

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
PT.EARTEC YOGYAKARTA**

SKRIPSI

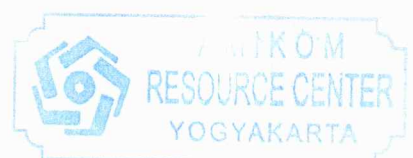


disusun oleh

Kamil Abdul Rozak

14.11.8367

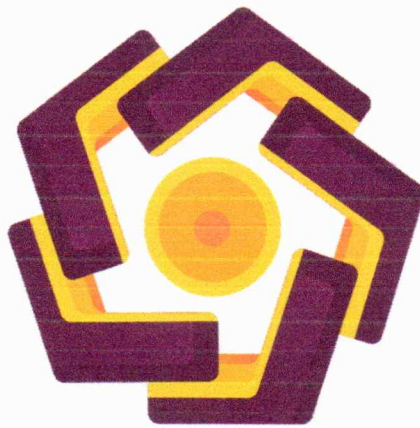
**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**



**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
PT.EARTEC YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Informatika



disusun oleh

Kamil Abdul Rozak

14.11.8367

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI

PT.EARTEC YOGYAKARTA

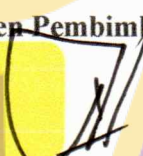
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Kamil Abdul Rozak

14.11.8367

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 19 Oktober 2018

Dosen Pembimbing,


Mei P Kurniawan, M.Kom.
NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PT.EARTEC YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Kamil Abdul Rozak

14.11.8367

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Oktober 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

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

Bernadhed, M.Kom.
NIK. 190302243

Bety Wulan Sari, M.Kom.
NIK. 190302254



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 19 November 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER


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

PERNYATAAN

Penulis yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya Penulis 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 Penulis 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 Penulis pribadi.

Yogyakarta, 19 oktober 2018



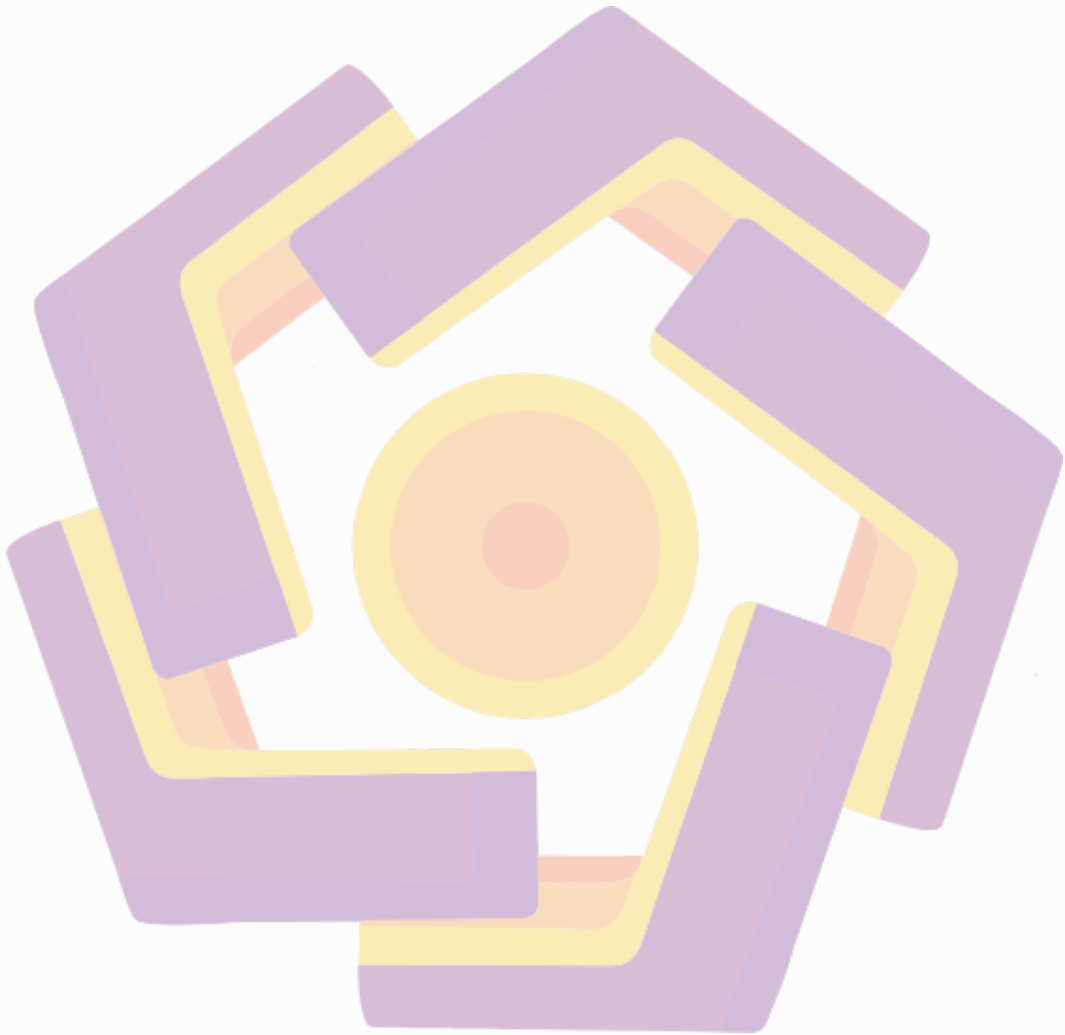
Kamil Abdul Rozak

NIM. 14.11.8367

MOTTO

"Biar Layar Robek Biar Kemudi Patah"

"Lebih Baik Tenggelam Dari Pada Putar Haluan"



PERSEMBAHAN

- ❖ Rasa syukur yang besar saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya dan dengan takdirnya yang membimbing saya untuk menjadi seorang yang seperti sekarang ini.
- ❖ Kedua orang tua saya, yang selalu memberi dukungan doa, restu, kasih sayang yang tak terhingga dan tak akan ada habisnya jika dihitung dan tak akan pernah cukup diri ini untuk membalasnya.
- ❖ Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom, yang senantiasa membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
- ❖ Bernadhed, M.Kom, yang telah memberi ilmu sekaligus menginspirasi saya dalam karya ini.
- ❖ Ines Frilyandini, S.Pd, yang telah memberi support hingga saya semangat untuk menyelesaikan skripsi.
- ❖ Teman-teman Kos, Kontrakan, TI 13, Jogjavidgram, terimakasih telah menemani saya dalam susah dan senang.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PT.EARTEC YOGYAKARTA**, yang merupakan salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta Jurusan Informatika. Selesaiannya studi pada tingkat Sarjana ini tidaklah berarti menamatkan pendidikan atau telah mencapai tujuan akhir, melainkan baru merupakan langkah awal untuk meraih cita-cita.

Tanpa bimbingan dan bantuan tersedianya fasilitas yang diberikan, penulis yakin skripsi ini tidak akan dapat tersusun sebagaimana yang diharapkan. Untuk itu kiranya tidaklah berlebihan bila kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku dekan fakultas komputer UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom. selaku dosen pembimbing atas bantuan, bimbingan dan waktu yang diberikan untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta Jurusan Informatika yang dengan ketulusan hati memberikan ilmunya, dan para staf administrasi yang telah membantu dalam belajar di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
5. Bapak Bernadhed, M.Kom. dan Ibu Bety Wulan Sari, M.Kom. selaku Dosen Penguji Pendadaran.

6. Orang tua yang saya sayangi. Katimin dan Siti Khomsati yang selalu memberikan dorongan, doa restu, kasih sayang, perhatian dan nasehatnya hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Ines Frily Andini S.Pd yang telah memberi semangat dan suport, selalu memaksakan mengingatkan diri saya agar tidak malas mengerjakan skripsi.
8. Teman-teman angkatan 2014 Jurusan Informatika UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
9. Dan untuk semua pihak tidak dapat disebutkan satu-persatu, atas bantuan yang telah diberikan guna penyusunan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, sekali lagi penulis ucapkan terimakasih. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal dan mendapat imbalan pahala dari Allah SWT. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, Amin.

Yogyakarta, 19 Oktober 2018

Penulis



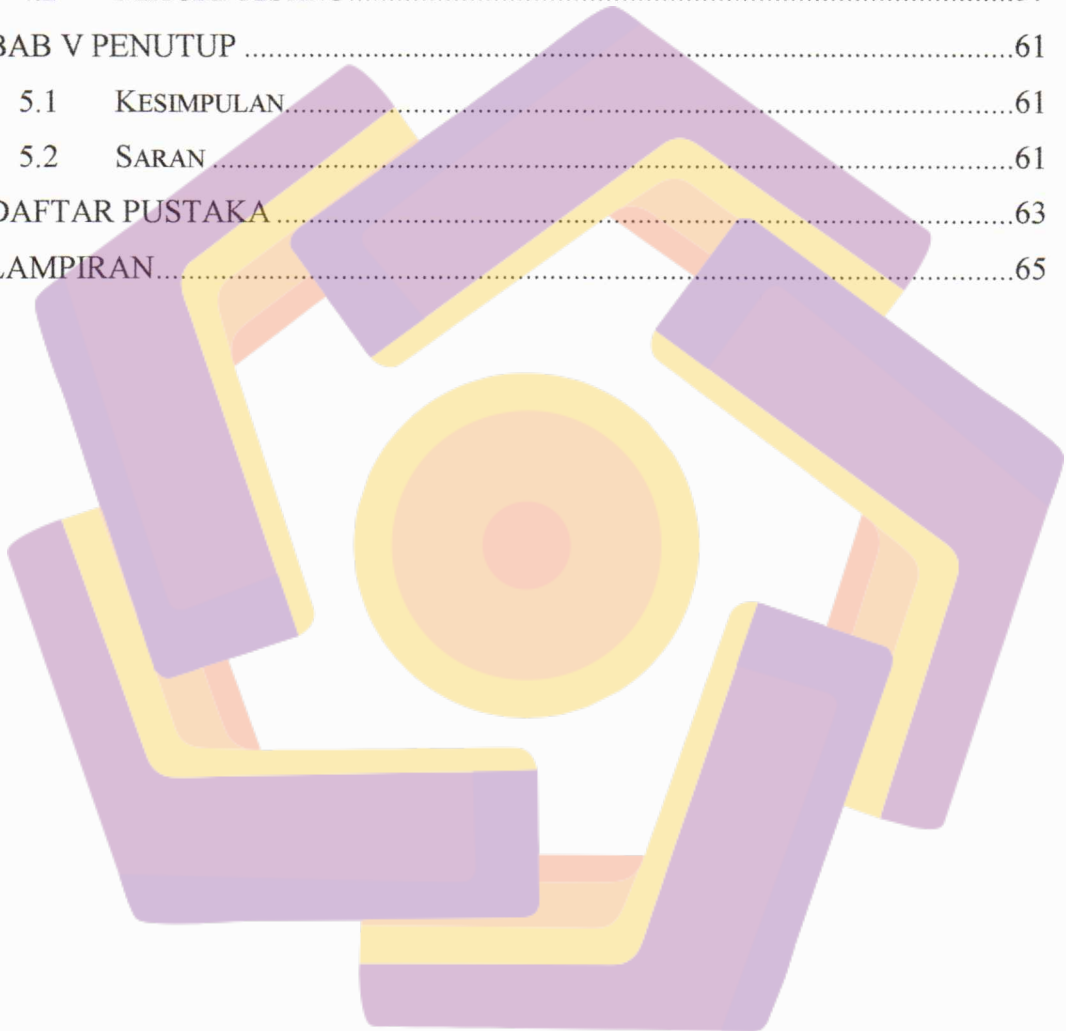
Kamil Abdul Rozak

DAFTAR ISI

JUDUL.....	I
PERSETUJUAN	II
PENGESAHAN	III
PERNYATAAN	IV
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
INTISARI	XV
ABSTRACT.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	2
1.3 BATASAN MASALAH.....	2
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN	2
1.5 METODE PENELITIAN.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.2 Metode Analisi.....	3
1.5.3 Metode Perancangan.....	4
1.5.4 Metode Pengembangan.....	4
1.5.5 Metode Testing	4
1.5.6 Metode implementasi.....	4
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.2 DASAR TEORI 1.....	7
2.2.1 Pengertian Iklan	7
2.2.2 Jenis-Jenis Iklan.....	8
2.2.3 Fungsi dan Tujuan Iklan	10
2.2.4 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	12

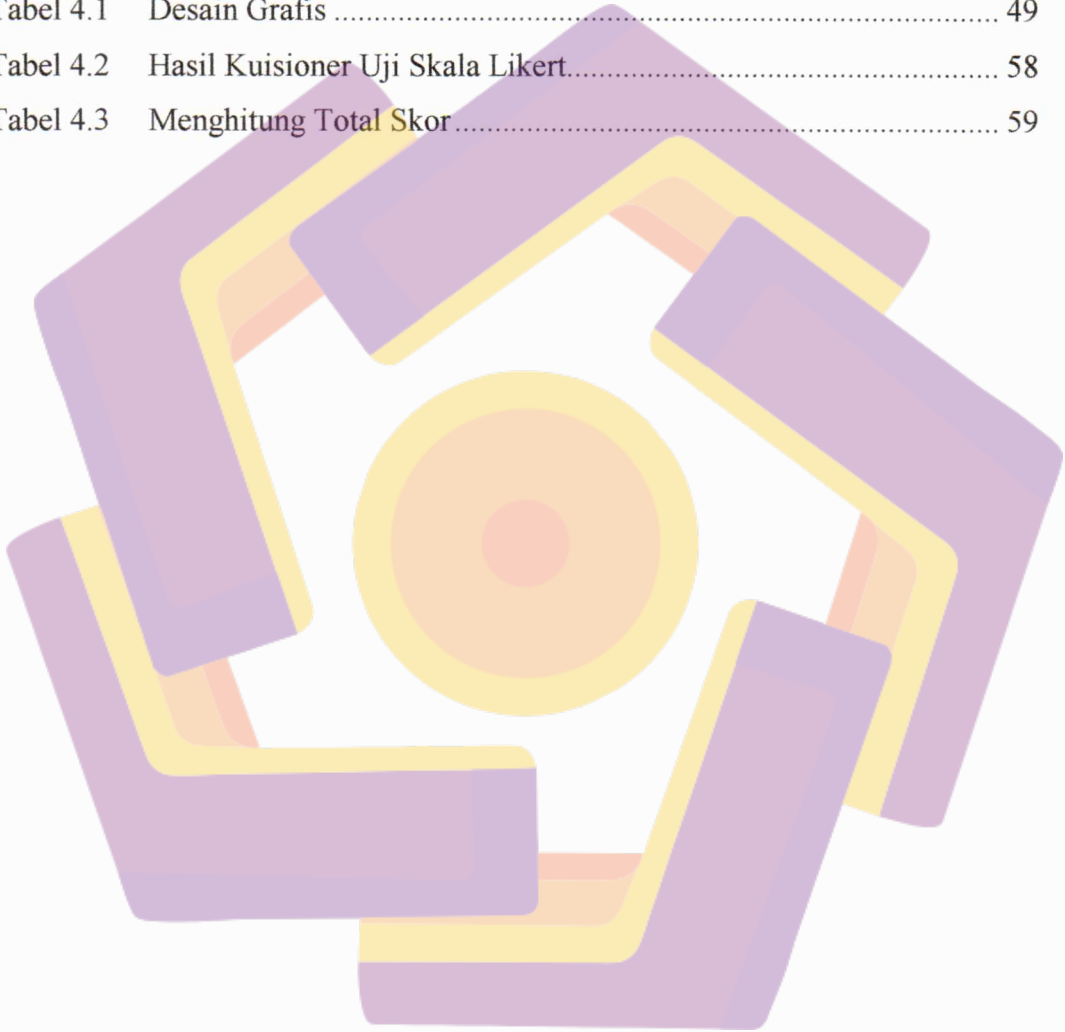
2.2.5	Strategi Perancangan Iklan Televisi.....	14
2.2.6	Teknik Pengambilan Gambar	16
2.3	METODE ANALISIS.....	17
2.3.1	Analisis SWOT	17
2.3.2	Penjelasan Analisis SWOT	18
2.3.3	Manfaat Analisis SWOT.....	19
2.4	METODE PERANCANGAN IKLAN	20
2.4.1	Tahap Pra Produksi.....	20
2.4.2	Produksi	21
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		24
3.1	TINJAUAN UMUM.....	24
3.1.1	Profil Perusahaan	24
3.1.2	Logo Perusahaan.....	25
3.1.3	Visi dan Misi.....	25
3.2	ANALISIS SWOT	26
3.2.1	Strengths (Kekuatan).....	26
3.2.2	Weakness (Kelemahan)	26
3.2.3	Opportunities (Peluang).....	27
3.2.3	Threats (Ancaman).....	27
3.3	SOLUSI YANG DAPAT DITERAPKAN.....	30
3.4	SOLUSI YANG DIPILIH.....	30
3.5	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM.....	30
3.5.1	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	30
3.5.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional.....	31
3.6	ANALISIS KELAYAKAN SISTEM.....	32
3.6.1	Kelayakan Teknis.....	32
3.6.2	Kelayakan Operasi.....	32
3.6.3	Kelayakan Hukum	32
3.7	TAHAP PRA PRODUKSI.....	33
3.7.1	Ide Cerita.....	33
3.7.2	Skenario atau Naskah.....	33

3.7.3	Storyboard.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	IMPLEMENTASI.....	39
4.1.1	Tahap Produksi	39
4.1.2	Tahap Pasca Produksi	47
4.2	METODE TESTING	57
BAB V PENUTUP		61
5.1	KESIMPULAN.....	61
5.2	SARAN	61
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN.....		65



DAFTAR TABEL

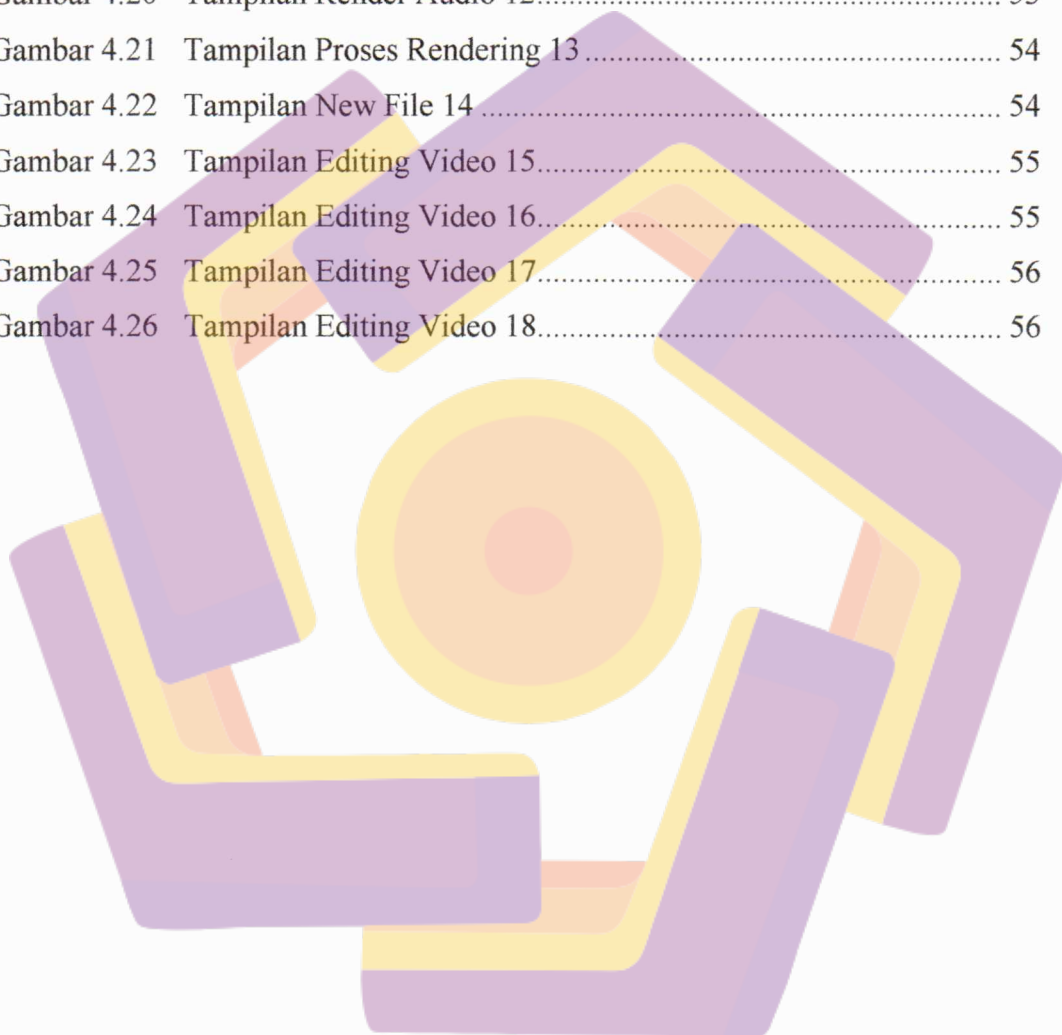
Tabel 2.1	Skala Jawaban.....	22
Tabel 3.1	Analisi Matriks SWOT	28
Tabel 3.2	Storyboard.....	35
Tabel 4.1	Desain Grafis	49
Tabel 4.2	Hasil Kuisisioner Uji Skala Likert.....	58
Tabel 4.3	Menghitung Total Skor.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Managemen Periklanan.....	14
Gambar 3.1	Logo PT.Eartec Yogyakarta.....	25
Gambar 3.2	Skenario/Naskah	34
Gambar 3.3	Storyboard.....	35
Gambar 3.4	Storyboard.....	35
Gambar 3.5	Storyboard.....	35
Gambar 3.6	Storyboard.....	36
Gambar 3.7	Storyboard.....	36
Gambar 3.8	Storyboard.....	36
Gambar 3.9	Storyboard.....	37
Gambar 3.10	Storyboard.....	37
Gambar 3.11	Storyboard.....	37
Gambar 3.12	Storyboard.....	38
Gambar 3.13	Storyboard.....	38
Gambar 3.14	Storyboard.....	38
Gambar 4.1	Alur Proses Produksi.....	39
Gambar 4.2	Canon EOS 70D.....	40
Gambar 4.3	Lensa Canon 18-55mm f/3.0.....	41
Gambar 4.4	Lensa Fix 50mm f/1.4	41
Gambar 4.5	Tripod.....	41
Gambar 4.6	Glidecam Wildcat	42
Gambar 4.7	Lampu YN-300	42
Gambar 4.8	Memory Card Class 10	43
Gambar 4.9	Tampilan Video 01	43
Gambar 4.10	Tampilan Video 02	44
Gambar 4.11	Tampilan Video 03	44
Gambar 4.12	Tampilan Video 04	45
Gambar 4.13	Tampilan Video 05	45
Gambar 4.14	Tampilan Video 06	46

Gambar 4.15	Tampilan Video 07	46
Gambar 4.16	Tampilan Video 08	47
Gambar 4.17	Tampilan Audio 09	52
Gambar 4.18	Tampilan SFX Audio 10	52
Gambar 4.19	Tampilan SFX Audio 11	53
Gambar 4.20	Tampilan Render Audio 12	53
Gambar 4.21	Tampilan Proses Rendering 13	54
Gambar 4.22	Tampilan New File 14	54
Gambar 4.23	Tampilan Editing Video 15	55
Gambar 4.24	Tampilan Editing Video 16	55
Gambar 4.25	Tampilan Editing Video 17	56
Gambar 4.26	Tampilan Editing Video 18	56



INTISARI

Iklan pada media saat ini telah dibarengi dengan teknologi yang lebih canggih seperti media sosial, televisi, bioskop, dan internet dan cara periklanan media televisi ini masih efektif, cepat dikenal oleh masyarakat, dengan demikian "Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi PT.Eartec" timbul rumusan masalah "Bagaimana cara merancang dan membuat iklan televisi" sehingga dapat mempromosikan produk eartec ditelvisi dalam bentuk video.

Secara keseluruhan pada kasus pembuatan iklan televisi ini, penulis memakai metode penelitian deskriptif kualitatif dan teknik analisis SWOT, dari hasil analisis akan diambil pemasaran yaitu melalui iklan "PT.Eartec" akan lebih efektif dan efisien untuk memaksimalkan penjualan.

Berdasarkan rumusan masalah pada bab sebelumnya yang telah ditemukan maka kesimpulan yang didapatkan dalam proses pembuatan video iklan televisi harus siap dari segala bentuk kebutuhan demi menunjang hasil video iklannya.

Kata Kunci: Iklan Alat Bantu Dengar Eartec, Vegas Pro, Masking, Grid

ABSTRACT

Advertising on the media at this time has been accompanied by more sophisticated technology such as social media, television, cinema, and the internet and the way television media advertising is still effective, quickly recognized by the public, thus "Designing and Making of Television Advertising PT. Eartec" formulated the problem of "How to design and make television advertisements" so that it can promote eartec products on television in the form of videos.

Overall in the case of making this television ad, the author uses descriptive qualitative research methods and SWOT analysis techniques, from the results of the analysis will be taken marketing, namely through the advertisement "PT. Eartec" will be more effective and efficient to maximize sales.

Based on the formulation of the problem in the previous chapter that has been found, the conclusions obtained in the process of making television ad videos must be prepared from all forms of need to support the results of the video advertisement.

Keyword: *Iklan Alat Bantu Dengar Eartec, Vegas Pro, Masking, Grid.*