

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI DISTRO PION
UNTUK MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Manggala Yoga Pratama

13.11.6812

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI DISTRO PION
UNTUK MEDIA PROMOSI

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Manggala Yoga Pratama

13.11.6812

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN
TELEVISI DISTRO PION UNTUK
MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Manggala Yoga Pratama

13.11.6812

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 28 September 2016

Dosen Pembimbing,



Tonny Hidayat, M.Kom.
NIK. 190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN
TELEVISI DISTRO PION UNTUK
MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Manggala Yoga Pratama

13.11.6812

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 30 Mei 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom
NIK. 190302164

Tri Susanto, M.Kom
NIK. 190302115

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 2 Juni 2017

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 manapun, dan sepanjang pengetahuan saya 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, 2 Juni 2017



Manggala Yoga Pratama

NIM. 13.11.6812

MOTTO

**“MAN JADDA WAJADA, - *Barangsiapa yang bersungguh-sungguh
maka dia akan berhasil*”**



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala nikmat hidup dan kesempatan menggenggam ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan segala kekurangan yang penulis miliki. Penulis persembahkan karya sederhana ini untuk:

- 1) Kedua orang tua, Bapak Sumarno dan Ibu Sukarti yang tak pernah lelah mendoakan, selalu memberikan waktu dan tenaga untuk memenuhi semua kebutuhan anak-anaknya, demi melihat masa depan anak-anaknya lebih baik.
- 2) Guru dan sahabat-sahabat di Pesantren Ulil Albab, terima kasih atas segala bantuan, dukungan dan arahannya. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan, keamanan, kecukupan dan dilancarkan setiap urusan kepada kalian semua.
- 3) Semua teman-teman 13-S1TI-01 yang telah kurang lebih 8 semester berbagi suka, duka, canda, dan tawa dikampus ungu. Khususnya sahabat KEMPLU, yang mana hari demi hari, bab demi bab, lembar demi lembar bersama-sama menyusun naskah, berbagi inspirasi dan saling membantu satu sama lain untuk menyelesaikan skripsi masing-masing.
- 4) Semua orang yang pernah mendoakan saya, memberikan ucapan semangat, memberikan nasehat, serta mengingatkan saya saat lalai.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Salawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan para tabi'in.

Dalam menyusun laporan skripsi ini, penulis tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Sumarno dan Ibu Sukarti orang tua penulis yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, pengorbanan, dan do'a kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Sudarmawan, M.T. selaku Ketua Jurusan S1 Informatika.
4. Bapak Tonny Hidayat., M.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing kepada penulis pada proses pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom. dan Bapak Tri Susanto, M.Kom selaku dosen penguji yang telah memberi masukan dan saran untuk perbaikan skripsi ini.
6. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 2 Juni 2017

Penulis,

Manggala Yoga Pratama
NIM. 13.11.6812

DAFTAR ISI

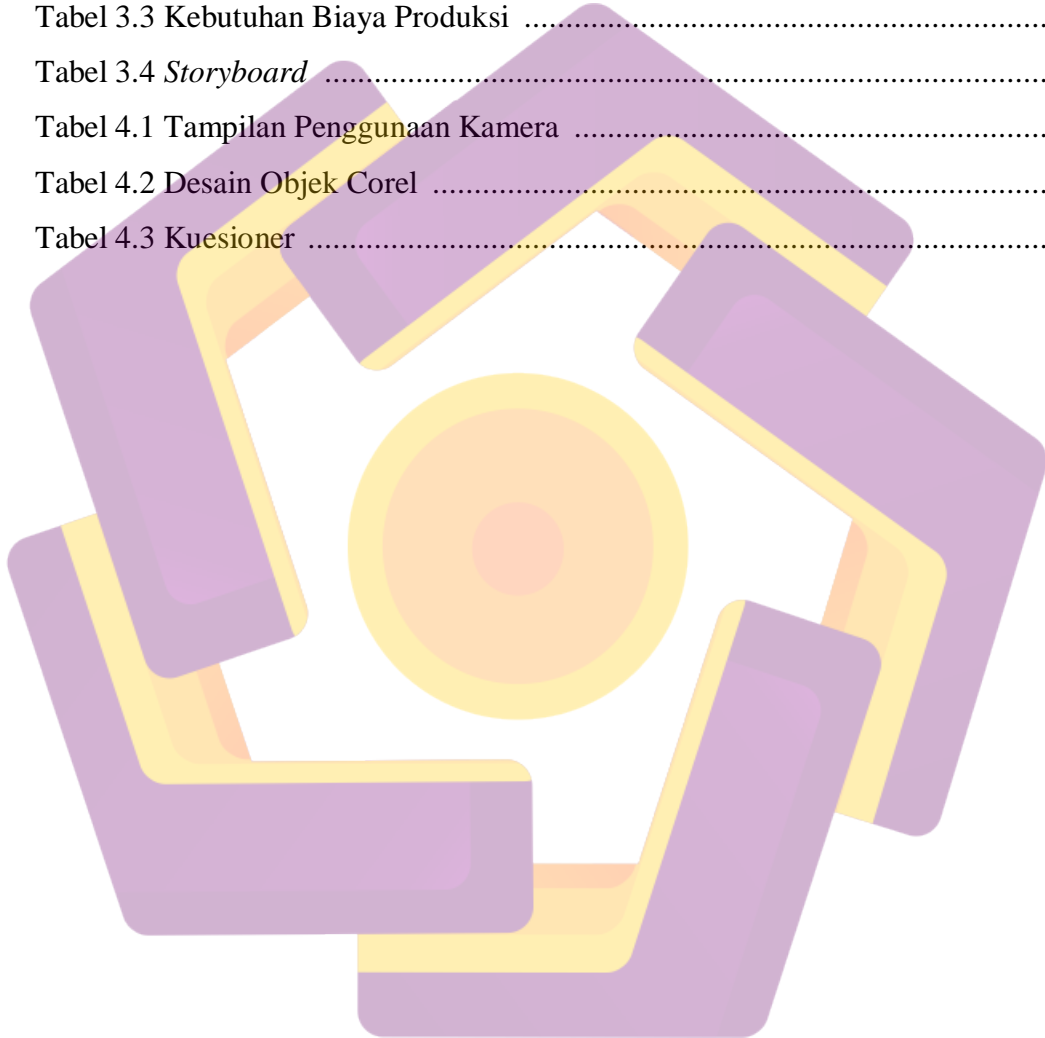
JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia	9
2.2.1 Sejarah Multimedia	9
2.2.2 Definisi Multimedia	10
2.2.3 Pengertian Iklan	11
2.2.4 Sejarah Periklanan Televisi	11
2.2.5 Komponen Iklan Televisi	11
2.2.5.1 Audio	11

2.2.5.2 Video	12
2.2.6 Jenis Iklan	12
2.2.7 Fungsi Iklan	13
2.3 Strategi Perancangan Iklan Televisi	14
2.4 Tahap Memproduksi Iklan	15
2.4.1 Teknik Pengambilan Gambar	16
2.4.2 Bidikan Kamera	17
2.4.3 Pergerakan Kamera	21
2.4.4 Merekam Suara	22
2.5 Analisis SWOT	23
2.5.1 Analisis Kekuatan (<i>Strength</i>)	23
2.5.2 Analisis Kelemahan (<i>Weakness</i>)	23
2.5.3 Analisis Peluang (<i>Opportunity</i>)	20
2.5.3 Analisis Ancaman (<i>Threath</i>)	24
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	27
3.1 Tinjauan Umum	27
3.1.1 Deskripsi Singkat PION	27
3.1.3 Visi dan Misi	27
3.2 Analisis Masalah	27
3.2.1 Rumusan/Kesimpulan dari Permasalahan yang Dihadapi	28
3.3 Solusi yang Diterapkan	28
3.3.1 Jangka Pendek	28
3.3.2 Jangka Menengah	29
3.3.3 Jangka Panjang	29
3.4 Solusi yang Digunakan	29
3.5 Tahapan Analisis	29
3.5.1 Analisis Kebutuhan	29
3.5.1.1 Kebutuhan Fungsional	30
3.5.1.1 Kebutuhan Non Fungsional	30
3.5.2 Analisis Kelayakan Video	33
3.6 Tahapan Pra Produksi	35

3.6.1 Merancang Ide Cerita	35
3.6.2 Tema Iklan Televisi	35
3.6.3 Naskah Iklan	36
3.6.4 Rancangan Storyboard	37
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Produksi	45
4.1.1 Persiapan Peralatan	45
4.1.1.2 Persiapan Setting Kamera	45
4.1.2 Singkronisasi Jadwal Produksi	50
4.1.3 Proses Shooting Video	51
4.1.4 Pengambilan Audio Narasi	58
4.1.5 Pembuatan <i>Design</i>	58
4.2 Pasca Produksi	60
4.2.1 <i>Editing</i> Audio	60
4.2.1.1 Mengedit Audio Narasi	60
4.2.2 <i>Editing</i> Video	61
4.2.2.1 Menyiapkan <i>Sequence</i> Video	61
4.2.2.2 <i>Import</i> Video	62
4.2.2.3 Menyusun <i>Footage</i>	63
4.2.2.4 Pemotongan Video	64
4.2.2.5 Penggunaan Video Transisi	64
4.2.2.6 Penggabungan Semua Komposisi Video	65
4.2.2.7 Penambahan Efek <i>Color Correction</i>	75
4.2.3 <i>Rendering</i>	77
4.3 <i>Testing</i> dan Evaluasi	80
4.4 Implementasi	82
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kebutuhan <i>Hardware</i>	31
Tabel 3.2 Kebutuhan <i>Software</i>	31
Tabel 3.3 Kebutuhan Biaya Produksi	35
Tabel 3.4 <i>Storyboard</i>	38
Tabel 4.1 Tampilan Penggunaan Kamera	55
Tabel 4.2 Desain Objek Corel	62
Tabel 4.3 Kuesioner	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Iklan Komersil	26
Gambar 2.2 Iklan Tidak Komersil	46
Gambar 2.3 <i>High Angle</i>	48
Gambar 2.4 <i>Eye Level</i>	48
Gambar 2.5 <i>Low Angle</i>	49
Gambar 2.6 <i>Extreme Long Shot</i>	50
Gambar 2.7 <i>Very Long Shot</i>	51
Gambar 2.8 <i>Long Shot</i>	53
Gambar 2.9 <i>Medium Long Shot</i>	53
Gambar 2.10 <i>Medium Shot</i>	54
Gambar 2.11 <i>Middle Close Up</i>	55
Gambar 2.12 <i>Close Up</i>	55
Gambar 2.13 <i>Big Close Up</i>	56
Gambar 2.14 <i>Extreme Close Up</i>	56
Gambar 4.1 Lensa 18-55mm	57
Gambar 4.2 Lensa 50mm	57
Gambar 4.3 <i>Setting Camera Video System</i>	58
Gambar 4.4 Pengaturan Kamera Resolusi	59
Gambar 4.5 <i>Setting Camera Exposure</i>	60
Gambar 4.6 Pengaturan Kamera Autofokus	60
Gambar 4.7 Tabel Jadwal Produksi	61
Gambar 4.8 Screenshot Hasil <i>Capture</i>	61
Gambar 4.9 Audio Rekaman	62
Gambar 4.10 Memotong Awal Audio	62
Gambar 4.11 Memotong Akhir Audio	63
Gambar 4.12 <i>Sequence Setting</i>	63
Gambar 4.13 <i>Import Footage</i>	64
Gambar 4.14 <i>Import Footage</i> Pilihan	66

Gambar 4.15 Menyusun <i>Footage</i> Video	67
Gambar 4.16 Pemotongan Video	67
Gambar 4.17 Penggunaan Video Transisi	68
Gambar 4.18 Penggabungan Semua Komposisi Video	68
Gambar 4.19 <i>Replace With After effects composition</i>	69
Gambar 4.20 Pembuatan <i>Null Object</i>	69
Gambar 4.21 Pembuatan <i>Track Motion</i>	70
Gambar 4.22 Pembuatan Titik <i>Track Motion</i>	70
Gambar 4.23 <i>Play Track Motion</i>	71
Gambar 4.24 <i>Apply Track Motion</i>	71
Gambar 4.25 Pembuatan Teks	72
Gambar 4.26 Hasil Teks	72
Gambar 4.27 Pembuatan <i>Shape</i>	73
Gambar 4.28 Hasil <i>Shape</i>	73
Gambar 4.29 Sinkronkan <i>Shape – Null Object</i>	74
Gambar 4.30 Sinkronkan <i>Text - Shape</i>	74
Gambar 4.31 Sudah Saling Sinkron	75
Gambar 4.32 Klik <i>Shape Layer</i>	75
Gambar 4.33 Klik <i>Add</i>	75
Gambar 4.34 <i>Trims Path</i>	76
Gambar 4.35 Klik <i>Text</i>	76
Gambar 4.36 Klik <i>Transform</i>	77
Gambar 4.37 Klik <i>Opacity</i>	77
Gambar 4.38 Tambah <i>Three-Way Color</i>	78
Gambar 4.39 Tambah <i>Bright dan Contrast</i>	78
Gambar 4.40 Atur <i>Three-Way Color Corrector</i>	79
Gambar 4.41 Atur <i>Bright dan Contrast</i>	79
Gambar 4.42 <i>Export - Media</i>	80
Gambar 4.43 Ganti Format H.264	81
Gambar 4.44 Ganti Preset HD 1080 25	81
Gambar 4.45 <i>Export</i>	82

Gambar 4.46 Proses <i>Rendering</i>	82
Gambar 4.47 <i>Export Rendering</i>	83
Gambar 4.48 Hasil Video <i>Play</i>	84
Gambar 4.49 Pemutaran Video di Toko	86



INTISARI

Semakin pesatnya kemajuan teknologi informasi saat ini, banyak pula bentuk jenis dalam penyampaian informasi. Peranan teknologi informasi di era globalisasi ini khususnya teknologi komputerisasi dapat menghasilkan informasi yang tepat dan lebih nyata bila dibandingkan dengan informasi yang dihasilkan dengan cara manual.

PION adalah suatu nama brand/merk yang berdiri pada 2 Juni 2015 yang bergerak di bidang fashion style. Saat ini PION berfokus pada pembuat kemeja flanel, tetapi tidak menutup suatu kemungkinan melayani orderan lain seperti kaos, topi, celana, korsa/PDH, PION merupakan semacam konveksi online

PION sebagai brand yang tergolong baru, membutuhkan suatu media untuk promosi. Melihat permasalahan tersebut, saya akan memberikan inovasi pada distro pion tersebut dengan membuat video untuk iklan televisi. Televisi diduga paling efektif untuk mempromosikan sebuah produk ataupun jasa, baik saluran televisi lokal atau saluran televisi nasional. Perancangan dan pembuatan iklan televisi pada distro PION untuk media promosi tergolong cukup sulit karena mengingat persaingan yang juga mengusung tema distro dan konveksi. Namun merek PION mempunyai kelebihan dari yang lain yaitu berupa pelayanan yang maksimal dan produk yang terjangkau.

Kata Kunci : PION, Iklan Televisi

ABSTRACT

The rapid progress of information technology today, many forms of type in the delivery of information. The role of information technology in this era of globalization, especially computerized technology can produce precise and more tangible information when compared with information generated manually.

PION is a brand name / brand that stands on June 2, 2015 which is engaged in fashion style. Currently PION focuses on developing flannel shirts, but does not cover any possibility of serving other orderan such as T-shirts, hats, pants, korsa / PDH, PION is a kind of online convection

PION as a brand new, requires a media for promotion. Seeing the problem, I will give innovation on the distros pion by making video for television advertisement. Television is thought to be the most effective for promoting a product or service, either a local television channel or a national television channel. The design and manufacture of television ads on PION distro for promotional media is quite difficult because considering the competition that also carries the theme of distributions and convection. But the PION brand has advantages over the others that is in the form of maximum service and affordable products.

Keywords: PION, Television Ads