

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN VIDEO SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PADA PT.BFI *FINANCE.TBK***

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Abul A'la Ar rosyid**

**12.11.6688**

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN VIDEO SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PADA PT.BFI *FINANCE.TBK***

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

**Abul A'la Ar rosyid**

**12.11.6688**

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

# PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT.BFI *FINANCE.TBK*


yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Abul A'la Ar rosyid**

**12.11.6688**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 27 April 2016

Dosen Pembimbing,

  
**Agus Purwanto, M.Kom.**  
**NIK. 190302229**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN VIDEO SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PADA PT.BFI FINANCE.TBK**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Abul A'la Ar rosyid**

**12.11.6600**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 April 2017

### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Mei P. Kurniawan, M.Kom.**  
NIK. 190302187

**Bhanu Sri Nugraha, M.Kom.**  
NIK. 190302164

**Agus Purwanto, M.Kom.**  
NIK. 190302229

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 8 Mei 2017

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



**Krisnawan, S.Si, M.T.**  
NIK. 190302038

## PERNYATAAN KEASLIAN

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, 08 Mei 2017



Abul A'la Ar rosyid

NIM. 12.11.6688

## MOTTO

**"Hidup sekali hiduplah yang berarti"**

**" Satu gerakan lebih berarti dari jutaan teori "**

**" Ilmu bukanlah sebuah perhiasan namun ilmu adalah sebuah tanggung jawab "**

**" Belajarlah dari hari kemarin, hiduplah untuk hari ini, dan berjuanglah untuk hari esok dan selamanya "**

**" Pergi ke Warung Kopi, berbaur, bercengkrama, dan belajar. Itu merupakan salah satu estetika kehidupan "**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan oleh Abul A'la Ar rosyid kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan banyak nikmatnya sampai saat ini.
2. Kedua orang tua penulis yaitu, Bapak Suparlan Rosyid dan Ibu Muyassaroh, serta semua saudara penulis, yang selalu memberikan do'a yang tak putus-putus dan kasih sayangnya serta memberikan dukungan Materil dan Sprirituil sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak kepala gerai PT.BFI Finance.tbk triharjo, sleman, yang telah memberikan izinnya untuk melakukan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan karya skripsi ini, dan Semoga dilancarkan rejekinya.
4. Teman - teman dan semua sahabat yang selama ini terus memberikan bantuan dan dukungan, khususnya teman-teman seperjuangan dan teman-teman warung kopi yang selalu memberikan semangat dan motivasi, serta pengalamannya.
5. Bang Iwan Fals karena lagunya telah banyak menginspirasi penulis dalam menjalani kehidupan. Warung kopi Mato, Lembayung, Gandrung, dan Kopas, yang kopi manisnya dapat membangkitkan semangat juang penulis.
6. Motor tua penulis yaitu, Honda CB 100 yang selama ini selalu menemani perjalanan suka ataupun duka dalam mengarungi berbagai tahapan untuk menyelesaikan skripsi ini.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan perguruan tinggi program studi Strata-1 Teknik Informatika Fakultas Ilmu Komputer di Universitas Amikom Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, 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 dan Bapak Sudarmawan, MT selaku ketua jurusan Teknik Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta dan Bapak Tri Sutanto, M.Kom Selaku dosen wali serta Bapak Agus Purwanto, M.Kom. Selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa atau masyarakat yang membutuhkan.

Yogyakarta, 08 Mei 2017

Penulis



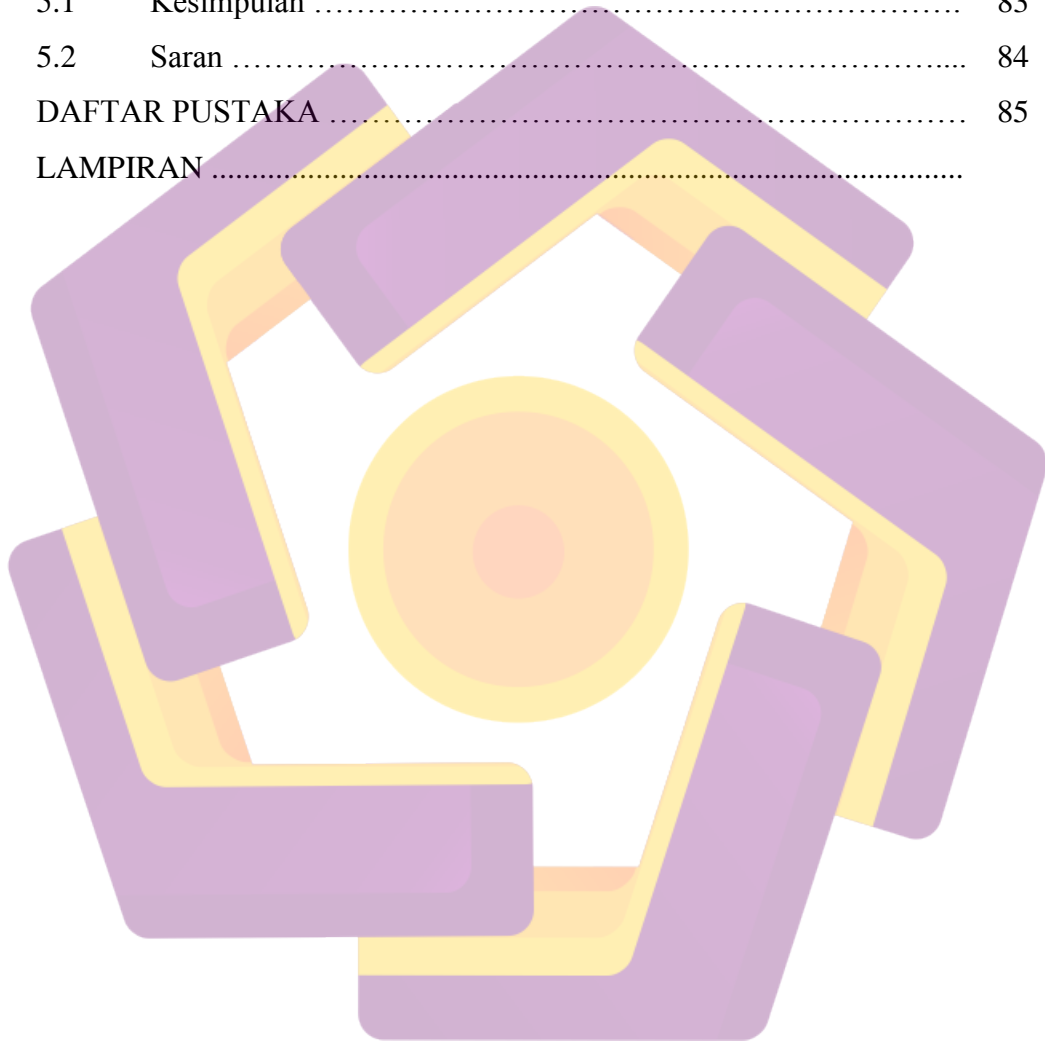
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
INTISARI .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1</b> Latar Belakang Masalah .....	1
<b>1.2</b> Rumusan Masalah .....	2
<b>1.3</b> Batasan Masalah .....	2
<b>1.4</b> Tujuan Penelitian .....	3
<b>1.5</b> Manfaat penelitin .....	3
1.5.1 Bagi Penulis .....	3
1.5.2 Bagi Instansi Terkait .....	4
<b>1.6</b> Metode Penelitian .....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6.2 Analisis .....	5
1.6.3 Produksi .....	5
1.6.4 Evaluasi .....	6
<b>1.7</b> Sistematika Penulisan .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.2 Landasan Teori .....	10

2.2.1	Konsep Dasar Multimedia .....	10
2.3	Konsep Dasar Iklan .....	11
2.3.1	Pengertian Iklan .....	11
2.3.2	Jenis – Jenis Iklan .....	11
2.4	Periklanan Televisi .....	12
2.5	Memproduksi Iklan Televisi .....	13
2.5.1	Tahap Pra Produksi .....	14
2.5.2	Tahap Produksi .....	18
2.5.2.1	Pengambilan Gambar .....	19
2.5.2.2	Animasi .....	21
2.5.3	Tahap Pasca Produksi .....	21
2.5.3.1	Offline Editing .....	22
2.5.3.2	Online Editing .....	23
2.6	Analisis Kebutuhan Sistem .....	23
2.7	Analisis SWOT .....	24
2.8	Evaluasi .....	25
2.8.1	<i>Kuesioner</i> .....	25
2.8.2	<i>Skala Likert</i> .....	26
2.8.2.1	Skor Perhitungan <i>Skala Likert</i> .....	28
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>30</b>
3.1	Deskripsi Perusahaan .....	30
3.1.1	Visi .....	30
3.1.2	Misi .....	31
3.2	Pengumpulan Data .....	32
3.2.1	Wawancara .....	32
3.2.2	Observasi .....	34
3.2.2.1	<i>Banner</i> .....	35
3.2.2.2	<i>Threats Sticker</i> dan Brosur .....	35
3.2.2.3	Proses Penyebaran Brosur .....	37
3.3	Analisis Masalah .....	38

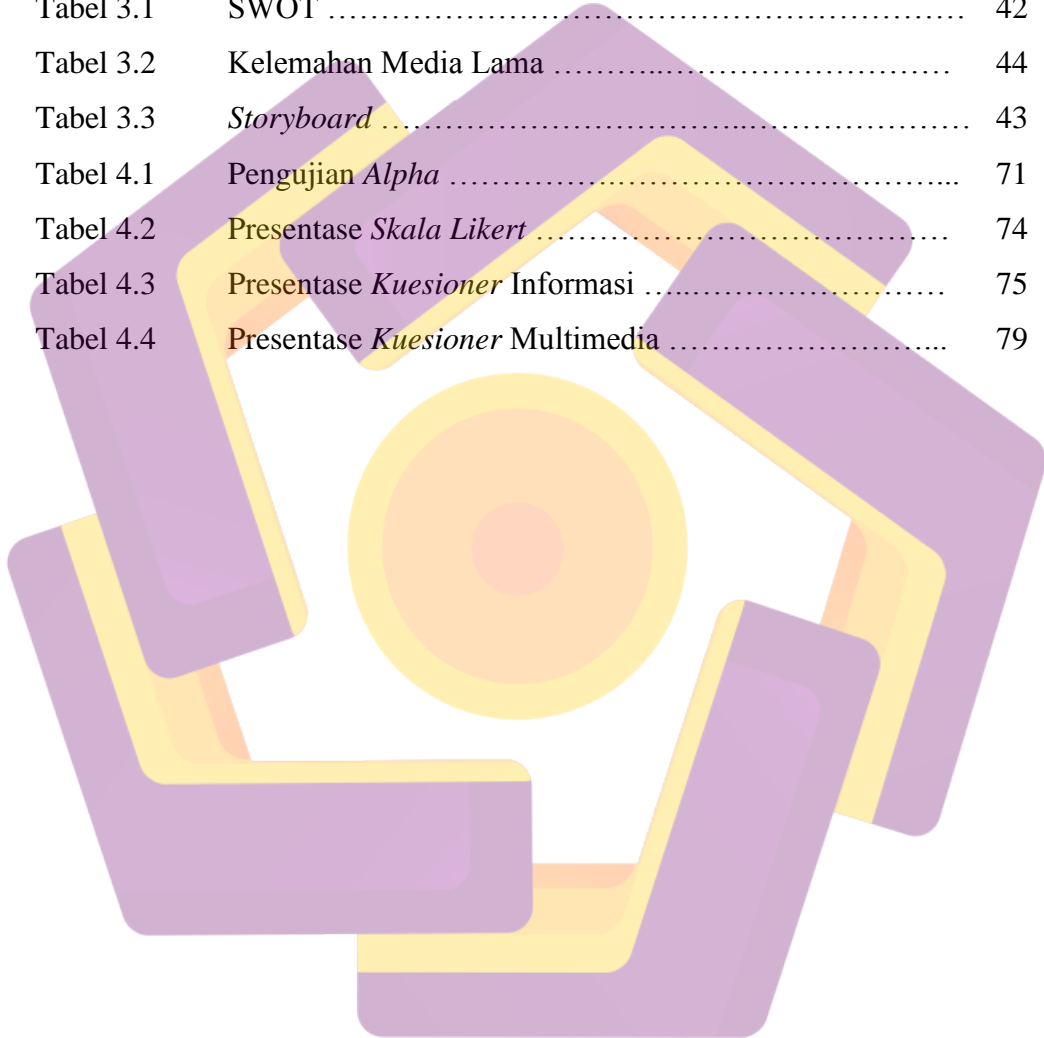
3.3.1	Analisi SWOT .....	38
3.3.1.1	<i>Strenghts</i> (kekuatan) .....	39
3.3.1.2	<i>Weakness</i> (kelemahan) .....	39
3.3.1.3	<i>Opportunities</i> (peluang) .....	40
3.3.1.4	<i>Threats</i> (ancaman) .....	40
3.3.2	Kelemahan Media Lama.....	43
3.3.3	Solusi Yang Ditawarkan .....	44
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem .....	45
3.4.1	Kebutuhan Fungsional .....	45
3.4.2	Kebutuhn Non-Fungsional .....	46
3.4.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras .....	46
3.4.2.2	Kebutuhan <i>Brainware</i> .....	47
3.5	Tahap Pra Produksi .....	47
3.5.1	Perancangan konsep .....	47
3.5.2	Pembuatan Naskah .....	47
3.5.3	Pembuatan <i>Storyboard</i> .....	50
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>53</b>
4.1	Tahap Produksi .....	53
4.1.1	Pengambilan Gambar .....	53
4.1.2	Pembuatan Animasi .....	56
4.1.3	Pembuatan Audio .....	58
4.1.3.1	Music .....	59
4.1.3.2	<i>Dubbing</i> .....	59
4.2	Tahap Pasca Produksi .....	60
4.2.1	<i>Compositing</i> .....	60
4.2.2	<i>Editing</i> .....	61
4.2.2.1	Penggabungan <i>Sequence</i> .....	63
4.2.2.2	Penggabungan <i>Sound</i> .....	65
4.2.2.3	<i>Color Correction</i> .....	67
4.2.2.4	<i>Rendering</i> .....	69
4.3	Pembahasan .....	71

4.3.1	Pengujian <i>Alpha</i> .....	71
4.3.2	Pengujian <i>Beta</i> .....	73
	4.3.2.1 Perhitungan Aspek Informasi .....	74
	4.3.2.2 Perhitungan Aspek Multimedia .....	78
BAB V PENUTUP .....		83
5.1	Kesimpulan .....	83
5.2	Saran .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....		85
LAMPIRAN .....		



## DAFTAR TABEL

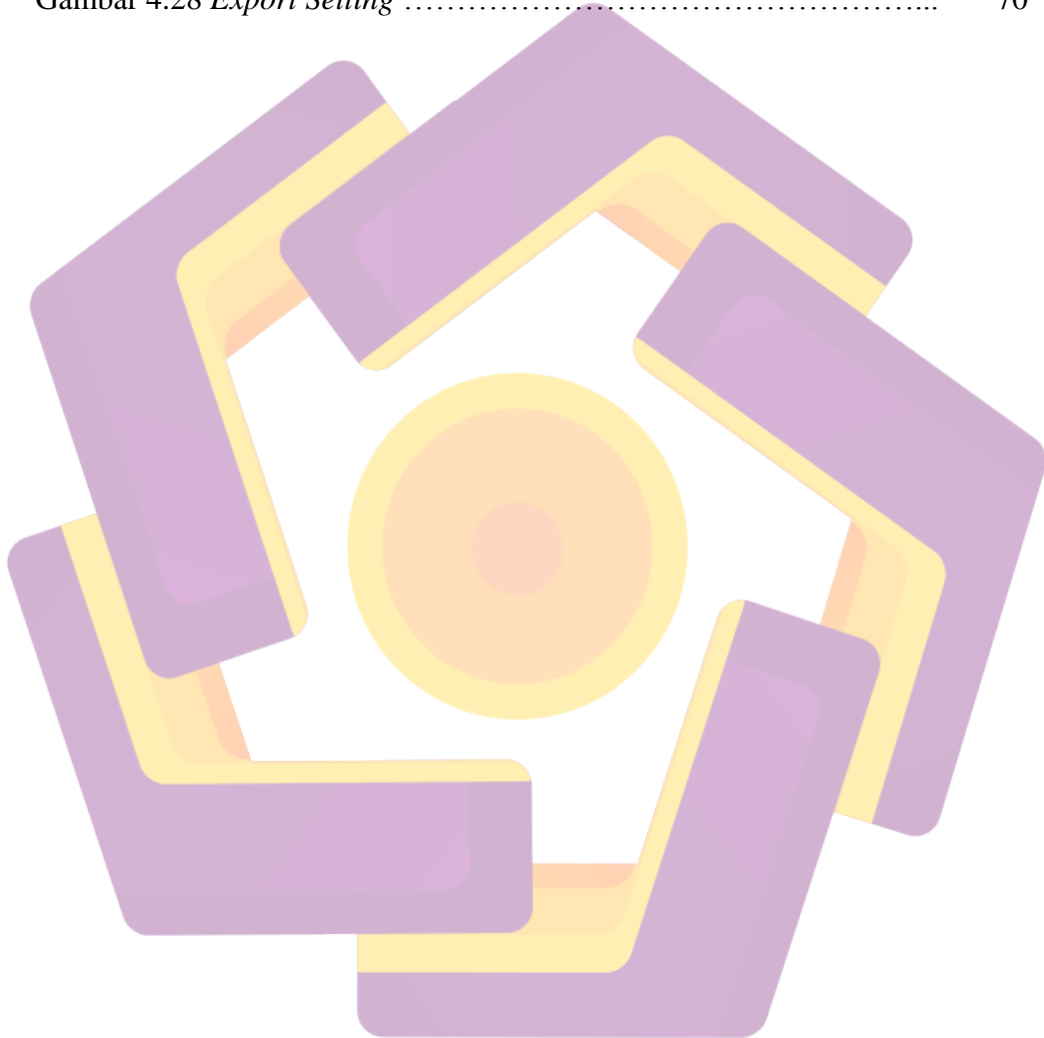
Tabel 2.1	Contoh Naskah Iklan .....	16
Tabel 2.2	Contoh <i>Storyboard</i> .....	17
Tabel 2.3	Presentase <i>Skala Likert</i> .....	28
Tabel 3.1	SWOT .....	42
Tabel 3.2	Kelemahan Media Lama .....	44
Tabel 3.3	<i>Storyboard</i> .....	43
Tabel 4.1	Pengujian <i>Alpha</i> .....	71
Tabel 4.2	Presentase <i>Skala Likert</i> .....	74
Tabel 4.3	Presentase <i>Kuesioner</i> Informasi .....	75
Tabel 4.4	Presentase <i>Kuesioner</i> Multimedia .....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Tahap Produksi Iklan Televisi .....	13
Gambar 3.1 Kantor PT. BFI Finance.tbk Gerai Triharjo .....	31
Gambar 3.2 Gambar 3.2 Staff PT. BFI Finance.tbk .....	.32
Gambar 3.3 <i>Banner</i> Promosi PT. BFI Finance.tbk .....	35
Gambar 3.4 <i>Stiker</i> dan Brosur PT. BFI Finance.tbk .....	36
Gambar 3.4 Proses <i>Penyebaran</i> Brosur .....	37
Gambar 4.1 <i>Take 1</i> .....	53
Gambar 4.2 <i>Take 2 Scene 1</i> .....	54
Gambar 4.3 <i>Take 2 Scene 2</i> .....	54
Gambar 4.4 <i>Take 3 Scene 1</i> .....	55
Gambar 4.5 <i>Take 3 Scene 2</i> .....	55
Gambar 4.6 <i>Take 4</i> .....	55
Gambar 4.7 <i>New Project</i> .....	56
Gambar 4.8 <i>Import File</i> .....	57
Gambar 4.9 <i>Editing</i> .....	57
Gambar 4.10 <i>New Compositing</i> .....	58
Gambar 4.11 <i>Rendering</i> .....	58
Gambar 4.12 <i>Dubbing</i> .....	59
Gambar 4.13 <i>Denoiser</i> .....	60
Gambar 4.14 <i>New Project</i> .....	62
Gambar 4.15 <i>Sequence</i> .....	62
Gambar 4.16 <i>Import File</i> .....	63
Gambar 4.17 <i>Editing</i> .....	64
Gambar 4.18 <i>Teks</i> .....	64
Gambar 4.19 <i>Import Audio</i> .....	65
Gambar 4.20 <i>Editing Audio</i> .....	65
Gambar 4.21 <i>Editing</i> .....	66
Gambar 4.22 <i>Constant Power</i> .....	66

Gambar 4.23 <i>Exponential Fade</i> .....	66
Gambar 4.24 <i>Nesting</i> .....	67
Gambar 4.25 <i>RGB Curves</i> .....	68
Gambar 4.26 <i>Editing</i> .....	68
Gambar 4.27 <i>Export</i> .....	69
Gambar 4.28 <i>Export Setting</i> .....	70





## INTISARI

Pembuatan iklan bertujuan untuk mempublikasikan PT. BFI Finance.tbk masyarakat dengan menggunakan media televisi, PT. BFI Finance.tbk adalah salah satu penyedia jasa keuangan dan pengadaan barang dan properti yang ada di Indonesia, untuk meningkatkan standar mutu dan juga keefektifan dalam mempromosikan PT. BFI Finance.tbk.

Hal ini karena iklan televisi memiliki karakteristik khusus yang dapat mengkombinasikan dari gambar, video, teks, suara, dan animasi. Oleh karena itu, pesan dapat menarik perhatian para penonton, karena visual dihasilkan dalam bentuk video dapat mencakup lima unsur multimedia, sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih jelas terlihat dan nyata. Kombinasi ini tidak dimiliki oleh media promosi lain yang saat ini masih digunakan oleh PT. BFI Finance.tbk, yang saat ini masih menggunakan cetak dan radio sebagai media promosi.

Kelemahan dalam media lama yang promosi oleh PT. BFI Finance.tbk adalah keterbatasan untuk memvisualisasikan informasi yang diperlukan, karena itu iklan di media televisi dianggap lebih efisien dibandingkan dengan media yang masih digunakan saat ini. Diharapkan iklan PT. BFI Finance.tbk dapat meningkatkan jumlah pelanggan, dan juga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan.

**Kata kunci:** BFI, Jasa Keuangan, iklan.

## **ABSTRACT**

*Ad creation aims to publicize the PT.BFI Finance.tbk on society by using television media,PT.BFI Finance.tbk is one of the largest providers of financial services and procurement of goods and property that exists in indonesia, to improve the quality standard and is also effective in the promotion of PT.BFI Finance.tbk.*

*This is because television advertising has special characteristics whics bring together a combination of pictures, video, text, sound, and animatio. Therefore , the message can attract the attention of the audience, because the resulting visuals in the form of videosyhat can include multimedia elements si that the five elements of multimediawould bve more clearly visible and tangible. This combination is not owned by the other media promotion that is currently still used by PT.BFI Finance.tbk, whichcurrently still using print and radio as a media for promotion.*

*Weakness in old media that is promotion by the PT.BFI Finance.tbk is the limitation to visualize the information require, therefore advertising on television media is considered more efficient compared to media that are still used today. Expected ad PT.BFI Finance.tbk may increase the number of customers, and also be able to increase profits at the company.*

**Keywords :** *BFI, financial services, advertising.*