

**PEMBUATAN IKLAN ES BANG JOE SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DENGAN MEMADUKAN TEKNIK TIME LAPSE DAN LIVE
SHOOT**

SKRIPSI



disusun oleh

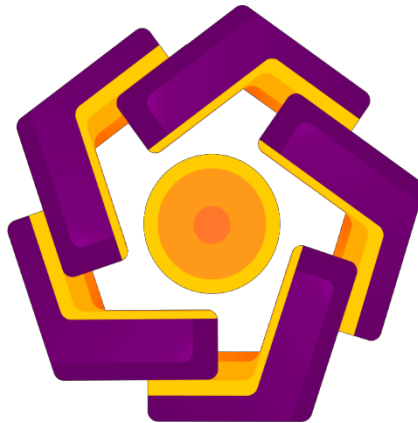
Luky Wahyu Prihananto

11.11.4996

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

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Luky Wahyu Prihananto

11.11.4996

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN ES BANG JOE SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DENGAN MEMADUKAN TEKNIK TIME LAPSE
DAN LIVE SHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Luky Wahyu Prihananto

11.11.4996

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 28 September 2015

Dosen Pembimbing,



Akhmad Dahlan, M.Kom.
NIK. 190302174

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN ES BANG JOE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MEMADUKAN TEKNIK TIME LAPSE DAN LIVE SHOOT

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Luky Wahyu Prihananto

11.11.4996

telah dipertahankan oleh Dewan Penguji
pada tanggal 25 April 2017

Susunan Dewan Penguji

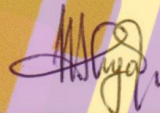
Nama Penguji

Tanda Tangan

Akhmad Dahlan, M.Kom.
NIK. 190302174



Mardhiya Hayaty, ST, M.Kom
NIK. 190302108



Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 5 Juni 2017

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang sebelumnya pernah diajukan oleh orang lain untuk 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.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 6 September 2017

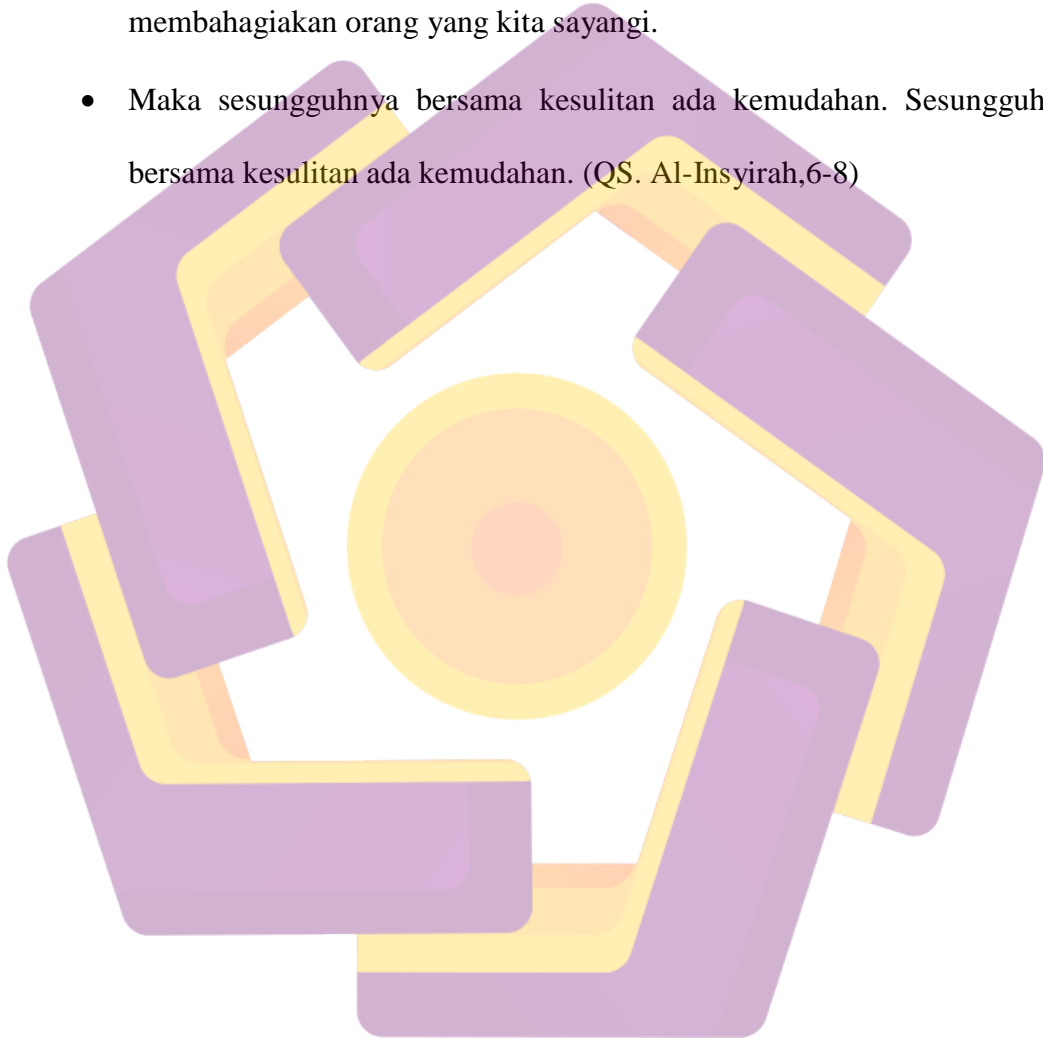


Luky Wahyu Prihananto

NIM 11.11.4996

MOTTO

- Kesuksesan akan dapat kita raih apabila kita kuat dan terbiasa menghadapi masalah, tantangan dan hambatan secara mandiri.
- Hal yang paling menyakitkan di dunia ini adalah ketika kita tidak bisa membahagiakan orang yang kita sayangi.
- Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. (QS. Al-Insyirah,6-8)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'amin, segala puji hanya milik Allah SWT, Yang Maha Mengetahui segala yang ada di langit dan di bumi. Kata yang pertama yang terucap sebagai rasa syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat & karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan maksimal.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT pemilik alam semesta yang memberikan segala rahmat, nikmat dan karunia-Nya.
2. Kedua orang tua tersayang dan semua keluarga tercinta, terimakasih atas segala do'a, kerja keras & kasih sayangnya.
3. Dosen pembimbing, Akhmad Dahlan, M.Kom terimakasih atas bimbingannya dalam pengerjaan skripsi, terutama untuk kritik dan saran dari awal pengerjaan skripsi sampai selesai.
4. Dan yang terakhir yaitu untuk sahabat – sahabat dan teman – teman saya terutama dari kelas 11-S1 TI-06 di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta terimakasih untuk pelajaran berharga yang selalu kalian berikan untuk saya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada setiap umatnya-Nya, serta Shalawat dan salam juga tidak lupa penulis kirimkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan teladan mulia dalam menuntun umatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas AMIKOM. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan study jenjang program Stara-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Penyelesaian skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Ketua Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, M.T Selaku ketua jurusan Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Akhmad Dahlan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan bagi penulis dalam pembuatan skripsi.

4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama kuliah.



DAFTAR ISI

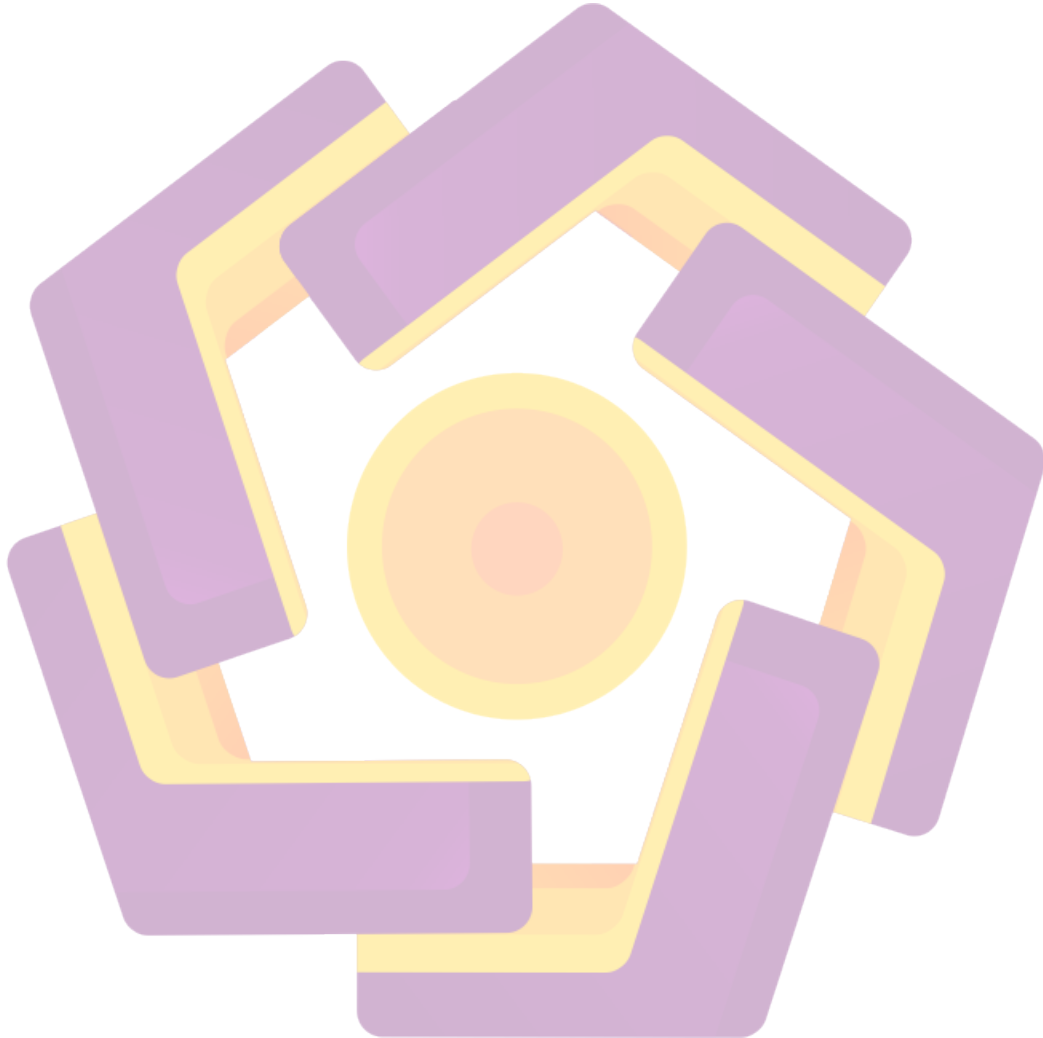
JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.4.1 Maksud Penelitian	2
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian	3
1.5.1 Metode Penumpulan Data.....	3
1.5.2 Metode Analisis	4
1.5.3 Metode Perancangan.....	4
1.5.4 Metode Penembangan.....	5
1.5.5 Metode Testing	6
1.6 Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Dasar Teori.....	9
2.2.1 Periklanan Televisi.....	9
2.2.2 Tujuan Periklanan.....	10
2.2.3 Manfaat Periklanan.....	11
2.2.4 Unsur-unsur Pembentukan Periklanan	12
2.2.5 Strategi Periklanan Televisi	12
2.2.6 Teori SWOT	13
2.3 Teknik Timelapse.....	16
2.4 Teknik Live Shoot	16
2.5 Metode Analisis	17
2.5.1 Analisis Kebutuhan Sistem.....	17
2.6 Tahapan Perancangan Pembuatan Iklan	17
2.6.1 Pra Produksi.....	18
2.6.1.1 Merancang Naskah dan Storyboard Iklan Televisi	18
2.6.1.2 Merancang Naskah Iklan Televisi (Scripting)	18
2.6.1.3 Storyboard	19
2.6.2 Tahap Produksi	21
2.6.2.1 Pengaturan Pencahayaan	23
2.6.3 Tahap Pasca Produksi	24
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	26
3.1 Deskripsi Singkat Perusahaan	26
3.1.1 Sejarah Es Bang Joe	26
3.1.2 Profil Es Bang Joe	27
3.1.3 Visi dan Misi Es Bang Joe	27
3.1.4 Segmentasi Pasar Es Bang Joe	27
3.1.5 Logo Es Bang Joe	28
3.1.6 Struktur Organisasi Es Bang Joe	28
3.1.7 Produk Es Bang Joe	29
3.2 Analisis Masalah	30

3.3	Analisis SWOT	30
3.4	Pemecahan Masalah	31
3.5	Analisis Kebutuhan	32
3.5.1	Analisis Kebutuhan Hardware	32
3.5.2	Analisis Kebutuhan Software	33
3.5.3	Analisis Kebutuhan SDM	33
3.6	Analisis Kebutuhan Biaya.....	35
3.7	Rancang Proses	36
3.7.1	Rancangan Konsep Iklan	36
3.7.2	Rancangan Naskah Iklan	37
BAB IV PEMBAHASAN		42
4.1	Tahapan Produksi	42
4.1.1	Shooting / Pengambilan Gambar	42
4.1.2	Proses Shooting	45
4.1.3	Penerapan Time Lapse	49
4.2	Tahapan Pasca Produksi	50
4.2.1	Compositing	50
4.2.2	Editing	52
4.2.3	Pengeditan Audio.....	55
4.2.4	Rendering	56
BAB V PENUTUP		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....		59

DAFTAR TABEL

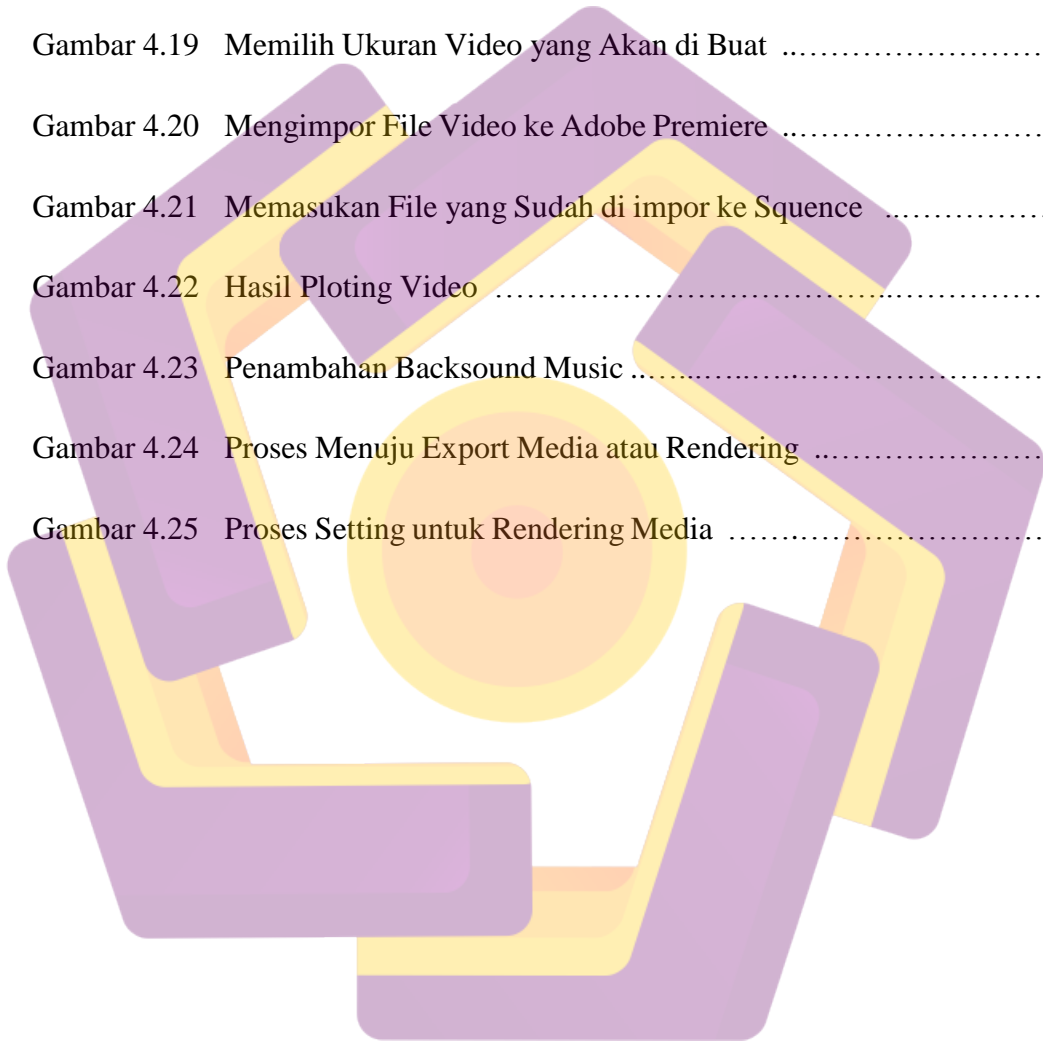
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian	9
Tabel 3.1	Analisis Kebutuhan Biaya Produksi	35
Tabel 3.2	Rancangan Storyboard	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Contoh Storyboard Iklan Televisi	21
Gambar 2.2	Mikrofon	23
Gambar 3.1	Logo Perusahaan Es Bang Joe	28
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Es Bang Joe	28
Gambar 3.3	Produk Milkshake Chocolate	29
Gambar 3.4	Produk Milkshake Melon	29
Gambar 4.1	Sebagian Peralatan yang digunakan Pada Proses Shooting	43
Gambar 4.2	Shoot Mode Video Pada Kamera Canon 1100D	43
Gambar 4.3	Pengaturan Ukuran Video Pada Kamera Canon 1100D	44
Gambar 4.4	Pengaturan Foto Pada Action Camera Xiaomi Yi	44
Gambar 4.5	Lokasi Shooting Kedai Es Bang Joe	45
Gambar 4.6	Potongan Hasil Scene 1	45
Gambar 4.7	Potongan Hasil Scene 2	46
Gambar 4.8	Potongan Hasil Scene 3	46
Gambar 4.9	Potongan Hasil Scene 4	47
Gambar 4.10	Potongan Hasil Scene 5	47
Gambar 4.11	Potongan Hasil Scene 6	47
Gambar 4.12	Potongan Hasil Scene 8	48
Gambar 4.13	Potongan Hasil Scene 9	48
Gambar 4.14	Potongan Hasil Scene 10	49

Gambar 4.15	Penerapan Time Lapse di Scene 7	50
Gambar 4.16	Setting Project Baru	51
Gambar 4.17	Setting Project Baru	51
Gambar 4.18	Membuat Lembar Kerja Baru di Adobe Premiere	53
Gambar 4.19	Memilih Ukuran Video yang Akan di Buat	53
Gambar 4.20	Mengimpor File Video ke Adobe Premiere	54
Gambar 4.21	Memasukan File yang Sudah di impor ke Squence	54
Gambar 4.22	Hasil Ploting Video	55
Gambar 4.23	Penambahan Backsound Music	55
Gambar 4.24	Proses Menuju Export Media atau Rendering	56
Gambar 4.25	Proses Setting untuk Rendering Media	57



INTISARI

Saat ini perkembangan bisnis Milkshake semakin banyak berkembang dan tersebar luas. Contoh beberapa kedai milkshake yang ada di Jogja diantaranya adalah *Fla-Fla Milkshakes*, *King Kong Juss & Milkshake*, *Marko Milk & Coffee* dan masih banyak lagi, masing – masing kedai mempunyai ciri khas dan karakter tersendiri. Dan mereka mempunyai setrategi masing – masing untuk mempromosikan dan memperkenalkan produknya, contoh *Fla-Fla Milkshake* menggunakan media sosial *Twitter* dan *Foursquare*, *King Kong Juss & Milkshake* menggunakan media sosial *Twitter*, *Marko Milk & Coffe* menggunakan media sosial *Twitter*, *Facebook* dan *Foursquare*.

Jadi selain harus mempunyai racikan rasa yang enak, promosi juga menjadi cara jitu untuk menarik pelanggan. Dan media promosi saat ini yang paling banyak dipilih karena mudah dan tidak banyak memakan biaya adalah media sosial berbasis online, contoh diantaranya adalah *Twitter*, *Facebook*, *Foursquare*, *Instagram*, *Youtube* . Karena Kedai Es Bang Joe sudah memiliki iklan di media sosial *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, maka Pemilik Kedai Es Bang Joe berencana akan menambahkan iklan melalui media sosial *Youtube*.

Dari penelitian yang sudah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial Youtube dinilai sangat tepat untuk membuat iklan karena dibuat dengan menggunakan video dan dalam membuat video iklan agar terlihat lebih menarik dan meningkatkan nilai estetika video salah satu caranya adalah dengan memadukan teknik *Timelapse* dan *Liveshoot*. Dengan menggunakan teknik *Liveshoot* maka video akan terlihat lebih nyata dan dipadukan dengan teknik *Timelapse* yang membuat video akan terlihat lebih menarik bagi penontonnya.

Kata kunci: Multimedia, media promosi, timelapse, liveshoot

ABSTRACT

Recently, Milkshake businesses are having its development and becoming more popular every time. Some of the examples of milkshake shop in Yogyakarta are Fla-Fla Milkshake, KingKong Juss & Milkshake, Marko Milk & Coffee, et cetera. Each one of the milkshake shops has its own type, and uniqueness. Moreover, the owner of the shop has his or her own strategy to promote and advertise his or her products. For example, Fla-Fla Milkshake maximizes the use of Twitter media social, while Marko Milk & Coffee uses not only Twitter but also Facebook and Foursquare media social.

Thus, besides of having a tasteful dish, promoting is also the key to attract customers. Nowadays, the online promoting media is widely popular since it does not cost a lot of charges. For example, Twitter, Facebook, Foursquare, Instagram, and YouTube. Es Bangjo shop is the example of a shop that can be found on Facebook, Twitter, and Instagram so that the owner wants to expand it to YouTube.

Conducted research has found that YouTube media is an excellent promoting media based on video format. Using a video on promoting products may be more appealing and increase the aesthetic of the products. One method to edit the video to be more appealing is by combining Timelapse technique and Liveshoot technique. By using Liveshoot technique, the result will be more realistic. Combined with the Timelapse technique, the result will be more amusing.

Keywords: Multimedia, promoting media, timelapse, liveshoot