PEMBUATAN IKLAN KOMERSIAL UNTUK TV LOKAL DENGAN MENGGUNAKAN MOTION GRAPHIC PADA GERAI KEDAI KEJU YOGYAKARTA

SKRIPSI

disusun oleh

Muhammad Rifqi

08.12.3141

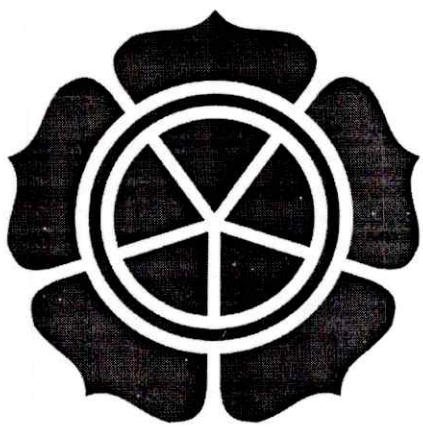
JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2013

AMIKOM
RESOURCE CENTER
YOGYAKARTA

PEMBUATAN IKLAN KOMERSIAL UNTUK TV LOKAL DENGAN MENGGUNAKAN MOTION GRAPHIC PADA GERAI KEDAI KEJU YOGYAKARTA

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Muhammad Rifqi

08.12.3141

JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2013

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN KOMERSIAL UNTUK TV LOKAL DENGAN MENGGUNAKAN MOTION GRAPHIC PADA GERAI KEDAI KEJU YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Rifqi

08.12.3141

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 7 November 2013

Dosen Pembimbing,

Tonny Hidayat, M.KOM
NIK. 190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN KOMERSIAL UNTUK TV LOKAL DENGAN MENGGUNAKAN MOTION GRAPHIC PADA GERAI KEDAI KEJU YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Rifqi

08.12.3141

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 30 November 2013

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji	Tanda Tangan
Tonny Hidayat, M.KOM **NIK.190302182**	
Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom. **NIK. 190302047**	
Mei P Kurniawan, M.KOM **NIK. 190302187**	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 30 november 2013

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

AMIKOM RESOURCE CENTER YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dari skripsi ini tidak terdapat karya yang sebelumnya pernah diajukan orang lain dengan tujuan memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

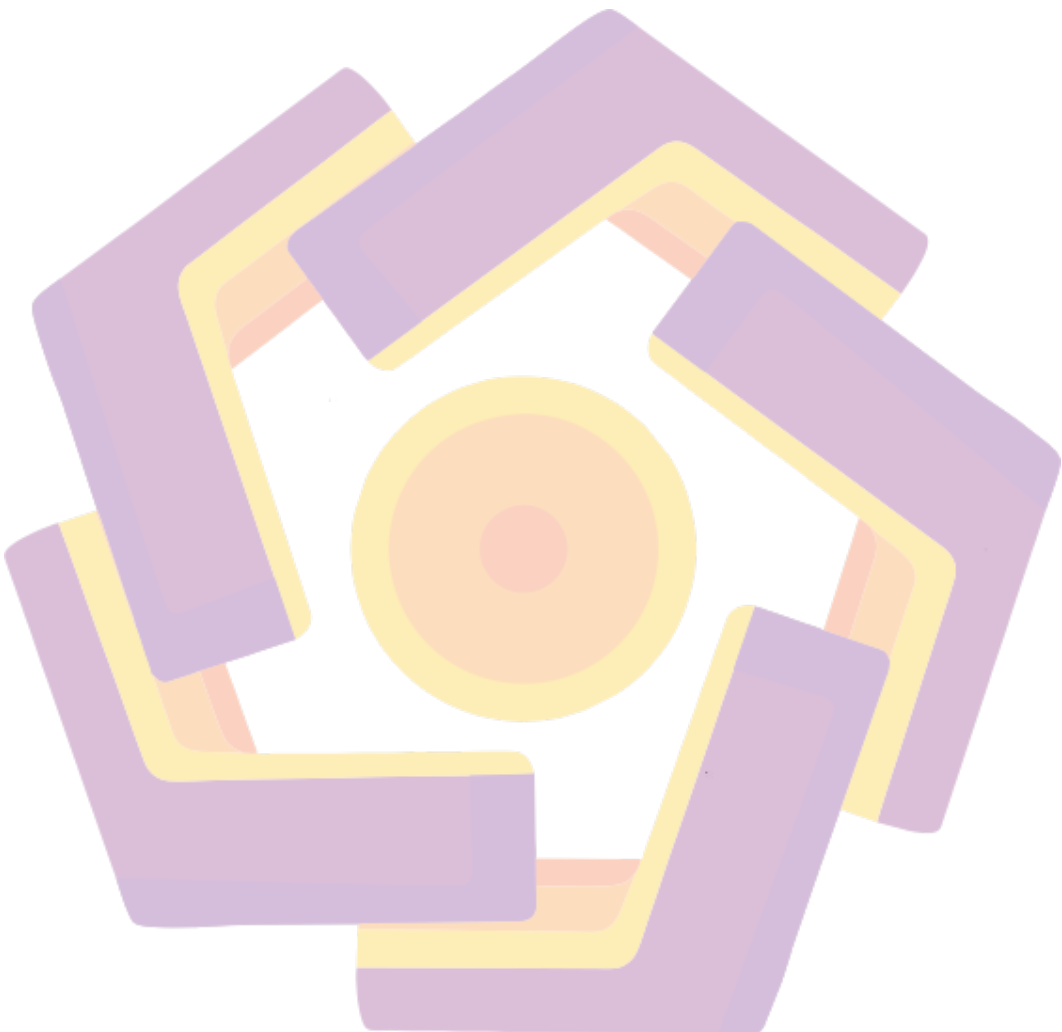
Yogyakarta, 12 Desember 2013

Muhammad Rifqa

NIM : 08.12.3141

MOTTO

- Dream, pray,and do



PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- Untuk keluargaku tercinta yang telah banyak mensupport , menjaga , dan mendoakan sejak dulu , sampai sekarang dan hingga nanti.
  merekalah semangat untukku untuk meraih mimpi-mimpi satu demi satu
- Teman-teman kelas ku di S1-SI-F yang sejak awal selalu menemani, memberikan canda, semangat dan motivasi hingga lulus. Semoga jalinan pertemanan ini akan bias sampai di hari tua nanti.
- Terima kasih pada sahabat-sahabatku yang telah mensupport, mendoakan, sampai skripsi ini dapat disusun dan selesai sesuai target.
- Tidak lupa terima kasih pada seseorang yang tidak letih dan jenuh menyemangatiku dari awal pembuatan skripsi hingga penyusunan selesai. Semoga Allah selalu meridhoi hubungan kita
- Terima kasih pada teman-teman yang sudah membantu dan mau terlibat , diganggu, dan menjadi tempat konsultasi skripsi ini hingga selesai

AMIKOM
RESOURCE CENTER
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada setiap hamba-Nya dan tak lupa sholawat serta salam kepada junjungan Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata-1 Jurusan Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi yang berjudul "*Pembuatan Iklan Komersial Untuk Tv Lokal Dengan Menggunakan Motion Graphic Pada Gerai Kedai Keju Yogyakarta.*", dengan ini penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Tony Hidayat M.kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak saran, bantuan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, MM, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

4. Ibu dan Bapak tercinta, adikku tersayang, sahabat-sahabat tersayang, dan seseorang tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dorongan kepada penyusun.

5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penyusun.

Dalam penulisan skripsi ini penyusun menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penyusun, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian ini.

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

Yogyakarta, 7 Juni 2013

Penyusun

AMIKOM
RESOURCE CENTER
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERYATAAN iv
HALAMAN MOTTO v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xix
INTISARI xxi
ABSTRACT ..... *xxii*
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 2
1.3. Batasab Masalah 2
1.4. Tujuan Penelitian 3
1.5. Manfaat Penelitian 3
1.6. Metode Penelitian 4
1.7. Sistematika Penulisan 5
BAB II LANDASAN TEORI 7
2.1. Periklanan 7
2.1.1. Pengertian Periklanan 7
2.1.2. Sejarah Periklanan Dunia dan Perkembanganya 7
2.1.3. Definisi Iklan 9
2.1.4. Jenis Iklan 9
2.1.4.1. Iklan Bermerek 9
2.1.4.2. Ritel atau Iklan Lokal 10

2.1.4.3. Iklan Politik 10
2.1.4.4. Iklan Direktori 10
2.1.4.5. Iklan langsung Respon 10
2.1.4.6. Iklan Bisnis 11
2.1.4.7. Iklan constitutional 11
2.1.4.8. Iklan Layanan Masyarakat 11
2.1.4.9. Iklan Interaktif 11
2.2. Pengertian Iklan Televisi 12
2.2.1. Istilah-Istilah dalam Pembuatan Naskah Storyboard 12
2.3. Motion Graphic 14
2.4. Alur Kerja Produksi Iklan Gerai Kedai Keju 15
2.4.1. Praproduksi 15
2.4.1.1. Menulis Skenario 15
2.4.1.2. Storyboard 18
2.4.2. Produksi 18
2.4.2.1. Shooting 19
2.4.3. Pascaproduksi 19
2.4.3.1. Editing 19
2.4.3.2. Animasi 19
2.4.3.3. Kompositing 20
2.4.3.4. Pembuatan Sound 20
2.4.3.5. rendering 20
2.5. Peraturan dalam Beriklan di Jogja TV 20
2.6. Perangkat Lunak Yang Digunakan 21
2.6.1.Adobe After Effect CS6 21
2.6.2. Adobe Premiere Pro CS6 22
2.6.3. Adobe Photoshop CS6 23
2.6.4. Adobe Audition CS6 23
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN 25
3.1. Gambaran Umum 25

AMIKOM RESOURCE CENTER YOGYAKARTA

3.1.1. Sejarah Berdirinya Gerai Kedai Keju Yogyakarta 25
3.1.2. Kedai Keju Yogyakarta 25
3.1.3. Visi dan Misi 25
3.1.4. Struktur Organisasi 26
3.2. Analisis SWOT 27
3.2.1. Strenght 27
3.2.2. Weakness 28
3.2.3. Opportunity 28
3.2.4. Threat 28
3.3. Analisis Kebutuhan Informasi 29
3.3.1. Kebutuhan Perangkat Lunak 29
3.3.2. Kebutuhan Perangkat Keras 29
3.3.3. Kebutuhan Brainware 30
3.4. Perancangan Iklan 30
3.4.1. Rancangan Konsep Iklan 30
3.4.2. Rancangan Naskah Iklan 31
3.4.3. Rancangan Storyboard 32
3.5. Media Penyampaian Iklan 34
3.5.1. Jangkauan Media 34
3.5.2. Biaya Pemasangan Iklan 35
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN 36
4.1. Produksi 36
4.2. Pasca produksi 36
4.2.1. Editing 37
4.2.2. Animasi dan Kompositing 40
4.2.3. Pembuatan Sound 48
4.2.4. Rendering 49
BAB V PENUTUP 53
5.1. Kesimpulan 53
5.2. Saran 53

DAFTAR PUSTAKA..... 56

DAFTAR TABEL

2.1. Tabel Tarif Iklan 21
3.1. Storyboard 34
3.2. Tabel Tarif Iklan 35

AMIKOM
RESOURCE CENTER
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Close Up 13
Gambar 2.2. Medium Shot 13
Gambar 2.3. Long Shoot 13
Gambar 2.4. Adobe After Effect CS6 22
Gambar 2.5. Adobe Premiere Pro CS6 23
Gambar 2.6. Adobe Photoshop CS6 23
Gambar 2.7. Adobe Audition CS6 24
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Kedai Keju 26
Gambar 4.1. Proses Shooting 36
Gambar 4.2. Jendela New Project 37
Gambar 4.3. Membuat sequence baru 38
Gambar 4.4. Import File 38
Gambar 4.5 Jendela Import 39
Gambar 4.6. Menyusun Video 39
Gambar 4.7. Menggunakan Razor Tool 40
Gambar 4.8. Replace With Adobe After Effect 41
Gambar 4.9. Save Adobe After Effect 41
Gambar 4.10 Import Gambar 42
Gambar 4.11 Jendela psd 42
Gambar 4.12. Menarik Satu Per Satu Ke Timeline 43
Gambar 4.13. Aktifkan Layer 3D 43
Gambar 4.14. Aktifkan Motion Blur 44
Gambar 4.15. Membuka Properti Bahan 45
Gambar 4.16. Animasi Rotasi 45
Gambar 4.17. Masking Talent 46
Gambar 4.18. New Camera 47
Gambar 4.19. Null Object 47
Gambar 4.20 2view-horizontal 48

Gambar 4.21. web soundjay 48
Gambar 4.22. Memasukan Sound Ke Adobe Audition 49
Gambar 4.23. Import Sound Ke Adobe Premiere 49
Gambar 4.24. Magic Bullet Look. 50
Gambar 4.25. Export Setting 51
Gambar 4.26. rendering 51

AMIKOM
RESOURCE CENTER
YOGYAKARTA

INTISARI

Pada saat ini sudah banyak jenis usaha kuliner yang berada di wilayah Yogyakarta. Salah satu usaha kuliner tersebut adalah gerai kedai keju yang mana usaha tersebut sebelumnya sudah pernah memenggunakan social media dalam pemasarannya. Dalam upaya meningkatkan pemasaran pihak pengelola kedai keju membutuhkan pemasaran yang lebih kreatif. Agar produk kedai keju dikenal luas oleh masyarakat khususnya di kota Jogja.

Untuk menjaga eksistensi kedsai keju maka diperlukan suatu media pemasaran kreatif yaitu iklan. Oleh karena itu dibuatlah iklan kedai keju yang menarik khususnya untuk segmentasi anak muda sebagai target pemasarannya. Dimana iklan tersebut dibuat dengan audio visual kreatif. Dalam pelaksanaannya menggunakan berbagai metode penelitian seperti pengumpulan data, analisis, desain, dan implementasi.

Dengan adanya pembuatan iklan ini diharapkan menjadi media informasi yang dapat membantu meningkatkan omset usaha Gerai Kedai Keju karena informasi yang dihasilkan lebih manarik dan mudah tersampaikan kepada konsumen. Iklan ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang produk-produk kedai keju.

Kata kunci : iklan, audio visual, kuliner, audio visual, gerai kedai keju

ABSTRACT

At this time many types of businesses that are in the area of culinary Yogyakarta . One such effort is the culinary outlets cheese shop where the business has previously been memenggunakan social media in marketing . In an effort to improve the marketing manager of a cheese shop requires a more creative marketing . In order cheese shop products known by the people , especially in the city of Yogyakarta .

To maintain the existence kedsai cheese we need a media that is advertising creative marketing . Therefore made cheese shop ads are of particular interest to young people as a target segmentation marketing . Where the ad was made with audio-visual creative . In practice using a variety of research methods such as data collection , analysis , design , and implementation .

With the creation of this ad is expected to be a medium of information that can help increase business turnover Cheese Shop outlets because information generated over appearance and easily conveyed to consumers . This ad is expected to provide information about products cheese shop .

***Keywords** : advertising , audio- visual , culinary , audio-visual , cheese shop outlets*