

**PEMBUATAN IKLAN "OPTIK SILIWANGI CIREBON" DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Clearesta Maulida Solam

15.12.8425

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

**PEMBUATAN IKLAN "OPTIK SILIWANGI CIREBON" DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Clearesta Maulida Solam

15.12.8425

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN "OPTIK SILIWANGI CIREBON" DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC**


yang dipersiapkan dan disusun oleh

Clearesta Maulida Solam

15.12.8425

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 6 Agustus 2019

Dosen Pembimbing,


Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302229

**PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN IKLAN "OPTIK SILIWANGI CIREBON" DENGAN
MENGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT
DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Clearesta Maulida Solam

15.12.8425

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Agustus 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243

Alfie Nur Rahmi, M.Kom
NIK. 190302240

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302229

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 3 September 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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, 3 September 2019



Clearesta Maulida Solam

NIM. 15.12.8425

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.

(Q.S Al-Insyirah 6-7)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirrahil'alamin, segala puji syukur tak terhingga kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini. Saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Mama, Ayah, dan keluarga saya yang tidak pernah lelah mendukung, memberi semangat, memotivasi, dan selalu mendoakan saya.
2. Teh Sarah, Adek Diah, Nova, dan Rere yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Agus Purwanto, M. Kom yang telah membimbing dengan sabar, memberikan banyak saran dan nasehat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan sangat baik.
4. Ibu Hj. Aas Saripah, Amd.RO pemilik Optik Siliwangi Cirebon yang telah mengizinkan saya menjadikan Lumina sebagai objek penelitian saya.
5. Teman teman 15-SI02 yang selalu ada untuk saya dalam suka maupun duka dan sahabat Mia, Yogi, Ria, Jeje, Anis, Indi, Prily, Indri, Dedy yang sangat membantu saya dari awal bab 1 sampai saya pendadaran, terima kasih sudah memberi saya motivasi dan semangat.
6. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu selama saya mengenyam pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT, atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul “Pembuatan iklan televisi "optik siliwangi cirebon" dengan menggunakan teknik liveness dan motion graphics”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program Pendidikan S1 Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Selama mengikuti pendidikan Strata 1 Sistem Informasi sampai dengan proses penyelesaian Skripsi di Universitas Amikom Yogyakarta, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing penulis. Maka untuk itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Agus Purwanto, 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 masa perkuliahan.

5. Ibu Hj. Aas Saripah, Amd.RO selaku pemilik Optik Siliwangi Cirebon yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan Optik Siliwangi Cirebon sebagai objek penelitian.

6. Keluarga besar penulis dan seluruh teman-teman seperjuangan S1 Sistem Informasi yang, telah memberikan semangat sehingga skripsi ini berhasil saya selesaikan.

Penulis menyadari, Skripsi ini masih banyak kelemahan dan kekurangan. Karena itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati, semoga keberadaan Skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan kita, khususnya tentang Video Iklan sebagai Media Promosi dan Informasi.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 30 Agustus 2019

Penulis,

Clearesta Maulida Solam

15.12.8425

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
PERSETUJUAN	iii
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	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4.1. Maksud Penelitian.....	3
1.4.2. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	3
1.6. Metode Penelitian.....	4
1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2. Metode Analisis	5
1.6.3. Metode Produksi	5
1.6.4. Metode Evaluasi.....	5
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.2. Konsep Dasar Multimedia.....	8
2.2.1. Definisi Multimedia	8
2.2.2. Elemen – Elemen Multimedia.....	9
2.3. Periklanan	10
2.3.1. Definisi Periklanan.....	10

2.3.2.	Tujuan Periklanan	11
2.3.3.	Fungsi Periklanan.....	13
2.4.	Definisi Live Shoot	14
2.5.	Teknik Bidikan Kamera (<i>Shot</i>).....	15
2.6.	Gerakan Kamera.....	21
2.7.	<i>Motion Graphic</i>	22
2.7.1.	Definisi <i>Motion Graphic</i>	22
2.7.2.	Pertimbangan pada <i>Motion Graphic</i>	22
2.8.	Tahap Memproduksi Iklan	24
2.8.1.	Tahap Pra Produksi	24
2.8.2.	Tahap Produksi	27
2.8.3.	Tahap Pasca Produksi	29
2.9.	Dasar Teori Video	29
2.9.1.	Video	29
2.9.2.	Standar Video.....	30
2.10.	Jenis Video	31
2.10.1.	Video Analog	31
2.10.2.	Video Digital.....	31
2.11.	Analisis Masalah	31
2.11.1.	Analisis SWOT	31
2.11.2.	Strategi SWOT.....	32
2.12.	Analisis Kebutuhan Sistem	34
2.12.1.	Kebutuhan Fungsional	34
2.12.2.	Kebutuhan Non Fungsional.....	34
2.13.	Evaluasi	34
2.13.1.	Teori <i>Simple Random Sampling</i>	34
2.13.2.	Skala Likert.....	36
2.13.3.	Rumusan Presentasi Skala Likert.....	37
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		39
3.1.	Tinjauan Umum.....	39
3.1.1.	Deskripsi Objek.....	39
3.2.	Pengumpulan data	40
3.2.1.	Wawancara.....	40
3.2.2.	Observasi.....	42

3.3.	Analisis Masalah	44
3.3.1.	Analisis SWOT	44
3.3.2.	Kelemahan Media Lama	46
3.3.3.	Solusi.....	47
3.3.4.	Kesimpulan	47
3.4.	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	48
3.4.1.	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	48
3.5.	Pra-Produksi	49
3.5.1.	Ide dan Konsep.....	49
3.5.2.	Naskah.....	50
3.5.3.	Rancangan Storyboard	52
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		57
4.1.	Produksi.....	57
4.1.1.	Pembuatan Aset Objek	57
4.1.2.	Produksi Gambar.....	59
4.1.3.	Produksi Suara	60
4.2.	Pasca Produksi.....	62
4.2.1.	<i>Compositing</i>	62
4.2.2.	Editing.....	64
4.2.3.	Rendering	69
4.3.	Evaluasi	70
4.3.1	Pengujian Alpha.....	71
4.3.2.	Pengujian Beta	72
4.4.	Implementasi	79
4.4.1.	Penyerahan Video	79
BAB V PENUTUP.....		80
5.1.	Kesimpulan.....	80
5.2.	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN I		84
LAMPIRAN II		85
LAMPIRAN III.....		87
LAMPIRAN IV.....		107

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Matriks	33
Tabel 2. 2 Rumus Presentasi	37
Tabel 2. 3 Pengkategorian Skor Jawaban	38
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	45
Tabel 3. 2 Rancangan Storyboard	53
Tabel 4. 1 Tabel Alpha Testing	71
Tabel 4. 2 Pengujian Aspek Informasi	72
Tabel 4. 3 Pengujian Pada Aspek Tampilan	73
Tabel 4. 4 Pengkategorian Skor Kuesioner	74
Tabel 4. 5 Persentase Skor Jawaban Kuesioner	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Elemen Multimedia	9
Gambar 2. 2 contoh extreme close up	15
Gambar 2. 3 contoh close up	16
Gambar 2. 4 contoh medium close up	16
Gambar 2. 5 contoh medium shot	17
Gambar 2. 6 contoh long shot	17
Gambar 2. 7 Very Long Shot	17
Gambar 2. 8 contoh two shot	18
Gambar 2. 9 contoh Point Of View	18
Gambar 2. 10 Kamera Dibidikkan Saat Suami Berjalan Masih Jauh Dari Pintu Kemudian CUT	19
Gambar 2. 11 tampilan sepatu suami kemudian CUT	20
Gambar 2. 12 tampilan suami membuka kunci pintu	20
Gambar 2. 13 Interior (Dalam Ruangan)	21
Gambar 2. 14 Exterior (Luar Ruangan)	21
Gambar 2. 15 Contoh Naskah	25
Gambar 2. 16 Contoh StoryBoard	26
Gambar 3. 1 Logo Optik Siliwangi Cirebon	39
Gambar 3. 2 Brosur Optik Siliwangi Cirebon	42
Gambar 3. 3 Akun Instagram Optik Siliwangi Cirebon	44
Gambar 3. 4 Postingan Instagram Optik Siliwangi Cirebon	44
Gambar 4. 1 Aset Gambar	57
Gambar 4. 2 Tampilan pembuatan Outline Struktur Mata	58
Gambar 4. 3 Tampilan pemberian warna pada outline	58
Gambar 4. 4 Tampilan menyimpan project	59
Gambar 4. 5 Pengambilan Gambar outdoor	59
Gambar 4. 6 Pengambilan Gambar indoor	60
Gambar 4. 7 Rekaman Narasi	60
Gambar 4. 8 Tampilan import file	61

Gambar 4. 9 Tampilan Noise Reduction.....	61
Gambar 4. 10 Tampilan capture noise print.....	62
Gambar 4. 11 Tampilan penyimpanan	62
Gambar 4. 12 Membuat Komposisi Baru	63
Gambar 4. 13 Langkah Import File.....	63
Gambar 4. 14 Tampilan Awal Sebelum Di Animasikan.....	64
Gambar 4. 15 Transformasi Dasar	64
Gambar 4. 16 Membuat Project Baru	65
Gambar 4. 17 Membuat Kompositing Sequence 01	65
Gambar 4. 18 Memilih Video yang Akan Diedit.....	66
Gambar 4. 19 Menyusun Dan Cutting Video.....	66
Gambar 4. 20 Import Animasi	67
Gambar 4. 21 Input Narasi Dan Musik	67
Gambar 4. 22 Memasukan Transisi	67
Gambar 4. 23 Video Effect	68
Gambar 4. 24 RGB Curve.....	68
Gambar 4. 25 RGB Curve Dan Tampilan.....	68
Gambar 4. 26 Export.....	69
Gambar 4. 27 Export Video	70
Gambar 4. 28 Proses Render Video	70

INTISARI

Iklan adalah sarana untuk mendukung media promosi. Periklanan di media televisi merupakan kombinasi elemen visual dan audio. Tujuan iklan adalah agar masyarakat tertarik untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk dan jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Dengan membuat iklan televisi, maka dapat memberikan suatu informasi tentang Optik Siliwangi Cirebon. Dimana didalam iklan televisi ini berisikan tentang informasi, gambar, video, dan animasi Optik Siliwangi Cirebon secara mendetail dan atraktif sehingga mampu untuk menarik dan memudahkan klien memahaminya.

Kata Kunci : Iklan, Televisi, Promosi

ABSTRACT

Advertising is a means of supporting the promotion media. Advertising on television media is a combination of visual and audio elements. The purpose of advertising is for people interested in buying or using the goods or services.

Promotion is an attempt to notify or offer a product and service on the purpose of attracting potential customers to buy or consume it. With the promotion of producers or distributors expect the increase in sales figures.

By creating a television advertisement, it can provide an information about Optik Siliwangi Cirebon. Where in this television advertisement contains information, pictures, video, and animation Optik Siliwangi Cirebon in detail and attractive so as to be able to attract and facilitate the client understand it.

Keywords : *Advertising, Television, Promotion*