

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL GOLDSTEP
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

TUGAS AKHIR



disusun oleh

Okti Andika Dwi Prasetya 14.01.3432

Hector Ivan Mustaghfirin 14.01.3438

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL GOLDSTEP
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

TUGAS AKHIR

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Ahli Madya
pada jenjang Program Diploma – Program Studi Teknik Informatika



disusun oleh

Okti Andika Dwi Prasetya 14.01.3432

Hector Ivan Mustaghfirin 14.01.3438

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL GOLDSTEP
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Okti Andika Dwi Prasetya 14.01.3432

Hector Ivan Mustaghfirin 14.01.3438

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 9 Agustus 2017

Dosen Pembimbing,



Dhani Ariatmanto, M.Kom

NIK.190302197

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL GOLDSTEP
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Okti Andika Dwi Prasetya

14.01.3432

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 September 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Agus Purwanto, M.Kom

NIK. 190302229

Mei P Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 25 September 2017

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si, M.T.

NIK. 190304038

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, Tugas Akhir ini merupakan karya saya 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 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, 26 September 2017



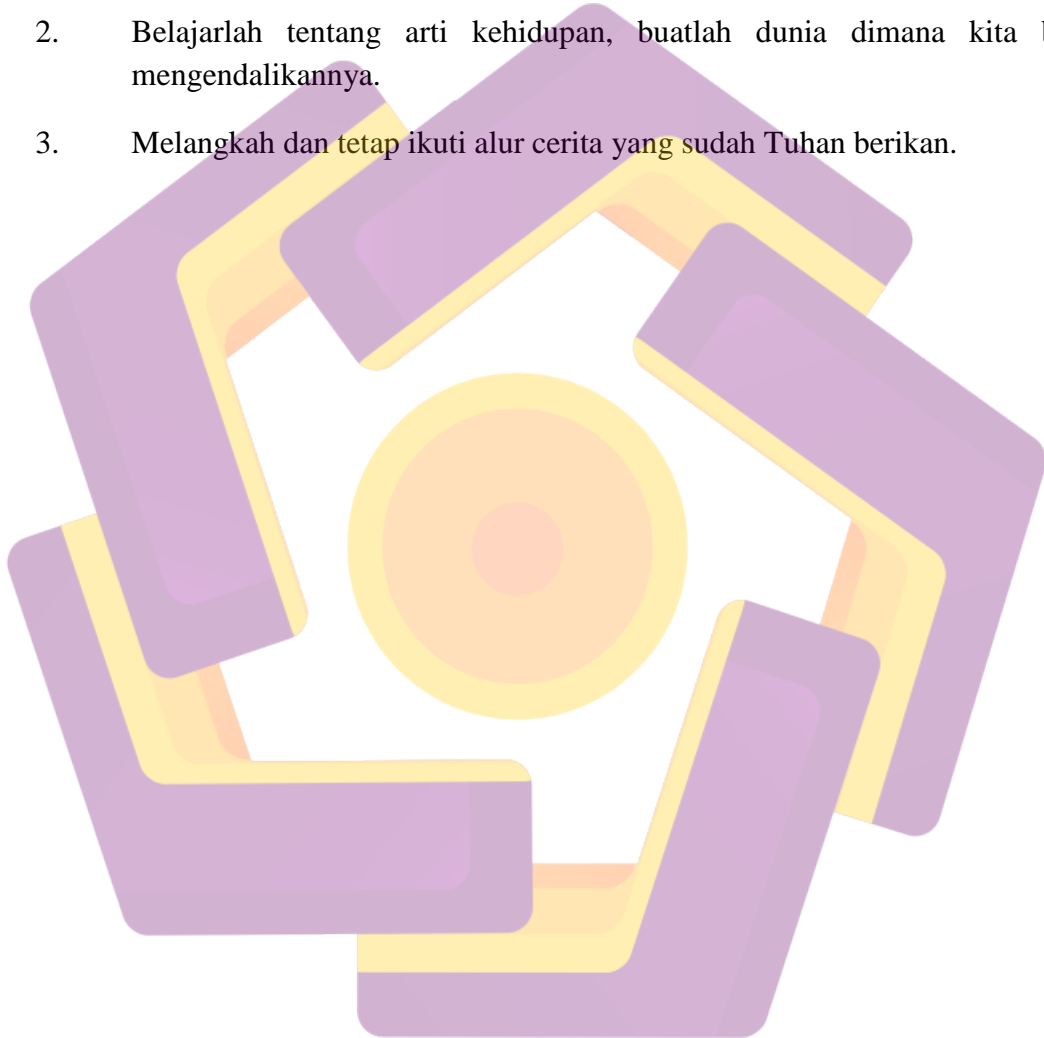
Okti Andika Dwi Prasetya
Nim.14.01.3432



Hector Ivan Mustaghfirin
Nim.14.01.3438

MOTTO

1. Penilaian paling berharga bukanlah hasil dari apa yang kita lakukan, namun bagaimana diri kita menjalani prosesnya.
2. Belajarlah tentang arti kehidupan, buatlah dunia dimana kita bisa mengendalikannya.
3. Melangkah dan tetap ikuti alur cerita yang sudah Tuhan berikan.



PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga kita bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan pelajaran untuk tetap menjalani kehidupan
2. Kedua orang tua yang mendukung dan memberi semangat agar tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu.
3. Dhani Ariatmanto, M.Kom selaku dosen pembimbing yang sudah membantu dan membimbing kami dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Teman-teman Amikom yang sudah membantu kami dalam mengerjakan Tugas Akhir.
5. Teman-teman diluar kampus yang selalu mensupport dan menemani kami dalam pembuatan Tugas Akhir.
6. Dessy Tyas dan Al Asdha selaku saudara saya yang selalu menemani saya dalam pembuatan Tugas Akhir.
7. Untuk teman-teman singgah coffe and book yang sudah mensupport kami dan menemani kami hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan laporan Tugas Akhir dengan judul “Pembuatan Iklan Media Sosial GOLDSTEP Sebagai Media Promosi” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan Tugas Akhir ini disusun dan dibuat untuk memenuhi syarat menyelesaikan program, studi Diploma-3 jurusan Teknik Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulisan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M.Suyanto,M.M selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Dhani Ariatmanto, M.Kom selaku dosen pembimbing
4. Kedua orang tua yang telah mendoakan dan mendukung selama ini.
5. Teman-teman di Universitas AMIKOM Yogyakarta dan teman-teman diluar yang telah mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini.

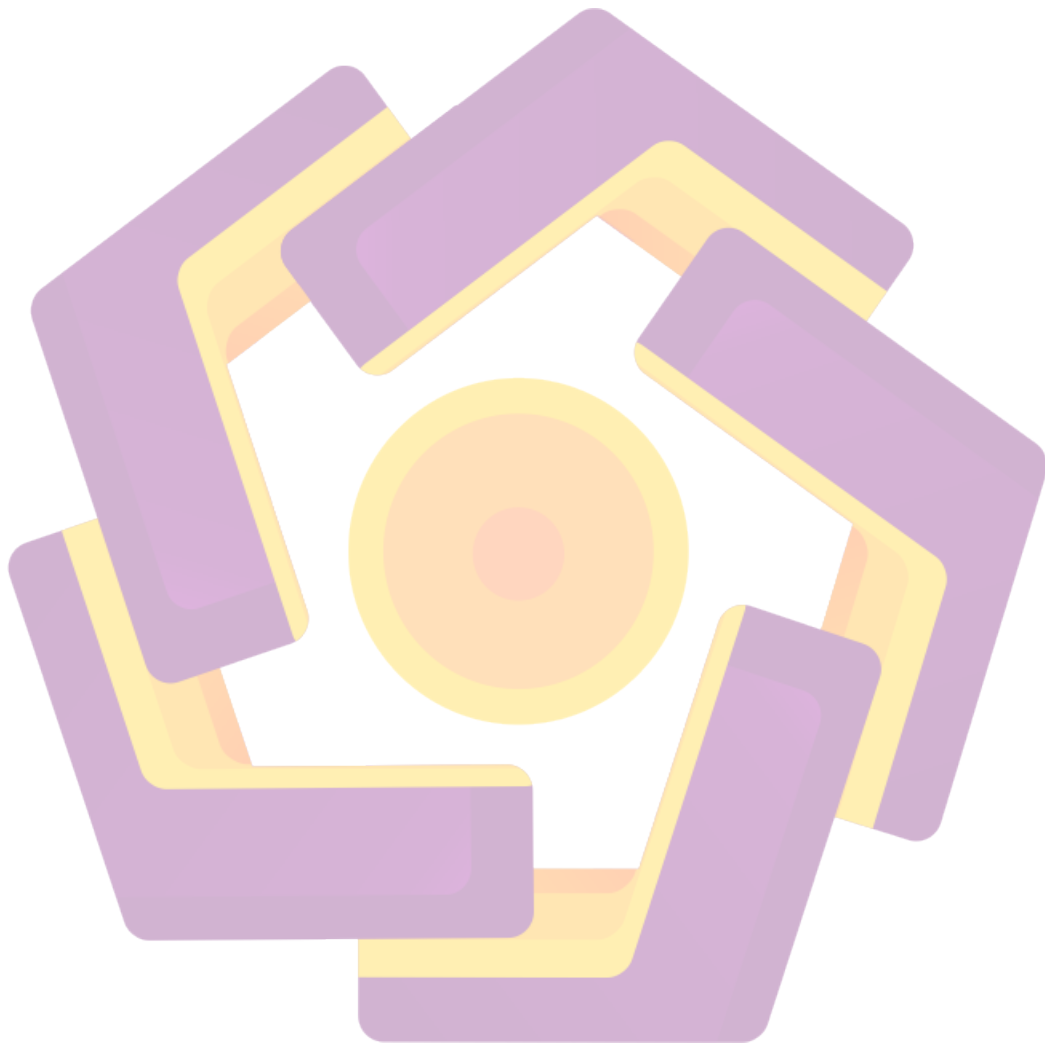
Akhir kata penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini dapat jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan laporan di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Manfaat Penelitian	2
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Konsep Dasar Iklan.....	7
2.2.1 Sejarah Periklanan.....	7
2.2.2 Strategi Iklan	7
2.2.3 Tujuan dan Jenis Iklan	9
2.2.4 Standar Video.....	12
2.3 Manfaat Periklanan	12
2.4 Tahap Pembuatan Video Iklan.....	13

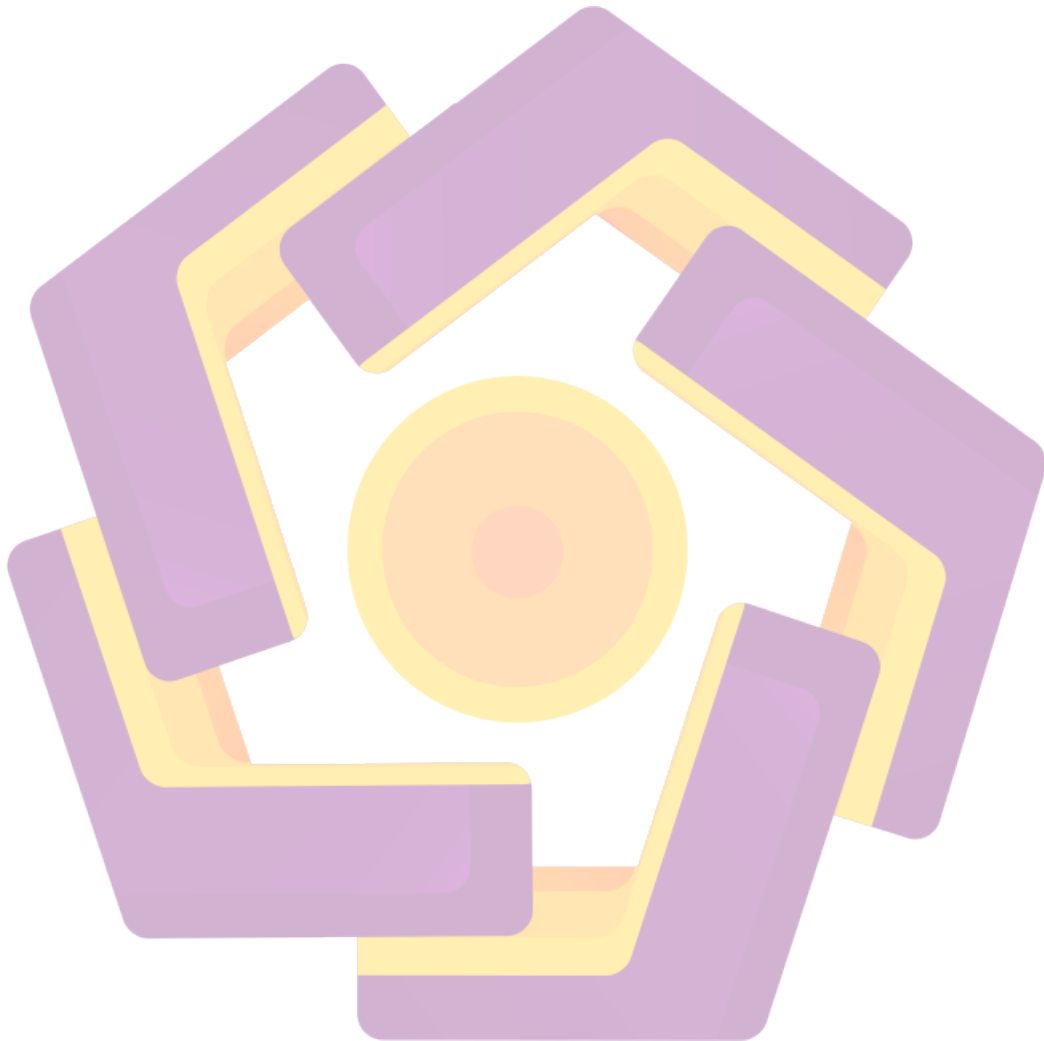
2.4.1 Pra Produksi	13
2.4.2 Tahap Produksi	17
2.4.3 Tahap Pasca Produksi	19
2.5 Pengertian Live Shot	19
2.6 Unsur Teknis dalam Live Shot	19
2.7 Pengertian Promosi	20
2.8 Kebutuhan <i>System</i>	22
BAB III TINJAUAN UMUM	23
3.1 Sejarah GOLDSTEP	23
3.2 Visi dan Misi	23
3.3 Tujuan	23
3.4 Struktur Organisasi GOLDSTEP	24
3.5 Profil	24
3.6 Denah Lokasi	25
3.7 Jenis Sepatu	25
3.8 Jenis Pelayanan	27
3.9 Promosi	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Pra Produksi	30
4.1.1 Ide Cerita	30
4.1.2 Penulisan Naskah (<i>Scripting</i>)	30
4.1.3 Pembuatan Storyboard	34
4.2 Produksi	39
4.2.1 Pengambilan Gambar	39
4.3 Pasca Produksi	39
4.3.1 Editing	40
4.3.2 <i>Masking Text</i>	43
4.3.3 Rendering	57
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60

DAFTAR PUSTAKA62



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Storyboard.....	24
---------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Naskah	14
Gambar 2.2 Contoh Storyboard	16
Gambar 2.3 Iklan dari L-Man	18
Gambar 3.1 Diagram Struktur Organisasi GOLDSTEP	24
Gambar 3.2 Denah Lokasi GOLDSTEP	25
Gambar 3.3 Jenis Sepatu	25
Gambar 3.4 Catalog GOLDSTEP	28
Gambar 3.5 Promosi GOLDSTEP	29
Gambar 4.1 New Project Adobe Premiere Pro CC	40
Gambar 4.2 Import Adobe Premiere Pro CC	41
Gambar 4.3 <i>Speed/Duration</i> Adobe Premiere Pro CC	42
Gambar 4.4 <i>Nest</i> Adobe Premiere Pro CC	43
Gambar 4.5 <i>Import</i> Adobe After Effect CC	44
Gambar 4.6 <i>Change Color</i> Adobe After Effect CC	45
Gambar 4.7 <i>Masking Area</i> Adobe After Effect CC	46
Gambar 4.8 <i>Mask Path</i> Adobe After Effect CC	47
Gambar 4.9 <i>Masking Text</i> Adobe After Effect CC	47
Gambar 4.10 <i>Masking Text</i> Adobe After Effect CC	49
Gambar 4.11 <i>Export</i> Video dengan Adobe Media Encoder	50
Gambar 4.12 Format video Adobe Media Encoder	50
Gambar 4.13 <i>Export</i> video Adobe Media Encoder	51
Gambar 4.14 <i>Adjusment Layer</i> Adobe Premiere Pro CC	52
Gambar 4.15 <i>Adjusment Layer</i> Adobe Premiere Pro CC	53
Gambar 4.16 <i>Crop Adjusment Layer</i> Adobe Premiere Pro CC	54
Gambar 4.17 <i>Crop</i> Adobe Premiere Pro CC	55
Gambar 4.18 <i>Color Grading</i> Adobe Premiere Pro CC	56
Gambar 4.19 <i>Export</i> Video Adobe Premiere Pro CC	57
Gambar 4.20 Preset Adobe Premiere Pro CC	58
Gambar 4.21 Rendering Adobe Premiere Pro CC	59

INTISARI

Periklanan adalah kegiatan memberitahukan atau mempromosikan suatu hal, barang, atau jasa melalui media massa baik online maupun offline. Media yang digunakan, antara lain televisi, radio, koran, majalah, internet, media sosial, hp, poster, pamflet, brosur, spanduk dan sebagainya.

Periklanan pada umumnya mencakup nama produk atau layanan serta bagaimana produk dan layanan tersebut dapat memberikan manfaat bagi pembeli dalam rangka untuk mengajak calon pembeli yang memiliki potensial untuk membeli atau menggunakan produk tertentu.

Periklanan atau yang biasa disebut dengan *Advertising* mempunyai tujuan khusus, yaitu untuk membujuk, mempengaruhi dan menginformasikan serta mengingatkan seorang pengguna (pelanggan) tentang perusahaan ataupun berbagai produk/jasa yang dimilikinya.

Kata Kunci – periklanan, promosi, video, layanan dan strategi periklanan.

ABSTRACT

Advertising is the activity of informing or promoting a thing, goods, or service through mass media both online and offline. Media used, including television, radio, newspapers, magazines, internet, social media, hp, posters, pamphlets, brochures, banners and so forth.

Advertising generally includes the name of the product or service and how the products and services can provide benefits to the buyer in order to invite potential buyers who have the potential to purchase or use a particular product

Advertising or commonly referred to as Advertising has a special purpose, namely to persuade, influence and inform and remind a user (customers) about the company or the various products / services it has

Keywords - advertising, promotions, videos, services and advertising strategies.

