

PEMBUATAN VIDEO IKLAN MIE HONOLULU SEBAGAI MEDIA
PROMOSI IM RESTO WONOSOBO

SKRIPSI



disusun oleh
Fornia Ardhita
13.11.7167

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

PEMBUATAN VIDEO IKLAN MIE HONOLULU SEBAGAI MEDIA
PROMOSI IM RESTO WONOSOBO

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh
Fornia Ardhita
13.11.7167

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN MIE HONOLULU SEBAGAI MEDIA
PROMOSI IM RESTO WONOSOBO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fornia Ardhita

13.11.7167

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 1 Maret 2017

Dosen Pembimbing,



Bayu Setiaji, M.Kom

NIK. 190302216

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN VIDEO IKLAN MIE HONOLULU SEBAGAI MEDIA PROMOSI IM RESTO WONOSOBO

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fornia Ardhita

13.11.7167

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 April 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Bayu Setiaji, M.Kom

NIK. 190302216

Agus Purwanto, M.Kom

NIK. 190302229

Dina Maulina, M.Kom

NIK. 190302250

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 4 Mei 2017



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 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, 4 Mei 2017



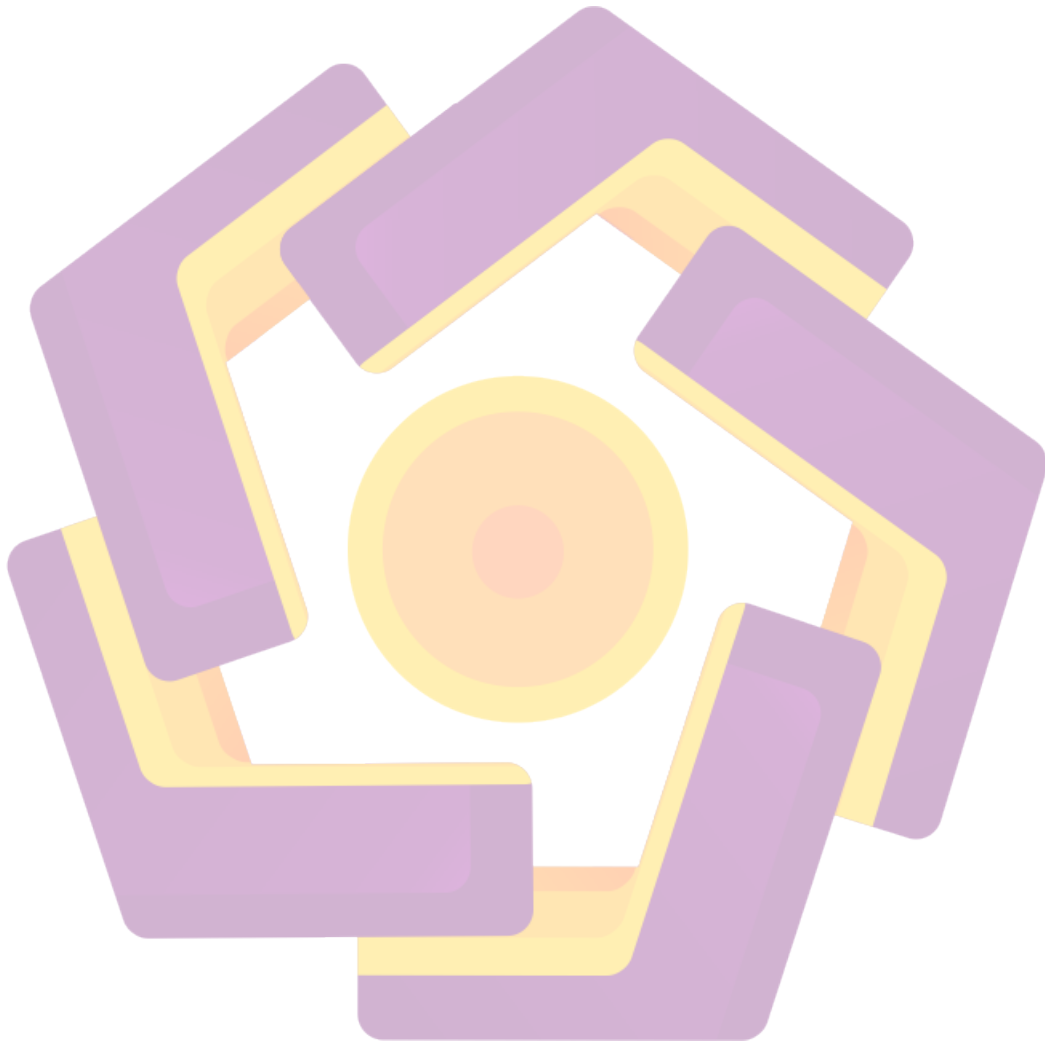
Fornia Ardhita
NIM. 13.11.7167

MOTTO

-Yang terpenting adalah bukan darimana kamu lahir tapi akan jadi apa kamu setelah lahir

-This is also going to past, if I want to do it, I can.

-Let's live having fun



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada seluruh pihak yang berperan penting dalam penyelesaian Skripsi ini:

1. Allah Subhanahu wata'ala. Tak jemu-jemu saya selalu memanjatkan puji dan syukur kepada-Nya atas segala limpahan nikmat rahmat, kesehatan dan kekuatanyang tak terhinga dan tak mampu untuk menghitung banyaknya.
2. Untuk keluargaku tercinta, terutama untuk kedua orang tuaku Ibu Nining dan Bapak Akhmad Hartanto, terima kasih atas pengorbanan baik doa, biaya, kasih sayang yang tak ternilai, sabar yang tiada batas dalam mendidik serta nasehat-nasehat yang telah engkau berikan kepadaku. Dan tak lupa terima kasihku untuk kakak tercinta Sofianita Kharisatama dan Hendra Kusuma, dan jagoanku Athaya Reyndra Kusuma terima kasih atas semua doa dan dukungan kalian semuanya.
3. Untuk sahabat dan teman-temanku semua Gege, Ria Andriani, Ardi Kurnia S, Wawan Kuswanto, I Made Siswanto, Ibnu Dwi K, Devi Nadia Dominica, Annisa Sulcha Afifah, Cendra Pradigdayani, R.A Musthofa terimakasih atas dukungannya dan untuk teman-teman 13 S1 TI-06 UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa terima kasih atas telah kalian berikan.
4. Dan untuk semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, doa dan bantuannya, semoga berkah Tuhan selalu bersama kita semua, amin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “*Pembuatan Video Iklan Mie Honolulu Sebagai Media Promosi IM Resto Wonosobo*”.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan kelulusan jenjang Program Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan 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. Bapak Bayu Setiaji, M.Kom. selaku dosen pembimbing.
4. Bapak Hartanto selaku pemilik IM Resto Wonosobo.
5. Keluarga dan teman-teman yang telah membantu terselesainya skripsi ini.

Penulis sadar dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Atas saran dan kritik pembaca, penulis ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 4 Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL.....	I
PERSETUJUAN	II
PENGESAHAN	III
PERNYATAAN.....	IV
MOTTO	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
INTISARI	XIII
<i>ABSTRACT</i>	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan data.....	3
1.6.2 Metode Pengembangan	4
1.6.3 Metode Evaluasi.....	4
1.7 Sistematika Penulisan	4
1.7.1 BAB I PENDAHULUAN	5
1.7.2 BAB II LANDASAN TEORI	5
1.7.3 BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	5
1.7.4 BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	5

1.7.5	BAB V PENUTUP.....	5
1.7.6	DAFTAR PUSTAKA	5
BAB II LANDASAN TEORI.....		6
2.1	Tinjauan Pustaka	6
2.2	Dasar Teori.....	8
2.2.1	Video.....	8
2.2.2	Jenis-jenis Produksi Video.....	10
2.2.3	Pengertian Iklan	13
2.2.4	Jenis-jenis Iklan Menurut Para Ahli.....	14
2.2.5	Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Medianya	16
2.2.6	Jenis Iklan Berdasarkan Tujuan	17
2.3	<i>Live Shot</i>	18
2.3.1	Pengertian <i>Live Shot</i>	18
2.3.2	Unsur Teknik Dalam <i>Live Shot</i>	18
2.4	Analisis Kebutuhan Sistem	19
2.4.1	Kebutuhan Fungsional	19
2.4.2	Kebutuhan <i>Non-Fungsional</i>	19
2.5	Pengembangan Video Iklan	20
2.6	Memproduksi Video Iklan	22
2.7	<u>Media Informasi</u>	26
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		28
3.1	Sejarah Singkat IM Resto.....	28
3.2	Pengumpulan Data	28
3.3	Analisis Masalah	30
3.3.1	Analisis Sistem.....	30
3.4	Analisis Kebutuhan	32
3.4.1	Kebutuhan Fungsional	32
3.4.2	Kebutuhan Non-Fungsional	33

3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat keras.....	33
3.4.2.2	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	33
3.5	Perancangan	34
3.5.1	Rancangan Konsep.....	34
3.5.2	Storyboard.....	36
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Implementasi	39
4.1.1	Pasca Produksi	39
4.1.1.1	Proses Adobe Photoshop.....	40
4.1.1.2	Proses Adobe After Effect.....	43
4.1.1.3	Composite	43
4.1.1.3.1	Membuat Proyek Baru	46
4.1.2	Publish.....	51
4.2	Evaluasi	52
BAB V PENUTUP.....		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
Tabel 3.1 Storyboard.....	36
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.6.1 Bagan proses pembuatan iklan	22
Gambar 2.6.2 Shooting script.....	23
Gambar 2.6.3 Storyboard	24
Gambar 3.1 Contoh Sunny Side Up Restaurant.....	29
Gambar 3.2 Diagram MDLC	31
Gambar 4.1 Proses memasukkan gambar <i>Adobe Photoshop</i>	40
Gambar 4.2 <i>Magic Wind Tool</i>	41
Gambar 4.3 <i>Brush Tool</i> logo.....	41
Gambar 4.4 Save file <i>Adobe Photoshop</i>	42
Gambar 4.5 Membuat <i>Composition Adobe After Effect</i>	43
Gambar 4.6 Import File.....	44
Gambar 4.7 Pembuatan Animasi Logo	45
Gambar 4.8 Proses Render Logo	45
Gambar 4.9 Tampilan awal <i>Adobe Premier</i>	46
Gambar 4.10 Pemilihan Format Video	47
Gambar 4.11 File yang digunakan	48
Gambar 4.12 Proses Import File	48
Gambar 4.13 Proses pengeditan video	49
Gambar 4.14 Proses eddit audio.....	49
Gambar 4.15Proses pengaturan <i>Speed</i> video	50
Gambar 4.16 setting output video	51
Gambar 4.17 Tampilan Video di Youtube.....	51
Gambar 4.18 Tampilan akun Instagram IM Resto.....	52

INTISARI

Pada dasarnya kemajuan bidang komputerisasi khususnya multimedia kian hari semakin meningkat dan telah mendorong terjadinya arus globalisasi, dimana dalam hal ini perkembangan tersebut tumbuh secara pesat tidak hanya dilihat dari kemampuan dibidang komputer saja. Begitu pula dengan halnya informasi masyarakat semakin merasakan luasnya kebutuhan informasi yang harus mereka terima setiap saat, maka semakin banyak terobosan-terobosan baru dalam menyajikan informasi baik sebagai media informasi maupun sebagai media promosi. Namun khalayak pada umumnya pada saat ini lebih suka menerima informasi melalui bentuk-bentuk media informasi yang bersifat interaktif dan menghibur seperti melalui media audio visual. Iklan dalam bentuk video merupakan terobosan yang sudah lama digunakan oleh banyak perusahaan dan lembaga karena media ini cukup ampuh dalam menyampaikan informasi dan promosi yang tepat, cepat dan akurat. IM Resto salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner di Wonosobo. IM Resto dirasa perlu memiliki sebuah iklan yang menarik dan dapat menjadi media informasi serta media promosi khususnya bagi para wisatawan di Wonosobo. Karena kebutuhan tersebut maka penulis mengangkat permasalahan menjadi topik permasalahan skripsi yang diberi judul : 'Pembuatan Video Iklan Mie Honolulu sebagai Media Promosi IM Resto Wonosobo'. Diharap video iklan ini bermanfaat bagi IM Resto dalam promosi kuliner.

Kata kunci : video iklan, promosi, informasi.

ABSTRACT

Basically advances in computerization of multimedia, particularly the more days increased and has led to the globalization, which in this case this development is growing rapidly not only seen from the ability in the field of computers only. Similarly, as the information society increasingly feel the breadth of their information needs to be received at any time, the more breakthroughs in information serves as both a medium of information as well as a media campaign. But the audiences in general at this time would prefer to receive information through other forms of media in information that is interactive and entertaining as through audio-visual media. Ads in video form is a breakthrough that has long been used by many companies and agencies for this medium quite powerful in conveying information and promotion of the right, quickly and accurately. IM Resto one of the companies engaged in the culinary field in Wonosobo. IM Resto is necessary to have an eye-catching ads can be media information and media campaign, especially for tourists in Wonosobo. Because of these needs, the authors raised permasalahan permasalahan be a topic of thesis entitled: "Making Video Advertising Campaign Media Mie Honolulu as IM Resto Wonosobo ". Expected video advertising is beneficial for IM Resto in culinary promotions. Keywords: video advertising, promotion, information.