

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MEREK PAKAIAN
GORGEOUS NIGHTMARE SEBAGAI MEDIA
PERIKLANAN BERBASIS
AVI CINEMATIC**

SKRIPSI



disusun oleh

Zhata Bintang Adjinegara

13.12.7448

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2019

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MEREK PAKAIAN
GORGEOUS NIGHTMARE SEBAGAI MEDIA
PERIKLANAN BERBASIS
AVI CINEMATIC**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan mencapai
derajat Sarjana S1 pada jurusan
Sistem Informasi



disusun oleh

Zhata Bintang Adjinegara

13.12.7448

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MEREK PAKAIAN
GORGEOUS NIGHTMARE SEBAGAI MEDIA
PERIKLANAN BERBASIS
AVI CINEMATIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zhata Bintang Adjinegara

13.12.7448

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 14 Mei 2016

Dosen Pembimbing,

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng
NIK. 190302105

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MEREK PAKAIAN
GORGEOUS NIGHTMARE SEBAGAI MEDIA**

**PERIKLANAN BERBASIS
AVI CINEMATIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zhata Bintang Adjinegara

13.12.7448

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Oktober 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

Ferry Wahyu Wibowo, S.Si, M.Cs
NIK. 190302235

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 November 2016

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, 20. Oktober 2018



Zhata Bintang Adjinegara

NIM. 13.12.7448

MOTTO

“Segala yang kita tanam belum tentu kita tuai. Berusahalah, entah hasil akan seperti apa. Hidup memang harus diperjuangkan.”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

- Allah *Subhanahu wata'ala* yang selalu melimpahkan rahmat dan nikmatnya dalam kehidupan sehari-hari dan masi diberi kesempatan untuk bernafas dengan baik hingga saat ini.
- Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wasallam yang telah memberi arahan dan petunjuk bagi umat-umatnya dengan kitabnya.
- Diri sendiri yang telah berjuang maupun konsisten dalam melakukan pencapaian.
- Bapak Adil Ashar dan ibu Sri Utami, S.E Orang tua yang senantiasa memberikan kontribusinya hingga saat ini.
- Saudara-saudara sekalian yang selalu membuat tawa.
- Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku dosen pembimbing yang memberi arahan pada skripsi ini.
- Semua bapak dan ibu dosen yang telah mengajarkan berbagai pengalaman maupun ilmu yang sangat bermanfaat.
- Keluarga besar Universitas Amikom.
- Serta pihak-pihak yang senantiasa selalu memberikan dukungan secara verbal maupun nonverbal dalam keseharian saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah *Shubhanahu wa taala* atas semua limpahan rahmat dan segala lini kenikmatan yang selalu dicurahkan pada hamba-hambanya sehingga penulis mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Komputer

Penulis menyadari bahwasannya dalam penyusunan skripsi yang saya tulis ini tidak lepas dari adanya bantuan-bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut.

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku ketua UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA, yg telah mengesahkan skripsi ini.
2. Bapak selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku pembimbing yang senantiasa mengarahkan dan membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. (penguji)
5. Managemen merk pakaian *Gorgeous Nightmare* yang telah mengizinkan menjadi objek penelitian skripsi yang saya tulis.
6. Serta semua pihak yang telah berkontribusi memberi semangat kepada saya untuk menulis skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan yang luar biasa untuk di akhirat maupun di dunia. Di akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berdampak maupun bermanfaat di waktu yang akan datang.

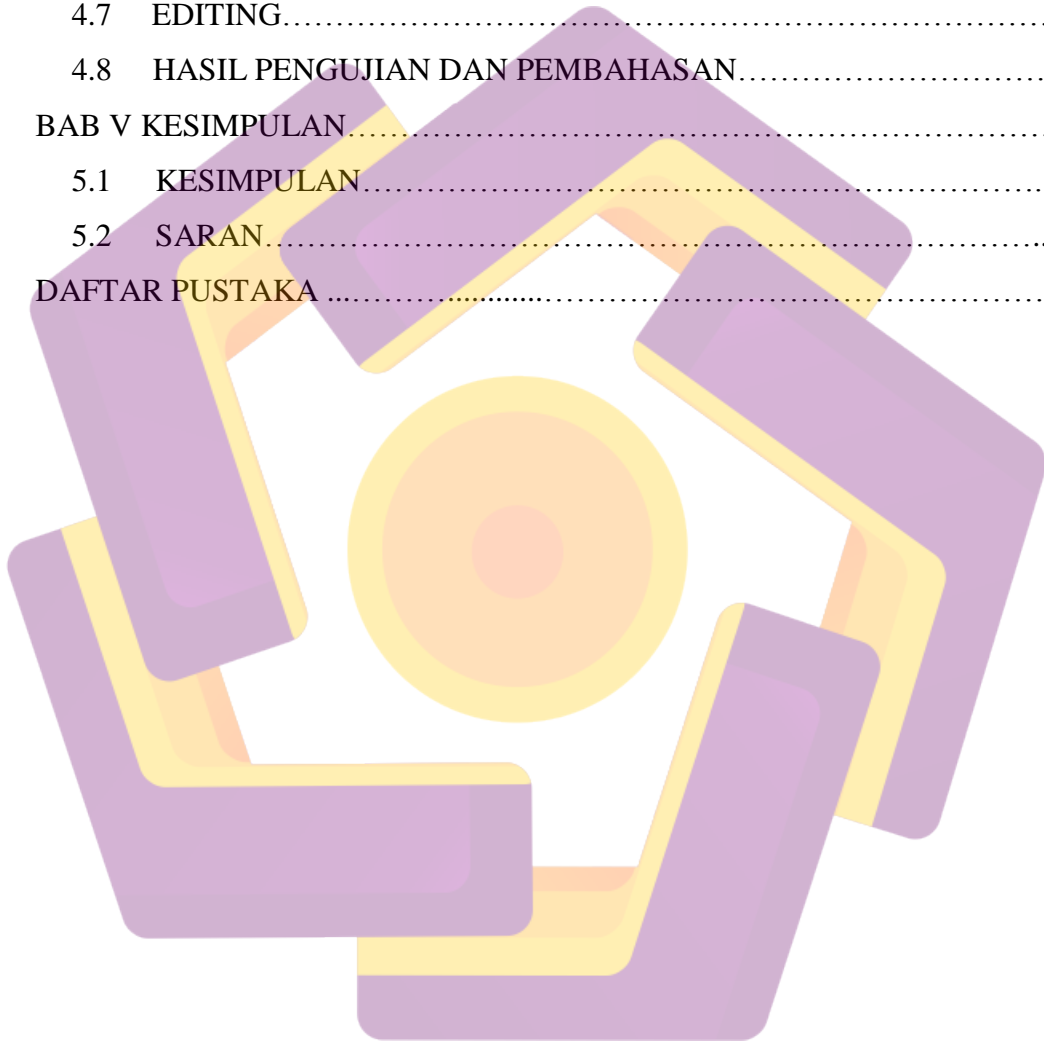
DAFTAR ISI

JUDUL.....	II
PERSETUJUAN.....	III
PENGESAHAN.....	IV
PERNYATAAN.....	V
MOTTO.....	VI
PERSEMBAHAN.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
INTISARI.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	2
1.3 BATASAN MASALAH.....	2
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	3
1.6 METODE PENELITIAN.....	3
1.6.1 METODE PENGUMPULAN DATA.....	3
1.6.1.1 METODE OBSERVASI.....	3
1.6.1.2 METODE WAWANCARA.....	3
1.6.2 METODE STUDI PUSTAKA.....	4
1.6.3 METODE PERANCANGAN.....	4
1.6.4 METODE PENGEMBANGAN.....	4
1.6.5 METODE TESTINNG.....	4
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.2 PENGERTIAN IKLAN TELEVISI.....	6
2.3 KOMPONEN IKLAN.....	7

2.3.1	VIDEO.....	7
2.3.1.1	PAL.....	7
2.3.1.2	NTSC.....	7
2.3.2	AUDIO.....	7
2.3.2.1	MP3.....	8
2.3.2.2	FORMAT AAC (ADVANCED AUDIO CODING).....	8
2.3.2.3	FORMAT WAV.....	8
2.3.3	GAMBAR DAN FOTO.....	9
2.3.3.1	JPEG.....	9
2.3.3.2	PNG.....	9
2.3.3.3	RAW.....	10
2.4	JENIS-JENIS IKLAN.....	10
2.5	MENEJEMEN PERIKLANAN.....	11
2.6	STRATEGI PERANCANGAN IKLAN.....	11
2.6.1	MENETAPKAN SASARAN PENONTON.....	11
2.6.2	PENENTUAN POSISI.....	11
2.6.3	MENCARI KEUNGGULAN PRODUK.....	11
2.6.4	STRATEGI PENETAPAN TUJUAN DAN ANGGARAN PERIKLANAN TELEVISI.....	11
2.6.5	STRATEGI NASKAH DAN <i>STORYBOARD</i>	12
2.6.6	STRATEGI PRODUKSI.....	12
2.6.6.1	TAHAP PRAPRODUKSI.....	12
2.6.6.2	TAHAP PROUKSI.....	12
2.6.6.3	TAHAP PASCAPRODUKSI.....	12
2.7	JADWAL PEMASANGAN IKLAN.....	12
2.8	PENGERTIAN PROMOSI.....	13
2.9	TUJUAN PROMOSI.....	13
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		14
3.1	ANALISIS.....	14
3.2	TUJUAN UMUM.....	14
3.2.1	SEJARAH GORGEOUS NIGHTMARE.....	14
3.2.2	GAMBARAN UMUM SISTEM LAMA.....	14

3.2.3	IDENTIFIKASI MASALAH.....	15
3.2.4	ANALISIS KELEMAHAN SISTEM.....	15
3.3	IDENTIFIKASI MASALAH.....	15
3.4	ANALISIS KELEMAHAN SISTEM.....	15
3.4.1	ANALISIS SWOT.....	15
3.4.1.1	ANALISIS <i>STREIGHT</i> (KEKUATAN).....	16
3.4.1.2	ANALISIS <i>WEAKNESS</i> (KELEMAHAN).....	16
3.4.1.3	ANALISIS <i>OPPORTUNITY</i> (PELUANG).....	16
3.4.1.4	ANALISA <i>THREATS</i> (ANCAMAN).....	16
3.5	HASIL ANALISIS SWOT.....	16
3.5.1	ANALISIS <i>STRENGHT</i> (KEKUATAN).....	16
3.5.2	ANALISIS <i>WEAKNESS</i> (KELEMAHAN).....	17
3.5.3	ANALISIS <i>OPPORTUNITY</i> (PELUANG).....	17
3.5.4	ANALISA <i>THREATS</i> (ANCAMAN).....	18
3.6	KEBUTUHAN NON FUNGSIONAL SISTEM.....	18
3.6.1	ASPEK <i>HARDWARE</i>	19
3.6.2	ASPEK <i>SOFTWARE</i>	19
3.6.3	<i>BRAINWARE</i>	20
4.1	SEGMENTASI TARGET DAN POSISI.....	23
4.2	STUDI KELAYAKAN.....	22
4.2.1	KELAYAKAN EKONOMI.....	23
4.2.2	KELAYAKAN OPERASI/ORGANISASI.....	23
4.2.3	KELAYAKAN HUKUM.....	27
4.2.4	KELAYAKAN JADWAL.....	28
4.2.5	KELAYAKAN STRATEGI.....	29
5.1	PERANCANGAN PRODUKSI.....	30
5.1.1	PERANCANGAN IDE CERITA.....	31
5.1.2	PERANCANGAN NASKAH CERITA.....	39
BAB IV iMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		39

4.1	TAHAP PEMBUATAN IKLAN.....	39
4.2	PRODUKSI IKLAN.....	39
4.3	RENCANA KEGIATAN SHOOTING.....	40
4.4	PENGAMBILAN GAMBAR.....	42
4.5	ALUR PRODUKSI.....	46
4.6	TRANSFER FILE.....	47
4.7	EDITING.....	47
4.8	HASIL PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
BAB V KESIMPULAN.....		50
5.1	KESIMPULAN.....	50
5.2	SARAN.....	50
DAFTAR PUSTAKA		52



DAFTAR TABEL

Tabel 3.2	Kebutuhan <i>Hardware</i>	18
Tabel 3.3	Kebutuhan Software.....	19
Tabel 3.4	<i>Traffic</i> Iklan RBTV	22
Tabel 3.5	Rincian Biaya Produksi.....	23
Tabel 3.6	Rincian Biaya Manfaat.....	24
Tabel 3.7	Nilai NPV Asumsi Diskonto 10%.....	25
Tabel 3.8	Analisis Kelayakan Operasi.....	27
Tabel 3.9	Kelayakan Hukum.....	28
Tabel 3.10	Analisis Penjadwalan	29
Tabel 3.11	Analisis Kelayakan Strategi	30
Tabel 3.12	Rancangan Story Board.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.9 Logo Belakang <i>Zoom</i>	42
Gambar 4.10 Logo Belakang <i>Zoom2</i>	42
Gambar 4.11 Logo Bawah	43
Gambar 4.12 Logo Belakang <i>Zoom 3</i>	43
Gambar 4.13 <i>FramePohon</i>	43
Gambar 4.12 Logo Belakang <i>Zoom 3</i>	44
Gambar 4.14 Logo Desain Dada	44
Gambar 4.15 Logo Belakang <i>Bunga</i>	44
Gambar 4.16 <i>FrameSemua Video Dipercepat</i>	46
Gambar 4.17 Logo Akhir	45
Gambar 4.18 <i>TahapProduksi</i>	46
Gambar 4.19 <i>File</i>	47
Gambar 5.1 <i>Open</i>	47
Gambar 5.2 <i>Import File</i>	44
Gambar 5.3 <i>Editing</i>	44
Gambar 5.4 <i>Export</i>	44

INTISARI

Pembuatan iklan televisi ini bertujuan untuk mempublikasikan merek pakaian *Gorgeous Nightmare. Brand* yang telah lama berkecimpung dalam hal industri konfeksi ini membutuhkan alat atau promosi visual maupun digital untuk mempromosikan dan memperlihatkan bahwasanya *Gorgeous Nightmare*. ini ada dan berkontribusi di persaingan industri konfeksi di *era modern* ini. Iklan televisi yang diusung tidak jauh-jauh dari ciri khas iklan digital pada umumnya yang mengkombinasikan foto atau gambar dan suara yang bergerak bekerja dengan bersamaan sehingga mampu memberikan pesan serta menarik perhatian orang banyak terhadap barang atau jasa yang ditampilkan dalam iklan tersebut.

Dalam upaya menarik konsumen, *Gorgeous Nightmare*. telah mengupayakan penggunaan media cetak dan media sosial *online*. Dengan adanya kerjasama pembuatan iklan ini semoga dapat meningkatkan *brandimage* dan pembelian barang oleh orang banyak terhadap *Gorgeous Nightmare*. yang mengalami kenaikan positif dan berdampak baik bagi *Brand* tersebut.

Proses pembuatan iklan ini menggunakan alat bantu perangkat lunak seperti Adobe Premiere CC, Adobe Audition CS6, Adobe Photoshop, serta penggunaan piranti keras(kamera) sebagai pengambilan video yaitu Canon 60D, Canon 600D. Sehingga mampu membuat gambar yang jernih dan *cinematic*.

Kata Kunci: iklan televisi, *cinematic*, *Gorgeous Nightmare*.

ABSTRACT

This television advertisement aims to publish the Gorgeous Nightmare clothing brand. Brands that have long been involved in the fashion industry need visual or digital tools or promotions to promote and show that Gorgeous Nightmare. this exists and contributes to the competition in the modern industry. Television advertisements that are carried not far from the typical digital advertising that combines photos or images and sound that moves to work together so as to be able to provide messages and attract the attention of many people on the goods or services displayed in the ad.

In an effort to attract consumers, Gorgeous Nightmare. has sought the use of online print and social media. With the collaboration of making this ad, hopefully it can increase the brand image and purchase goods by many people against Gorgeous Nightmare. who experienced a positive increase and had a good impact on the Brand.

The process of making this advertisement uses software tools such as Adobe Premiere CC, Adobe Audition CS6, Adobe Photoshop, and the use of hardware (camera) as video capture, namely the Canon 60D, Canon 600D. So as to be able to make clear images and cinematic.

Keyword: television ads, cinematic, Gorgeous Nightmare.