

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN

SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA WSR.STUFF

YOGYAKARTA

SKRIPSI



disusun oleh

Nurma Sugiartini

15.21.0868

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

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN

SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA WSR.STUFF

YOGYAKARTA

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Nurma Sugiartini

15.21.0868

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI


**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA WSR.STUFF
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Nurma Sugiartini
15.21.0868**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 17 Mei 2017

Dosen Pembimbing,


Akhmad Dahlan, M.Kom.

NIK. 190302174

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PERIKLANAN

SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA WSR.STUFF

YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nurma Sugiartini

15.21.0868

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 12 Mei 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Krisnawati, S.Si, M.T.

NIK. 190302038

Heri Sismoro, S.Kom, M.Kom

NIK. 190302057

Akhmad Dahlan, M.Kom

NIK. 190302174



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 17 Mei 2017

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 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, 17 Mei 2017



Nurma Sugiartini

NIM. 15.21.0868

MOTTO

“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.” (QS Al-Ankabut [29]: 6)

"Jika Anda terlahir miskin itu bukan kesalahan Anda, tapi jika Anda mati miskin itu adalah kesalahan Anda"

-Bill Gates-

"Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis; dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang tersenyum "

-Mahatma Gandhi-

---Nurma Sugiartini---

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T. yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada kami, sehingga kami dapat menyelesaikan tugas Akhir ini di waktu yang tepat. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Allah S.W.T. karena atas pertolongan dan karuniaNya lah saya bias menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Kedua Orangtua, Adik Fena, karena senantiasa memberikan dukungan, doa dan semangat yang tiada henti.
3. Dosen Pembimbing Akhmad Dahlan, M. Kom atas bimbingan beliau, yang memudahkan saya dalam mengerjakan Skripsi ini.
4. Teman-teman D3 TI 03 angkatan 2012.
5. Terimakasih bos-bosku : Linggar, Wulan, Ryan, Akmal, Popo, Alfian atas teman seperjuangan mengerjakan Skripsi.
6. Terimakasih teman kantor Mega, Ria, Mas Adit, Mas Wembi, Gita, Akhmad dan semua yang mendoakan, membantu dalam pengerjaan Skripsi ini.
7. Terimakasih teman-teman seperjuangan S1 TI Transfer 2015.
8. Terimakasih buat kamu, semoga Allah S.W.T. selalu meridhoi doa kita. Amin.
9. Terimakasih untuk semuanya yang terlibat dalam pembuatan Skripsi ini.

Salam Sayang,
Nurma Sugiartini

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang dengan kebesaran-Nya telah memberikan begitu banyak anugerah ilmu, rezeki, rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua. Dengan mengucap syukur Alhamdulillah Tugas Akhir dengan judul **Perancangan dan Pembuatan Video Periklanan Sebagai Media Promosi pada WSR.STUFF Yogyakarta** telah disusun dengan baik. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya laporan ini, antara lain :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Ketua Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Bapak Akhmad Dahlan, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan Skripsi.
3. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya pengembangan pada bidang iklan.

Yogyakarta, 26 Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

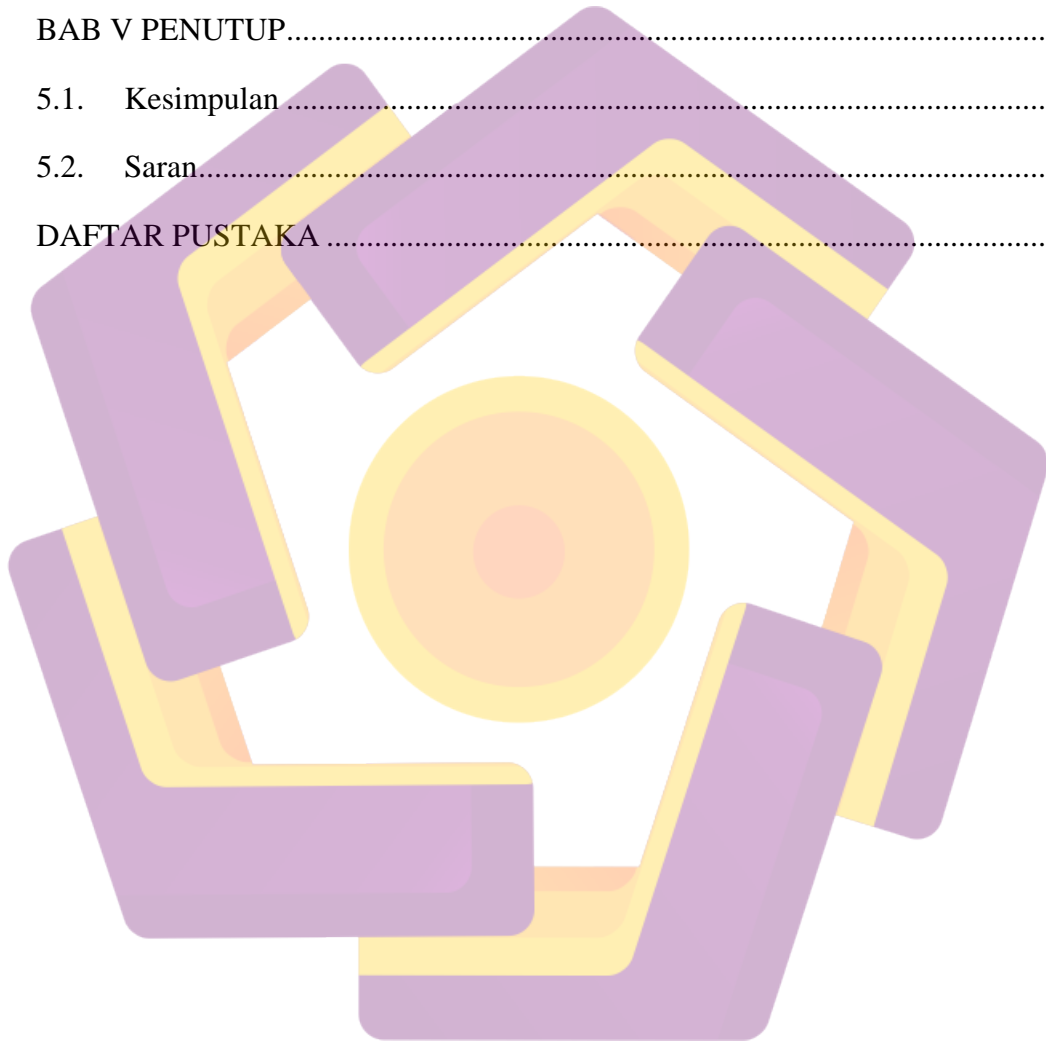
JUDUL	i
PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Rumusan Masalah	2
1.2 Batasan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Bagi Perusahaan/Instansi :	4
1.4.2 Bagi Pengembang :	4
1.5 Metode Penelitian	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis	5
1.5.3 Metode Perancangan Iklan.....	5
1.5.4 Metode Pengembangan.....	5

1.5.5	Metode Pengetesan Unit	6
1.6	Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI		8
2.1.	Tinjauan Pustaka	8
2.2.	Konsep Dasar Iklan	11
2.2.1.	Pengertian Iklan	11
2.2.2.	Sejarah Periklanan	11
2.2.3.	Manajemen Periklanan	13
2.2.4.	Jenis-Jenis Iklan	13
2.2.5.	Fungsi dan Tujuan Periklanan	14
2.3.	Konsep Periklanan	14
2.3.1.	Pengertian <i>Live Shoot</i>	14
2.4.	Animasi	15
2.4.1.	Jenis Animasi	15
2.4.1.1.	Animasi Sel	15
2.4.1.2.	Animasi <i>Frame</i>	16
2.4.1.3.	Animasi <i>Sprite</i>	16
2.4.1.4.	Animasi Lintasan	17
2.4.1.5.	Animasi <i>Spline</i>	17
2.4.1.6.	Animasi <i>Vector</i>	18
2.4.1.7.	Animasi Karakter	18
2.4.1.8.	Animasi <i>Computational</i>	19
2.4.1.9.	Animasi <i>Morphing</i>	19
2.4.2.	Prinsip Animasi	20
2.4.2.1.	<i>Squash And Strech</i>	20
2.4.2.2.	<i>Anticipation</i>	20
2.4.2.3.	<i>Staging</i>	21
2.4.2.4.	<i>Straight-Ahead Action and Puse-To-Push</i>	22
2.4.2.5.	<i>Follow-Through and Overlapping Action</i>	22

2.4.2.6.	<i>Slow In-Slow Out</i>	23
2.4.2.7.	<i>Arcs</i>	24
2.4.2.8.	<i>Secondary Action</i>	24
2.4.2.9.	<i>Timing</i>	25
2.4.2.10.	<i>Exagerration</i>	26
2.4.2.11.	<i>Solid Drawing</i>	26
2.4.2.12.	<i>Appeal</i>	27
2.5.	Teknik Pengambilan Gambar.....	28
2.5.1.	<i>Extreme Close up</i>	28
2.5.2.	<i>Close Up</i>	28
2.5.3.	<i>Medium Close Up</i>	28
2.5.4.	<i>Medium Shoot</i>	29
2.5.5.	<i>Long Shoot</i>	29
2.5.6.	<i>Very Long Shoot</i>	29
2.5.7.	<i>Two Shoot and Grub Shoot</i>	29
2.5.8.	<i>Point Of View</i>	29
2.5.9.	<i>Cut and Cut Away</i>	30
2.6.	Teknik Gerakan Kamera.....	30
2.7.	Tahap Produksi.....	30
2.7.1.	Pra Produksi.....	30
2.7.2.	Produksi.....	32
2.7.3.	Pasca Produksi.....	33
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		35
3.1.	Tinjauan Umum.....	35
3.1.1.	Sejarah WSR.STUFF.....	35
3.1.2.	Visi dan Misi WSR.STUFF.....	36
3.1.3.	Logo WSR.STUFF.....	37
3.2.	Analisis.....	37
3.2.1.	Definisi Analisis Sistem.....	37

3.2.2.	Analisis SWOT	38
3.2.2.1.	<i>Strength</i> (Kekuatan).....	38
3.2.2.2.	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	39
3.2.2.3.	<i>Opportunity</i> (Peluang).....	39
3.2.2.4.	<i>Threath</i> (Ancaman)	39
3.2.3.	Analisis Kebutuhan Sistem.....	40
3.2.3.1.	Analisis Kebutuhan Informasi.....	40
3.2.3.2.	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>).....	40
3.2.3.3.	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	41
3.2.3.4.	Analisis Kebutuhan Pengguna (<i>Brainware</i>).....	42
3.2.4.	Study Kelayakan Sistem.....	43
3.2.4.1.	Kelayakan Teknis	43
3.2.4.2.	Kelayakan Hukum.....	43
3.2.4.3.	Kelayakan Operasional.....	44
3.3.	Perancangan Iklan	44
3.3.1.	Brainstorming Iklan	44
3.3.2.	Pengumpulan Ide dan Konsep	45
3.3.3.	Script atau Naskah	45
3.3.4.	Perancangan <i>Storyboard</i>	47
3.4.	Media Penyampaian Iklan.....	50
3.4.1.	Jangkauan Media	50
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		51
4.1.	Implementasi	51
4.2.	Produksi	52
4.2.1.	Pemilihan Lokasi Pengambilan Video.....	52
4.2.2.	Pengambilan Video.....	52
4.2.3.	Teknik Gerakan Kamera.....	53
4.3.	Pasca Produksi	53
4.2.4.	Editing.....	53

4.2.4.1.	Menghilangkan Background pada <i>Adobe Photoshop</i>	53
4.2.4.2.	Pembuatan Video	55
4.2.4.3.	<i>Compositing and Rendering</i>	58
4.4.	Hasil Akhir <i>Editing</i>	60
4.5.	Implementasi	61
BAB V PENUTUP.....		63
5.1.	Kesimpulan	63
5.2.	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		65



DAFTAR TABEL

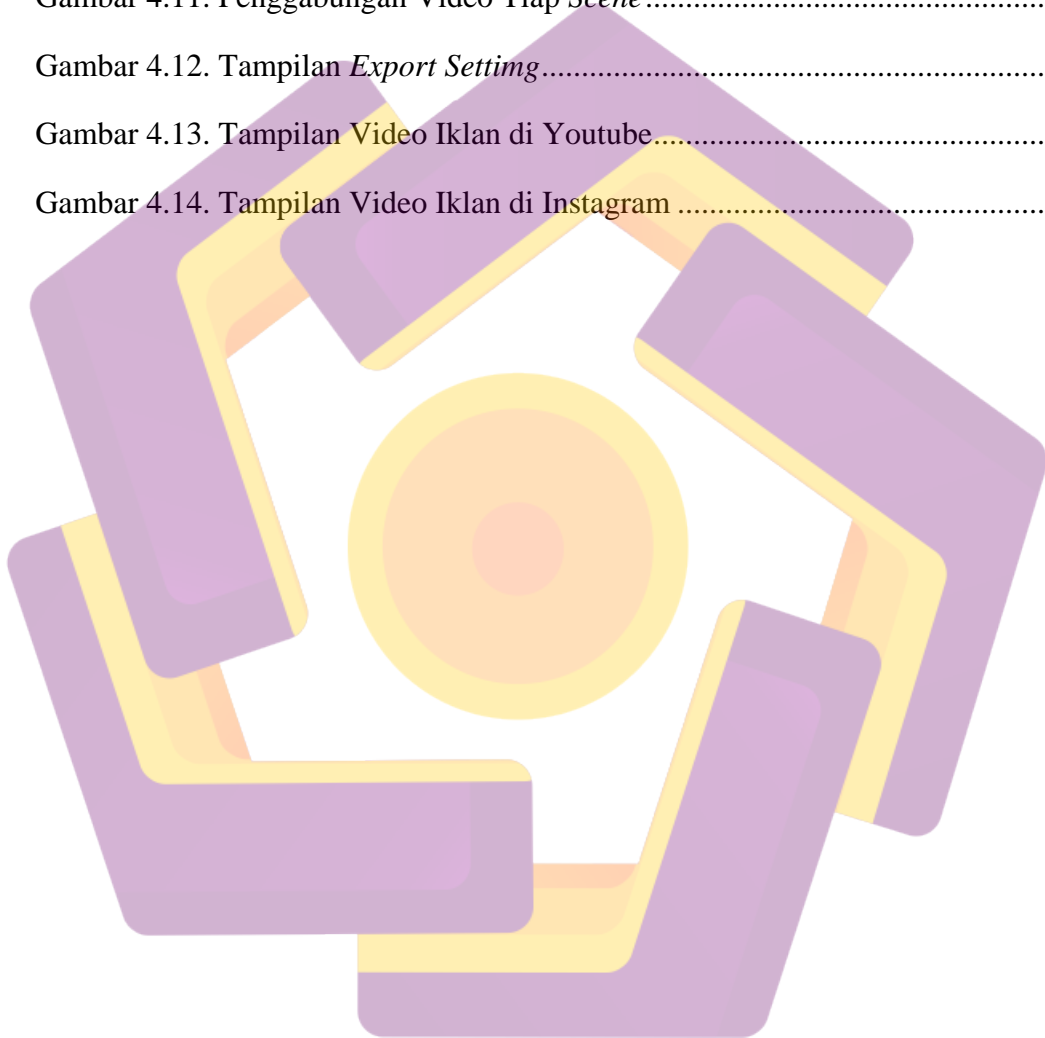
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	9
Tabel 3.2. Rancangan <i>Storyboard</i>	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Squash and Strech</i>	20
Gambar 2.2. <i>Anticipation</i>	21
Gambar 2.3. <i>Staging</i>	22
Gambar 2.4. <i>Straight-Ahead Action and Puse-To-Push</i>	22
Gambar 2.5. <i>Follow-Through And Overlapping Action</i>	23
Gambar 2.6. <i>Slow In-Slow Out</i>	24
Gambar 2.7. <i>Arcs</i>	24
Gambar 2.8. <i>Secondary Action</i>	25
Gambar 2.9. <i>Timing</i>	26
Gambar 2.10. <i>Exaggeration</i>	26
Gambar 2.11. <i>Solid Drawing</i>	27
Gambar 2.12. <i>Appeal</i>	28
Gambar 2.13. Contoh Gambar <i>Storyboard</i>	32
Gambar 3.1. Tampilan Akun Instagam WSR.STUFF	36
Gambar 3.2. Logo WSR.STUFF.....	37
Gambar 3.3. Tampilan Adobe Premiere Pro.....	41
Gambar 3.4. Tampilan Adobe Photoshop.....	42
Gambar 4.1. Alur Proses Pembuatan Iklan	51
Gambar 4.2. Hasil Pengambilan Video Gambar.....	53
Gambar 4.3. Lembar Kerja <i>Adobe Photoshop</i>	54
Gambar 4.4. Tampilan File <i>Open</i>	54
Gambar 4.5. Tampilan <i>Quick Selection Tool</i>	55
Gambar 4.6. Tampilan Lembar Kerja <i>Adobe Premiere</i>	56

Gambar 4.7. Tampilan Lembar <i>New Project</i>	56
Gambar 4.8. Tampilan Lembar <i>New Sequence</i>	57
Gambar 4.9. Tampilan Lembar Kerja <i>Adobe Premiere</i>	58
Gambar 4.10. Tampilan Youtube <i>Audio Library</i>	58
Gambar 4.11. Penggabungan Video Tiap <i>Scene</i>	59
Gambar 4.12. Tampilan <i>Export Setting</i>	60
Gambar 4.13. Tampilan Video Iklan di Youtube	62
Gambar 4.14. Tampilan Video Iklan di Instagram	62



INTISARI

WSR.STUFF, adalah sebuah toko online yang menjual barang-barang bekas layak pakai. Toko yang bergerak dibidang fashion ini membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan bergaya dengan minimal *budget*. Tapi sayangnya belum banyak orang mengetahui tentang WSR.STUFF. Saat ini WSR.STUFF membutuhkan suatu media promosi.

Salah satu media untuk mempromosikan WSR.STUFF adalah dengan iklan. Iklan multimedia dalam bentuk video merupakan salah satu media yang banyak digunakan untuk menampilkan suatu produk, karena kebanyakan orang lebih tertarik untuk melihat televisi atau melihat video melalui situs web yang menyediakan fasilitas streaming video daripada membaca koran, majalah atau sejenisnya.

Terdapat beberapa teknik dalam pembuatan iklan, salah satunya adalah teknik *live shoot*, yaitu teknik pengambilan gambar secara langsung. WSR.STUFF merupakan Toko yang berdiri sejak 2014, dan membutuhkan efisiensi dalam berbagai hal, tidak terkecuali dalam pembuatan iklan. Oleh karena itu pembuatan iklan dengan teknik *live shoot* diharapkan dapat menjadi langkah yang tepat untuk perkembangan perusahaan tersebut.

Kata Kunci : Multimedia, Iklan, Live Shoot, WSR.STUFF

ABSTRACT

WSR.STUFF, is an online store that sells used goods worthy of use. Shop engaged in this fashion helps people to meet the needs of style with a minimum budget. But unfortunately not many people know about WSR.STUFF. Currently WSR.STUFF requires a promotional media.

One of the media to promote WSR.STUFF is with advertising. Multimedia video ads are one of the most widely used media for displaying a product, as most people are more interested in viewing television or viewing videos through websites that provide streaming video facilities than reading newspapers, magazines or the like.

There are several techniques in the manufacture of advertising, one of which is a live shoot technique, the technique of taking gambir directly. WSR.STUFF is a Store that stood since 2014, and requires efficiency in many ways, not least in advertising. Therefore, advertising with live shoot technique is expected to be the right step for the development of the company.

Keywords: *Multimedia, Ads, Live Shoot, WSR.STUFF*