.2.1	Analisis SWOT	43
3.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	45
3.3.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	45
3.3.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	46
3.4	Tahap Praproduksi	49
3.4.1	Rancangan Ide Iklan.....	49
3.4.2	Rancangan Konsep Iklan.....	49
3.4.3	Rancangan Naskah Iklan.....	50
3.4.4	Rancangan Storyboard Iklan C.V Hassa Yasaguna Mulia.....	51
BAB IV	55
4.1	Implementasi	55
4.1.1	Tahap Produksi.....	56
4.1.2	Animasi Motion Graphic.....	60
4.1.3	Mengerakan Gambar (<i>Animating</i>).....	61
4.2	Pasca Produksi	66
4.2.1	Capturinig	66
4.2.2	Penggabungan Footage (<i>Compositing</i>)	67
4.2.3	Final Compositing dan Coloring	67
4.2.4	Dubbing	72
4.2.5	Sound Editing dan Lipsyne	72
4.2.6	Mixing (Pengabungan Audio dan Video)	75
4.2.7	Rendering	76
4.2.8	Penyelarasan Rancangan Storyboard dan Hasil Editing	78
4.3	Testing	80
4.3.1	Pendekatan Utilitas Sistem Informasi	80
BAB V	83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran	83
Daftar Pustaka	85

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Kebutuhan Perangkat Keras.....	47
Tabel 3.2 Perancangan Story Board.....	51
Tabel 3.3 Perancangan Story Board.....	52
Tabel 3.4 Perancangan Story Board.....	53
Tabel 3.5 Perancangan Story Board.....	54
Tabel 4.1 Bagan Pembuatan Video.....	55
Tabel 4.2 Penyelarasan Rancangan dengan Hasil Editing.....	78
Tabel 4.3 Penyelarasan Rancangan dengan Hasil Editing.....	79
Tabel 4.4 Penyelarasan Rancangan dengan Hasil Editing.....	80
Tabel 4.5 Testing Utilitas Produk.....	80
Tabel 4.6 Testing Utilitas Produk.....	81
Tabel 4.7 Testing Utilitas Produk.....	82

Daftar Gambar

Gambar 3.1 C.V Hasna Yasaguna Mulia.....	43
Gambar 4.1 Pengambilan Video	57
Gambar 4.2 Gambar Pengambilan Video	57
Gambar 4.3 Long Shoot	58
Gambar 4.4 Medium Long Shoot.....	59
Gambar 4.5 Medium Shoot.....	59
Gambar 4.6 Close Up.....	60
Gambar 4.7 Tampilan Awal Sebelum dianimasikan.....	61
Gambar 4.8 Menganimasikan Teks.....	62
Gambar 4.9 Menganimasikan Lingkaran	62
Gambar 4.10 Mengubah Ukuran Objek	63
Gambar 4.11 Menampilkan Teks.....	63
Gambar 4.12 Membuat Shape Layer.....	64
Gambar 4.13 Mengubah Opacity dan Blending	64
Gambar 4.14 Menduplicate Objek	65
Gambar 4.15 Membuat Geadasi Efek Cahaya	65
Gambar 4.16 Menggerakan Efek Cahaya	66
Gambar 4.17 Capturing	67
Gambar 4.18 Compositing	67
Gambar 4.19 Membuat Sequence Baru.....	68
Gambar 4.20 Memasukan Video kedalam Sequence.....	68

Gambar 4.21 Menyesuaikan dengan Story Board.....	69
Gambar 4.22 Membuat Adjustment Layer.....	70
Gambar 4.23 Memasukan efek Lumetri Color.....	70
Gambar 4.24 Mengubah Workspace.....	71
Gambar 4.25 Mecerahkan Video.....	71
Gambar 4.26 Memasukan File Audio.....	72
Gambar 4.27 Menseleksi <i>Noise</i>	73
Gambar 4.28 Menghilangkan Noise.....	73
Gambar 4.29 Mengkeraskan Suara.....	74
Gambar 4.30 Memberi Batasan Suara.....	74
Gambar 4.31 Menyimpan Audio.....	75
Gambar 4.32 Import File After Effect.....	75
Gambar 4.33 Menggabungkan Video dengan Audio.....	76
Gambar 4.34 Langkah Menuju Render.....	77
Gambar 4.35 Settingan Rendering.....	77
Gambar 4.36 Menunggu Hasil Render.....	78

INTISARI

Hassa batik beralamat di Jl. HOS Cokroaminoto No.170A, Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Media promosi yang dilakukan oleh pihak Hassa Batik selama ini hanya memanfaatkan media sosial, *website* maupun brosur sebagai media promosi untuk mengenalkan produk dari Hassa Batik sehingga informasi tidak tersampaikan secara maksimal kepada masyarakat. Berdasarkan pengunjung di toko Hassa Batik dalam 7 hari terakhir rata-rata tiga sampai lima orang pengunjung tiap harinya dan yang memesan melalui media online mencapai 15 sampai 20 setiap harinya.

Dari permasalahan tersebut memunculkan gagasan untuk membuat suatu media promosi dalam bentuk video iklan televisi dan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Dalam video promosi ini *motion graphic* digunakan sebagai *animated tittle* dengan memadukan antara elemen-elemen grafis dan video shoot, sedangkan teknik *liveshoot* berfungsi untuk menampilkan beberapa adegan dan suasana objek.

Video promosi ini nantinya akan ditayangkan sebagai iklan di televisi sehingga dengan media televisi diharapkan mampu menarik masyarakat untuk datang serta promosi dan informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Kata-kunci : Media Promosi, Video Iklan Televisi, Hassa Batik

ABSTRACT

Hassa Batik is a company to sell convection original batik cap addressed in Jl. HOS Cokroaminoto No.170A, Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hassa Batik used media promotion only sosial media, website and brochures to interduce products from Hassa Batik so that information is not delivered optimally to the public. Based on visitors at Hassa Batik store in the last 7 days average of tree to five visitors per day and those who booked in online media reached 15 to 20 each day.

From this problems think the idea of making a promotional media in the television video ads and using live shoot techniques and motion graphic. In this promotional video motion graphics are used as animated by combining graphic elements and videos shoot, and the livesoot tehnikue to displaysveral scanes and the atmosphere of the object.

This video promotional will be shown as an advetisement on television media, expected to be able to attract to come the public. The promotion and information can be well delivered to public.