

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IKLAN PADA BUTIK EDERRA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Wulan Suci Ramadhani

15.21.0861

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

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IKLAN PADA BUTIK EDERRA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Wulan Suci Ramadhani

15.21.0861

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IKLAN
PADA BUTIK EDERRA SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wulan Suci Ramadhani

15.21.0861

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 05 Juni 2017

Dosen Pembimbing,



Windha Mega Pradnya D, M.Kom
NIK. 190302185

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IKLAN
PADA BUTIK EDERRA SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wulan Suci Ramadhani

15.21.0861

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 30 Mei 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Barka Satya, M.Kom
NIK. 190302126

Andika Agus Slameto, M.Kom
NIK. 190302109

Windha Mega Pradnya, M.Kom
NIK. 190302185

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 05 Juni 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, 05 Juni 2017

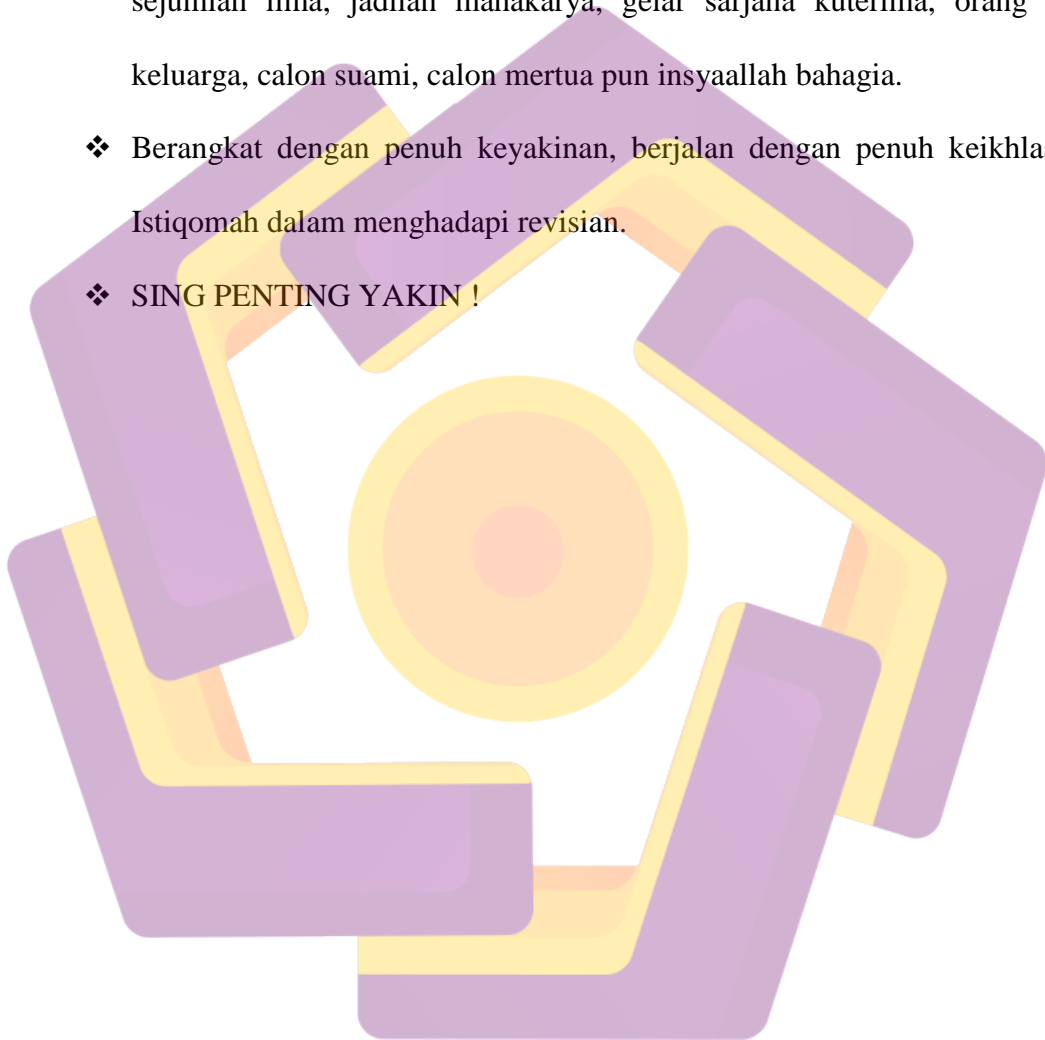


Wulan Suci Ramadhani

NIM. 15.21.0861

MOTTO

- ❖ Punggung pisau pun apabila diasah akan tajam juga.
- ❖ Ku olah kata, ku baca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima, orang tua, keluarga, calon suami, calon mertua pun insyaallah bahagia.
- ❖ Berangkat dengan penuh keyakinan, berjalan dengan penuh keikhlasan. Istiqomah dalam menghadapi revisian.
- ❖ SING PENTING YAKIN !



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan taufik-Nya. Sholawat dan salam atas Rasulullah SAW, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Kedua orang tua, yang selalu mendoakan saya. Semoga Allah memberi kebahagiaan dunia akhirat kepada beliau berdua. Amin.
- Ketiga adikku juga, terima kasih atas kemanjaan yang tiada henti. Aji, Tiara, Kevin, semoga kalian bertiga jadi anak yang soleh dan solehah, selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses dunia akhirat. Amin.
- Sahabatku Uma & Linggar. Uma terima kasih selalu membangunkanku pagi hari agar bisa bimbingan. Linggar, terima kasih untuk doa dan *support* nya.
- Sahabat yang lain Ryan, Popo, akmal, terima kasih sudah mau direpotin. Untuk Dilian juga, terima kasih sudah mau jadi modelku.
- Yang saya semogakan, Arizal. Terima kasih atas nasehatnya, masukannya, semoga kamu menyusul.
- Untuk ibu Windha, terima kasih atas revisi dan bimbingannya.
- Teman-teman di EDERRA, terima kasih atas dukungannya. Mba Indah, mba ayda, mba yudit, feбри, isna, dhani, novita, atin, ama.
- Serta untuk semua pihak yang telah mendoakan, berkontribusi dan mendukung saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

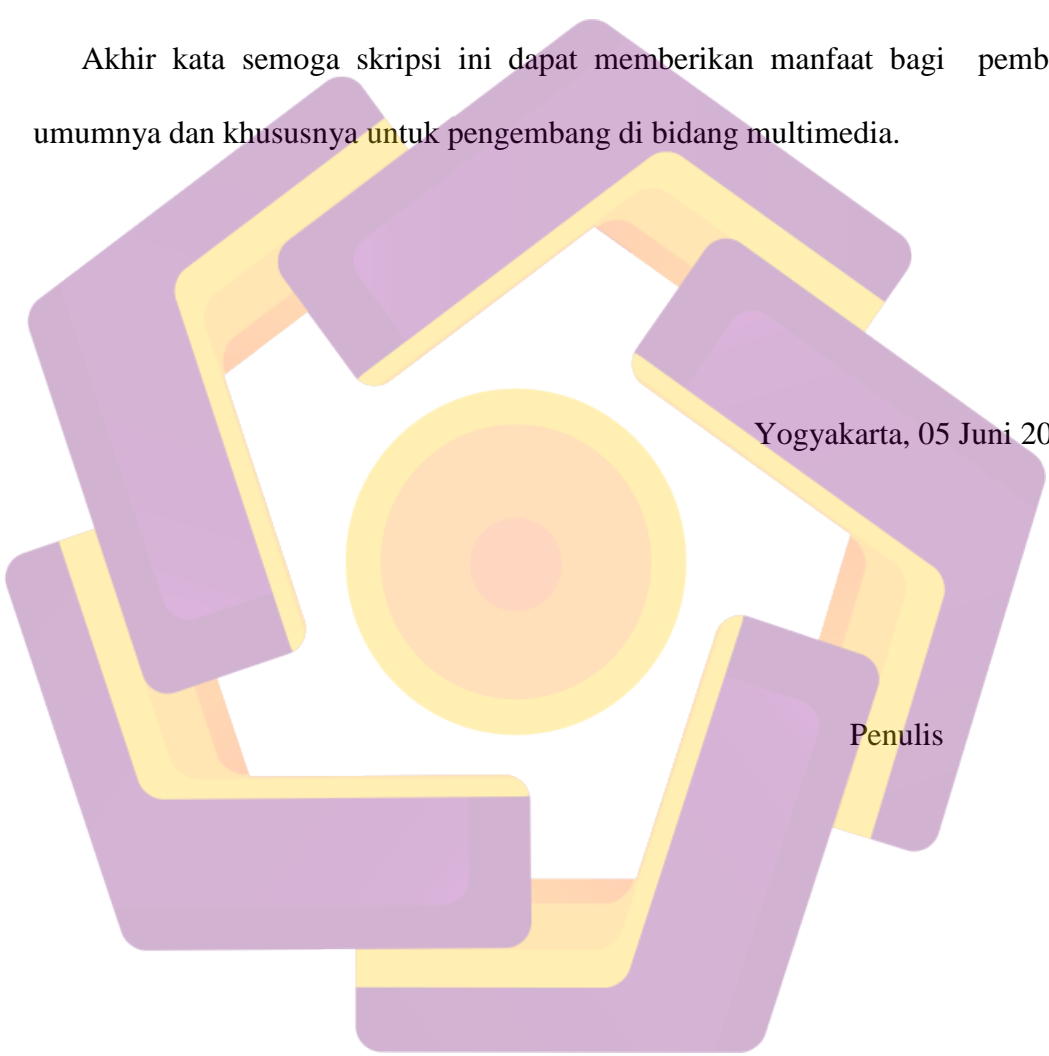
Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu juga merupakan bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang Strata 1 dan memperoleh gelar Sarjana.

Dengan selesainya skripsi ini, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, MT selaku ketua jurusan S1 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Windha Mega Pradnya D, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan masukan dalam pembuatan skripsi ini.
4. Semua keluarga terutama orang tua yang tidak pernah lelah memberi doa, dukungan dan semangat.
5. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu baik dukungan moril maupun materiil, pikiran, dan tenaga dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penyusun menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penyusun, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi penyempurnaan hasil penelitian ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pengembang di bidang multimedia.



Yogyakarta, 05 Juni 2017

Penulis

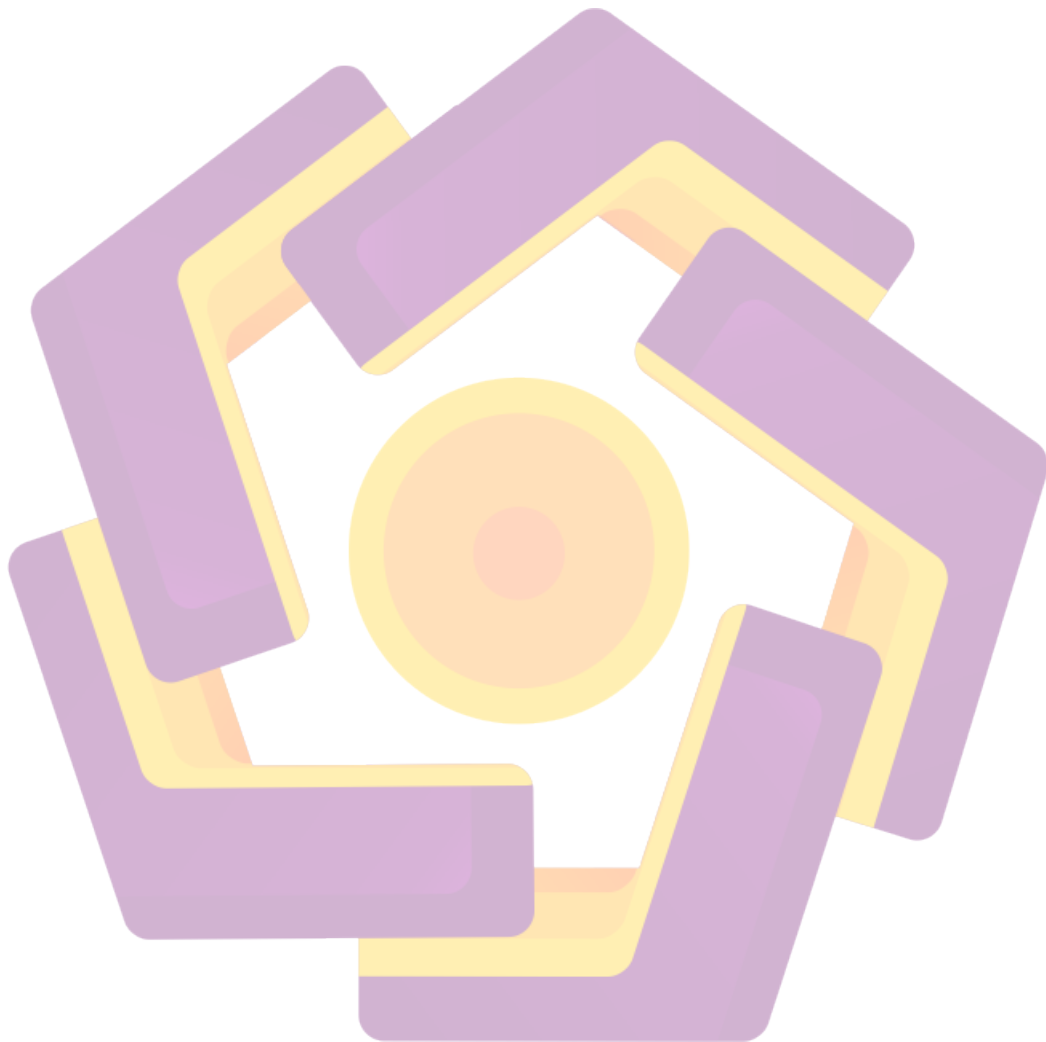
DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	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.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Bagi penulis.....	4
1.5.2 Bagi perusahaan	4
1.5.3 Bagi pengembang.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Analisis	5
1.6.3 Metode Perancangan Iklan.....	5
1.6.4 Metode Pengembangan	6

1.6.5	Metode Pengetesan Unit	7
1.7	Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI		9
2.1	Tinjauan Pustaka	9
2.2	Multimedia	11
2.2.1	Definisi Multimedia	11
2.2.2	Elemen Multimedia.....	12
2.2.3	Interaktivitas.....	15
2.3	Periklanan	15
2.3.1	Pengertian Iklan	15
2.3.2	Jenis Iklan	16
2.3.3	Manfaat Iklan	17
2.4	Iklan Televisi	17
2.4.1	Definisi Iklan Televisi.....	17
2.4.2	Tujuan Iklan Televisi	18
2.4.3	Strategi Pembuatan Iklan Televisi	19
2.5	Teknik Pengambilan Gambar	20
2.5.1	Sudut Pengambilan Gambar (<i>Camera Angle</i>).....	20
2.5.2	Ukuran Gambar	21
2.5.3	Gerakan Kamera.....	24
2.6	Tahap Produksi.....	25
2.6.1	Pra Produksi	25
2.6.2	Produksi	27
2.6.3	Pasca Produksi	29
2.7	Software yang Digunakan	30
2.7.1	Adobe Premiere Pro	30
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		32
3.1	Tinjauan Umum.....	32
3.1.1	Sejarah EDERRA.....	32
3.1.2	Visi dan Misi EDERRA.....	33

3.1.3	Struktur Organisasi Ederra.....	33
3.1.4	Logo Ederra.....	34
3.1.5	Media Promosi Produk Ederra.....	34
3.2	Analisis.....	37
3.2.1	Definisi Analisis Sistem.....	38
3.2.2	Analisis SWOT.....	38
3.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	42
3.3.1	Kebutuhan Fungsional.....	43
3.3.2	Kebutuhan Nonfungsional.....	43
3.3.3	Study Kelayakan Sistem.....	46
3.4	Perancangan Iklan.....	48
3.4.1	Brainstorming Iklan.....	48
3.4.2	Pengumpulan Ide dan Konsep.....	48
3.4.3	Perancangan <i>Storyboard</i>	49
3.5	Media Penyampaian Iklan.....	51
3.5.1	Jangkauan Media.....	51
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Implementasi.....	52
4.2	Produksi.....	53
4.2.1	Pemilihan lokasi pengambilan video.....	53
4.2.2	Pengambilan Video.....	53
4.2.3	Teknik Gerakan Kamera.....	54
4.3	Pasca Produksi.....	55
4.3.1	Manajemen File.....	55
4.3.2	<i>Editing</i>	56
4.3.3	Memasukkan backsound.....	63
4.3.4	<i>Rendering</i>	64
4.4	Review Testing Iklan.....	65
4.4.1	Bukti Penayangan Iklan.....	67
4.5	Hasil Akhir.....	67

BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71



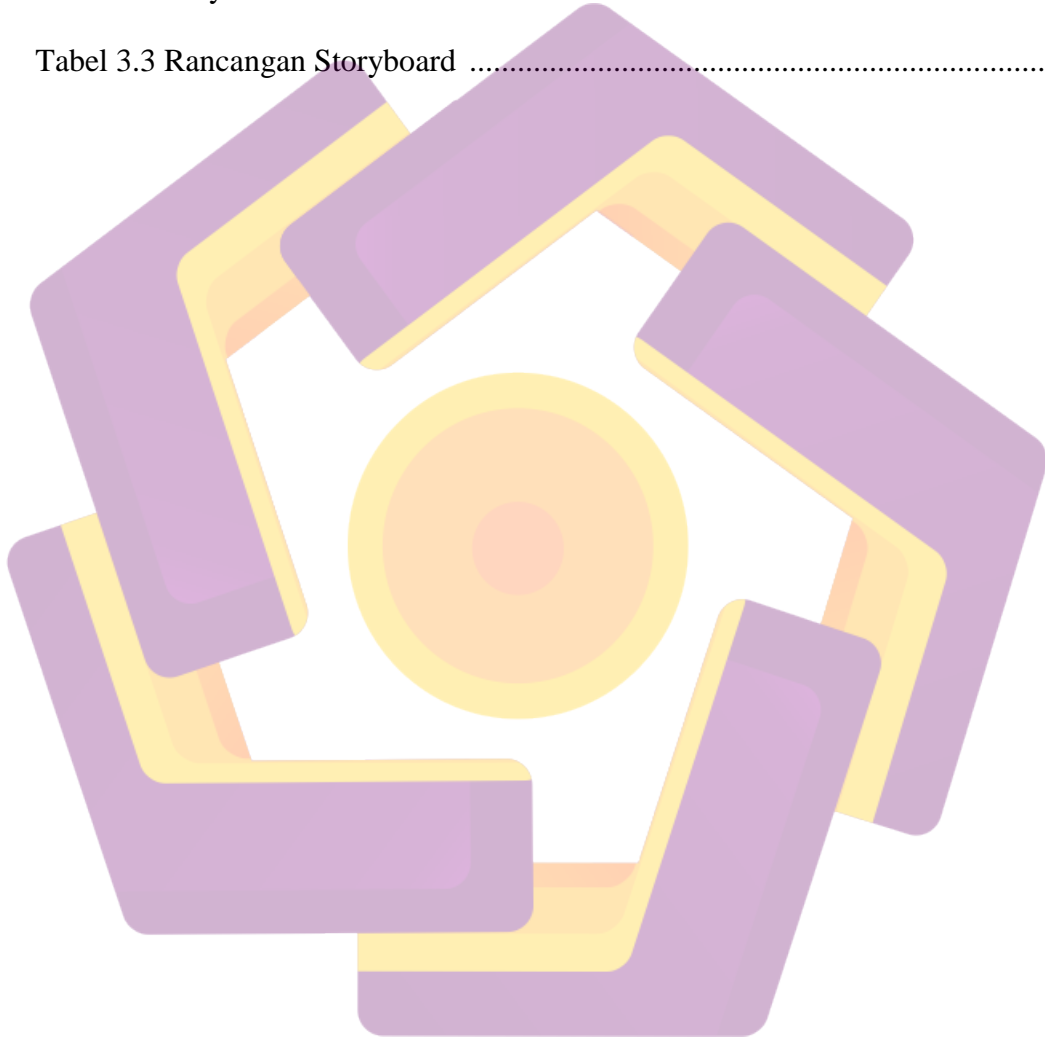
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia	13
Gambar 2.2 Contoh Storyboard	27
Gambar 2.3 Tampilan awal Adobe Premiere Pro CS6	31
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Ederra	33
Gambar 3.2 Logo Ederra	34
Gambar 3.3 Tampilan Akun Instagram Ederra 1	35
Gambar 3.4 Tampilan Akun Instagram Ederra 2	35
Gambar 3.5 Tampilan Halaman Website Ederra	36
Gambar 3.6 Indonesia Fashion Week 2016	37
Gambar 3.7 Asia Islamic Fashion Week 2017	37
Gambar 3.8 Spesifikasi Perangkat Keras yang digunakan	44
Gambar 4.1 Alur Proses Pembuatan Iklan	52
Gambar 4.2 Hasil Pengambilan Video	54
Gambar 4.3 Manajemen File	55
Gambar 4.4 Lembar kerja Adobe Premiere Pro	56
Gambar 4.5 pengaturan squence setting	57
Gambar 4.6 Import file ke Library Adobe Premiere Pro	58
Gambar 4.7 Effect dan bentuk tampilan scene 1.....	59

Gambar 4.8 Tampilan scene ke-2	59
Gambar 4.9 Pembuatan efek slow pada video	60
Gambar 4.10 Tampilan scene ke-3	60
Gambar 4.11 Tampilan scene ke-4	61
Gambar 4.12 Tampilan scene ke-5	62
Gambar 4.13 Tampilan scene ke-6	62
Gambar 4.14 Pembuatan motion pada video	63
Gambar 4.15 Tampilan Soundcloud Audio yang Digunakan	64
Gambar 4.16 Syarat Penggunaan Audio	64
Gambar 4.17 Tampilan Export Setting	65
Gambar 4.18 Bukti Penayangan Iklan di RBTB	67
Gambar 4.19 Tampilan akhir video	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian	10
Tabel 3.1 Matriks SWOT	41
Tabel 3.2 Biaya Produksi	46
Tabel 3.3 Rancangan Storyboard	49



INTISARI

Seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat khususnya dalam bidang periklanan, banyak perusahaan berlomba – lomba membuat iklan yang menarik untuk memasarkan produk mereka. Iklan yang ditawarkan oleh perusahaan pun sangat beragam. Mulai iklan yang di media kertas, maupun elektronik.

Butik ederra merupakan butik yang menjual kebutuhan sandang bagi kaum wanita, dengan tagline “multicolored modest wear”. Sejak 2015 lalu, Ederra telah memfokuskan penjualan dan produksinya terhadap outfit bagi para hijabers. Saat ini pemasarannya masih sebatas penjualan offline di toko serta penjualan online di web, dan social media. Untuk meningkatkan penjualan serta branding untuk Ederra sendiri, dibuatlah iklan multimedia sebagai media promosi.

Proses pembuatan iklan ini menggunakan metode live shoot yang didukung oleh perangkat lunak, yaitu Adobe Premiere Pro, Adobe After Effect dan Adobe Audition. Dengan menggunakan beberapa perangkat lunak tersebut diharapkan dapat menghasilkan video periklanan yang baik dan memaksimalkan produksi dan volume penjualan bagi Ederra.

Kata kunci : Iklan, Video Periklanan, Ederra

ABSTRACT

Along with the rapid development of technology and information especially in the field of advertising, many companies are competing to create compelling ads to market their products. Ads that offered by the company are very diverse. Includes paper or electronic's media.

Ederra boutiques are store that sell clothing for women, with the tagline "Multicolored modest wear". Since 2015, Ederra has focused on that sales and production to outfit for hijabers. Now, the marketing is still currently offline sales in store, and online sales on the web and social media. To increase sales and branding for Ederra, I will create media ads as a media promotion.

The process of making these advertisement using a live shoot metode which supported by software's are Adobe Premiere Pro, Adobe After Effect and Adobe Audition. By using that software, hopeless to generate video advertising and maximizes productions and sales volume for Ederra.

Keywords : *Advertisement, Advertisement's video. Ederra*