

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI KEDAI
MONGONDOW YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Bagas Dwinanda Boroma

14.11.7904

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI KEDAI
MONGONDOW YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Teknik Informatika



disusun oleh

Bagas Dwinanda Boroma

14.11.7904

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI KEDAI
MONGONDOW YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bagas Dwinanada Boroma

14.11.7904

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 20 Maret 2019

Dosen Pembimbing,



Mei P Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI KEDAI
MONGONDOW YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bagas Dwinanda Boroma

14.11.7904

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Maret 2019

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Ainul Yaqin, M.Kom
NIK. 190302255

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 20 Maret 2019

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 kami 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, 26 Agustus 2019



Bagas Dwinanda Boroma

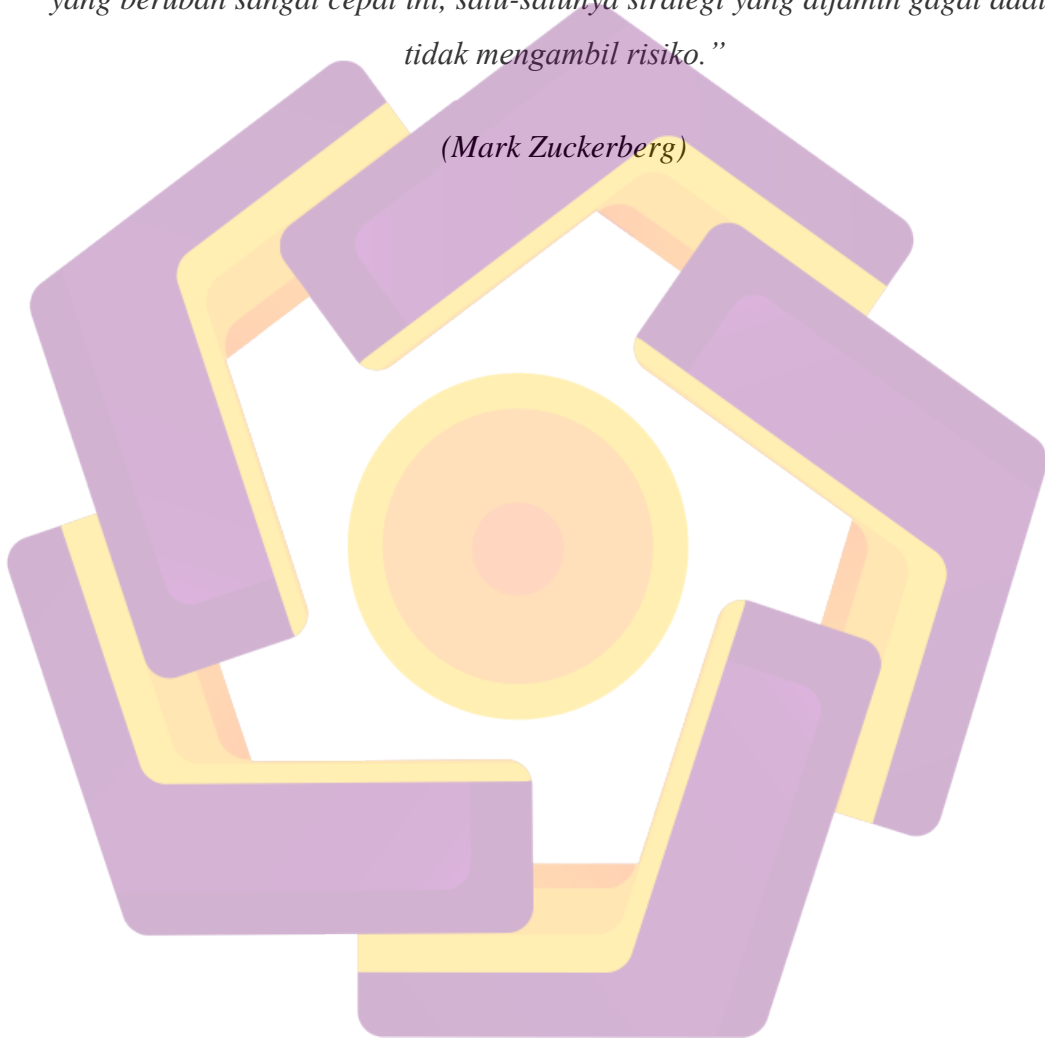
NIM. 14.11.7904

MOTTO

“ The biggest risk is not taking any risk. In a world that’s changing really quickly, the only strategy that is guaranteed to fail is not taking risks.”

“Risiko terbesar dalam hidup adalah tidak mengambil resiko apapun. Di dunia yang berubah sangat cepat ini, satu-satunya strategi yang dijamin gagal adalah tidak mengambil risiko.”

(Mark Zuckerberg)

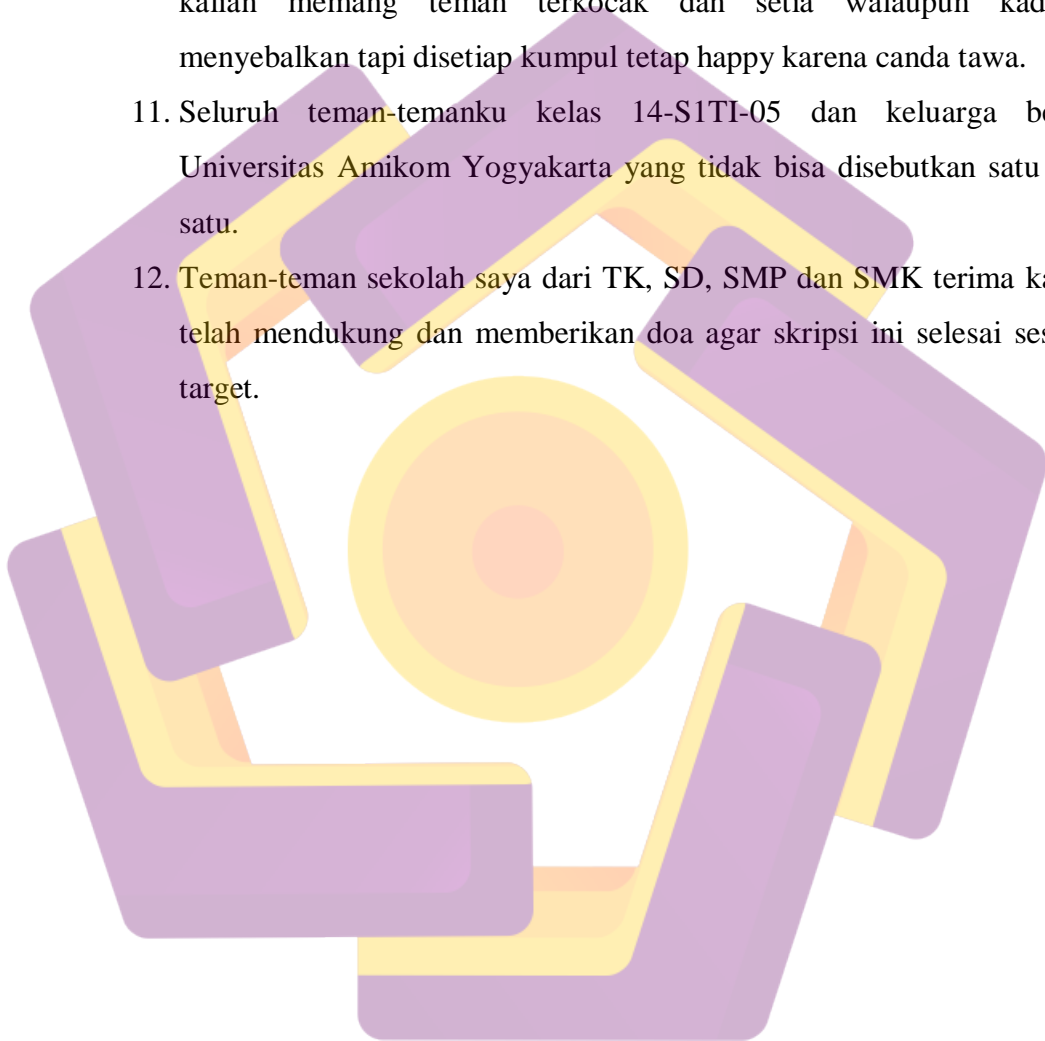


PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kupersembahkan kepada Allah SWT yang Maha Kuasa yang tidak pernah meninggalkan dan mengabulkan doa yang selalu kupanjatkan. Terimakasih atas rasa syukur, nikmat, dan karunia yang telah Engkau berikan. Terimakasih Engkau telah memberi pertolongan, kekuatan, kesabaran, ilmu, serta memberiku orang-orang di sekeliling saya, selalu memberikan semangat dan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu saya ucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya , Bapak Irianto Boroma,S.Hut dan Ibu Rojumi Ngadiman Rasmien,S.E yang senantiasa telah membesarkan saya, memberikan kasih sayang, selalu mendukung dan mendoakan segala sesuatu yang saya kerjakan.
2. Kakakku dan adikku, Alfiranda Putra Boroma Dan Nurzakti Qodra Mapraja Boroma yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi saat pengerjaan skripsi.
3. Nenek yang saya cintai, Ibu Kolsum yang telah mendoakan dan memberikan motivasi saat mengerjakan skripsi.
4. Dosen Pembimbing saya, Bapak Mei P Kurniawan,M.Kom yang telah membimbing dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Semua dosen Universitas Amikom Yogyakarta telah mendidik saya dari semester awal sampai semester akhir.
6. Kedai Mongondow khususnya Kawan Saya Nurfaizi Pontoh selaku pemilik Kedai Mongondow yang telah membantu dan mengizinkan saya melakukan penelitian di sana.
7. Terimakasih keluarga besar KosongLima Production dan Sekawan Creative yang telah memberikan pengalaman luar biasa dan mengajarkan banyak hal serta support selama pengerjaan skripsi ini.
8. Untuk my partner everyday, every time and everywhere, support system Dania Kishi Sagita Putri yang selalu membantu, mendoakan dan memberikan motivasi selama pengerjaan skripsi ini.

9. Terimakasih keluarga besar KPMIBM Yogyakarta yang telah memberikan pengalaman luar biasa dan mengajarkan banyak hal dalam berorganisasi dan support selama pengerjaan skripsi ini.
10. Teman dekat Lukman, Abdi, Rio, Dede, Raen dan Eja terimakasih kalian memang teman terkocak dan setia walaupun kadang menyebalkan tapi disetiap kumpul tetap happy karena canda tawa.
11. Seluruh teman-temanku kelas 14-S1TI-05 dan keluarga besar Universitas Amikom Yogyakarta yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
12. Teman-teman sekolah saya dari TK, SD, SMP dan SMK terima kasih telah mendukung dan memberikan doa agar skripsi ini selesai sesuai target.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “ Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Kedai Mongondow Yogyakarta” sesuai dengan waktu yang diinginkan peneliti.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa 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 penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah Memberikan Karunia dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM Selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Krisnawati, S.Si, M.T. selaku dekan Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan bagi peneliti dalam pembuatan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama peneliti kuliah.

6. Semua keluarga besar peneliti terutama untuk kedua orang tua yang tidak bosan-bosannya memberikan dukungan, semangat, motivasi dan doa kepada peneliti.
7. Kedua orang tua saya, kakak-kakak dan adik saya dan keluarga dekat saya yang memberikan dukungan dan semangat dalam segala hal.
8. Teman-Teman KPMIBM, KosongLima, Sekawan Creative dan sahabat saya yang telah mendoakan, membantu dan mendukung saat saya menyusun skripsi ini.
9. Keluarga besar S1 TI 05 angkatan 2014.
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu baik dukungan moril maupun materil, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu peneliti berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun peneliti tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 26 Agustus 2019

Penulis,

Bagas Dwinanda Boroma

14.11.7904

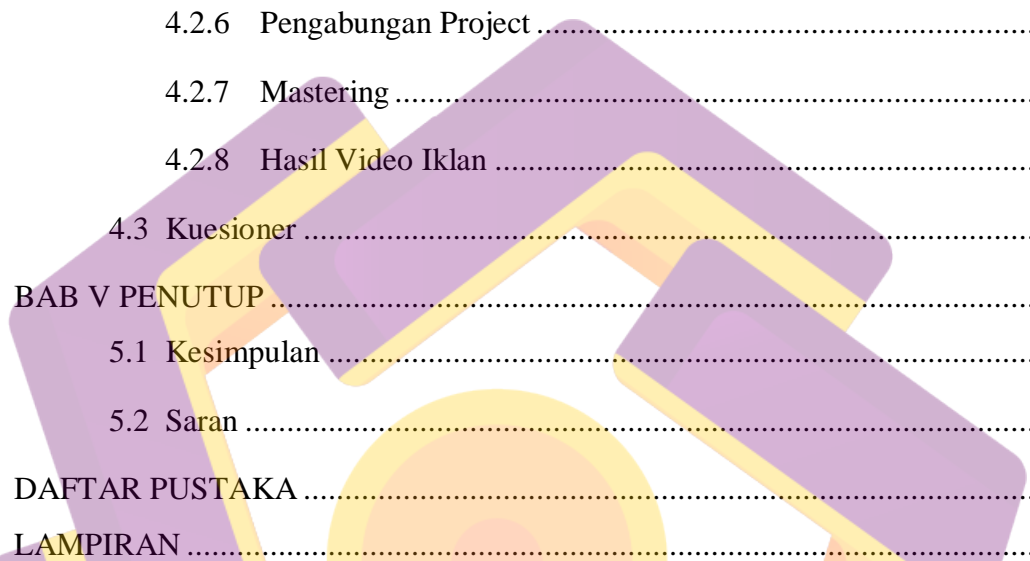
DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.2 Teori Dasar Multimedia.....	12
2.2.1 Pengertian Multimedia	12
2.2.2 Jenis – Jenis Multimedia.....	14
2.2.3 Unsur Sistem Multimedia	14

2.3	Teori Dasar Iklan	16
2.3.1	Pengertian Iklan	16
2.3.2	Jenis Iklan	17
2.3.3	Fungsi Iklan	19
2.4	<i>Live Shoot</i>	20
2.5	<i>Motion Tracking</i>	20
2.6	Konsep Produksi Iklan.....	21
2.6.1	Pra-Produksi.....	21
2.6.1.1	Ide Cerita.....	21
2.6.1.2	Naskah.....	22
2.6.1.3	Storyboard	22
2.6.2	Produksi.....	22
2.6.2.1	Teknik Pengambilan Gambar (<i>Camera Angel</i>).....	22
2.6.2.2	Jenis Shot	23
2.6.2.3	Pergerakan Kamera.....	25
2.6.3	Pasca Produksi	27
2.6.3.1	<i>Editing</i>	27
2.6.3.2	<i>Compositing</i>	28
2.6.3.3	<i>Finishing</i>	28
2.7	Software Yang Digunakan	29
2.7.1	Adobe Premier Pro	29
2.7.2	Adobe After Effect	29
2.7.3	Adobe Media Encoder	30
2.6.2	Davinci Resolve	30

2.8 Televisi.....	31
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	33
3.1 Tinjauan Umum.....	33
3.1.1 Sejarah Kedain Mongondow	33
3.2 Analisis Sistem	34
3.2.1 Analisis SWOT	34
3.2.1.1 Analisis Strength (Kekuatan)	35
3.2.1.2 Analisis Weakness (Kelemahan).....	35
3.2.1.3 Analisis Opportunities (Peluang).....	36
3.2.1.4 Analisis Threats (Ancaman).....	36
3.3 Analisis kebutuhan Sistem	37
3.3.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	37
3.3.2 Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	37
3.4 Analisis Kelayakan	40
3.4.1 Kelayakan Teknologi	40
3.4.2 Kelayakan Hukum.....	41
3.4.3 Kelayakan Operasional.....	41
3.4.4 Kelayakan Ekonomi	42
3.4.5 Kelayakan Jadwal.....	42
3.5 Pra Produksi	43
3.5.1 Rancangan Konsep Iklan	43
3.5.2 Rancangan Naskah	43
3.5.3 Rancang <i>Storyboard</i>	44

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Tahap Produksi.....	52
4.1.1 Menyiapkan Perlengkapan Yang Digunakan	52
4.1.1.1 Kamera.....	53
4.1.1.2 Memory Card	54
4.1.1.3 Tripod Video	54
4.1.1.4 Lighting dan C-Stand.....	55
4.1.1.5 Softbox Mini/Mini Studio	56
4.1.2 Dubbing	56
4.1.3 Pengaturan Kamera	56
4.1.4 Penataan Cahaya	58
4.1.5 Proses Pengambilan Gambar(<i>Shooting</i>)	59
4.1.5.1 <i>Shooting</i> (Pengambilan Gambar).....	59
4.1.5.2 Hasil Pengambilan Gambar.....	59
4.2 Tahap Pasca Produksi.....	64
4.2.1 Capturing	64
4.2.2 Editing	65
4.2.2.1 Proses Compositing dan Pengeditan Video	65
4.2.2.2 Penambahan Efek.....	68
4.2.2.3 Proses <i>Color Grading</i>	70
4.2.3 Motion Tracking.....	73
4.2.3.1 Link Video	73
4.2.3.2 Membuat Animasi Tulisan dan <i>Keyframe</i>	75



4.2.3.3 Tracking Video	76
4.2.3.4 Hasil Motion Tracking	78
4.2.4 Animasi.....	78
4.2.5 Penambahan Musik dan Narasi.....	82
4.2.6 Pengabungan Project	83
4.2.7 Mastering	84
4.2.8 Hasil Video Iklan	85
4.3 Kuesioner	87
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan penelitian.....	11
Tabel 3.1	Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	38
Tabel 3.2	Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	39
Tabel 3.3	<i>Brainware</i>	40
Tabel 3.4	Gambar <i>Storyboard</i>	45
Tabel 4.1	Hasil Pengambilan Gambar	60
Tabel 4.2	Bobot Pilihan Jawaban	88
Tabel 4.3	Interval.....	88
Tabel 4.4	Pertanyaan Kuisisioner.....	89
Tabel 4.5	Perhitungan Kuisisioner	90
Tabel 4.6	Penjumlahan Nilai Kuisisioner	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Elemen Multimedia.....	15
Gambar 3.1	Logo Kedain Mongondow Yogyakarta.....	33
Gambar 3.2	Naskah.....	44
Gambar 4.1	Alur Produksi dan Pasca Produksi.....	52
Gambar 4.2	Menyiapkan Peralatan.....	53
Gambar 4.3	Sony A6300 & Lensa kit	53
Gambar 4.4	Sigma 50mm F1.4 EX DG HS	54
Gambar 4.5	Memory Sony SDXC UHS-I U3.....	54
Gambar 4.6	Tripod Video	55
Gambar 4.7	Lighting Aputure Amaran 578C.....	55
Gambar 4.8	Diy Softbox Mini/Mini Studio	56
Gambar 4.9	Format File XAVC S HD.....	59
Gambar 4.10	Pengaturan Rekam Video	58
Gambar 4.11	White Balance	58
Gambar 4.12	Pengambilan Gambar (<i>Shooting</i>)	59
Gambar 4.13	Manajemen File Video Kedai Mongondow	65
Gambar 4.14	Tampilan New Project	66
Gambar 4.15	Tampilan Sequence.....	67
Gambar 4.16	Tampilan File Yang telah diimport	67
Gambar 4.17	Proses Pemotongan Video	68
Gambar 4.18	Menurunkan Speed	69
Gambar 4.19	Penambahan Effect Warp Stabilizer	69
Gambar 4.20	Davinci Resolve	70
Gambar 4.21	Membuat LUT (Look Up Table)	71
Gambar 4.22	Membuat Adjustment Layer.....	72
Gambar 4.23	Meng-Import LUT	72

Gambar 4.24	Sebelum dan Sesudah ditambhakn LUT	73
Gambar 4.25	Replace with after effect	74
Gambar 4.26	Tampilan After Effect	74
Gambar 4.27	Hasil Track Matte	75
Gambar 4.28	Efek Easy Ease	76
Gambar 4.29	Track Point	77
Gambar 4.30	Analyze Forward Dan analyze Backward	77
Gambar 4.31	Parent Pick Whip	78
Gambar 4.32	Hasil Motion Tracking Text	78
Gambar 4.33	Efek Stempel	79
Gambar 4.34	Efek Slant	80
Gambar 4.35	Efek Wiggle	81
Gambar 4.36	Export to Adobe Media Encoder	81
Gambar 4.37	Proses Rendering	82
Gambar 4.38	Penambahan Musik	83
Gambar 4.39	Pemilihan Format dan Pemilihan Preset	84
Gambar 4.40	Proses Rndering	84
Gambar 4.41	Hasil Video Iklan Kedi Mongondow	87

INTISARI

Kata iklan dalam bahasa Yunani yang artinya menggiring orang-orang kepada gagasan. Iklan merupakan pesan untuk mendorong khalayak ramai agar tertarik pada produk yang disampaikan melalui media dan ditunjukkan kepada masyarakat umum. Iklan juga bukan hal aneh dalam perekonomian di Indonesia. Bentuk-bentuk periklanan dapat berupa gambar, teks, video atau kombinasi dari seluruh elemen. Iklan sering mengarahkan penonton untuk percaya pada produk dalam waktu yang lebih singkat, sementara efeknya akan bertahan lebih lama pada memori audiens.

Kedai *Mongondow* merupakan *cafe* yang menawarkan makanan dan minuman khas Sulawesi Utara, juga sebagai tempat berbincang bersama teman-teman atau bertukar pikiran. Kedai *Mongondow* menyajikan makanan dan minuman yang berkualitas dengan harga terjangkau.

Dengan menambah media iklan diharapkan mampu memberikan kesan dan daya tarik lebih kuat kepada pengunjung juga dapat memvisualisasikan apa yang ditawarkan di kedai *Mongondow*.

Kata Kunci: *Iklan, Media Promosi, Kedai Mongondow*

ABSTRACT

The word ad in Greek which means to lead people to ideas. Advertising is a message to encourage the general public to be interested in products delivered through the media and shown to the general public. Advertising is also not unusual in the economy in Indonesia. Forms of advertising can be images, text, video or a combination of all elements. Advertising often leads the audience to believe in the product in a shorter time, while the effect will last longer on the audience's memory.

Kedai mondondow is a cafe that offers food and drinks typical of North Sulawesi, as well as a place to talk with friends or exchange ideas. Kedai Mongondow serves quality food and drinks at affordable prices.

By adding advertising media, it is expected to be able to give a stronger impression and appeal to visitors, and can also visualize what is offered in the Mongondow shop.

Keywords: Advertising, Promotion Media, Kedai Mongondow