

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA RUMAH MAKAN  
JAMUR RESTO YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN  
MOTION GRAPHIC  
SKRIPSI**



disusun oleh

**Moh. Kholifar Haris Mayadi**

**12.12.6631**

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA RUMAH MAKAN  
JAMUR RESTO YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN  
MOTION GRAPHIC**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Moh. Kholifar Haris Mayadi**

**12.12.6631**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA RUMAH MAKAN  
JAMUR RESTO YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT  
DAN MOTION GRAPHIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Moh.Kholifar Haris Mayadi**

**12.12.6631**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 4 April 2019

**Dosen Pembimbing,**



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

# PENGESAHAN

## PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA RUMAH MAKAN JAMUR RESTO YOGYAKARTA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Moh.Kholifar Haris Mayadi**

**12.12.6631**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 20 Maret 2019

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

Agus Purwanto M.Kom  
NIK. 190302229

Ike Verawati M.Kom  
NIK. 190302237

Mei P. Kurniawan, M.Kom  
NIK. 190302187

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 4 April 2019



## 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 18 Maret 2019

METERAI  
TEMPEL  
20  
#BDDAF939430912  
6.000  
ENAM RIBU RUPIAH  
**Mon. Kholidar Haris Mayadi**  
12.12.6631

## MOTTO

**TINGGALKAN YANG BURUK, TINGKATKAN YANG BAIK**

-Moh. Kholifar Haris Mayadi-

**“Tidaklah penting dari mana Anda berasal. Yang penting adalah ke mana Anda akan melangkah.”**

- Brian Tracy -

**Dengan gagal merencanakan, Anda sedang merencanakan kegagalan.”**

- Benjamin Franklin-

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi ALLAH tuhan semesta alam atas keberkahan rahmat dan karunianya sehingga karya Skripsi ini telah di selesaikan dan mengucapkan banyak terima kasih dan persembahan karya skripsi ini kepada :

1. Ibu dan Bapak yang tak pernah menyerah memperjuangkan, mendoakan dan mendukungku.
2. teman teman yang selalu mendukung dan meberi motivasi untuk terus memilih jalan yang saya terbaik
3. Bapak Mei P Kurniawan M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi. Terimakasih atas bimbingan, bantuan serta saran bapak selama ini.

## KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta shalawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi teladan yang sangat mulia dalam menuntut umatnya.

Skripsi dengan Judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi pada Waroeng Steak and Shake Yogyakarta” ini di susun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk meraih gelar sarjana Strata-1 pada jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

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

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku ketua jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Mei P. Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan bantuan bagi penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Ibu, Bapak , Adik dan teman - teman yang selalu memberikan dukungan dan do'a.



5. Bapak dan Ibu Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran adalah sesuatu yang sangat penulis harapkan demi kemajuan bersama dan peningkatan ilmu pengetahuan bangsa. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 18 Maret 2019

Penulis

Moh. Kholifar Haris Mayadi  
NIM. 12.12.6631

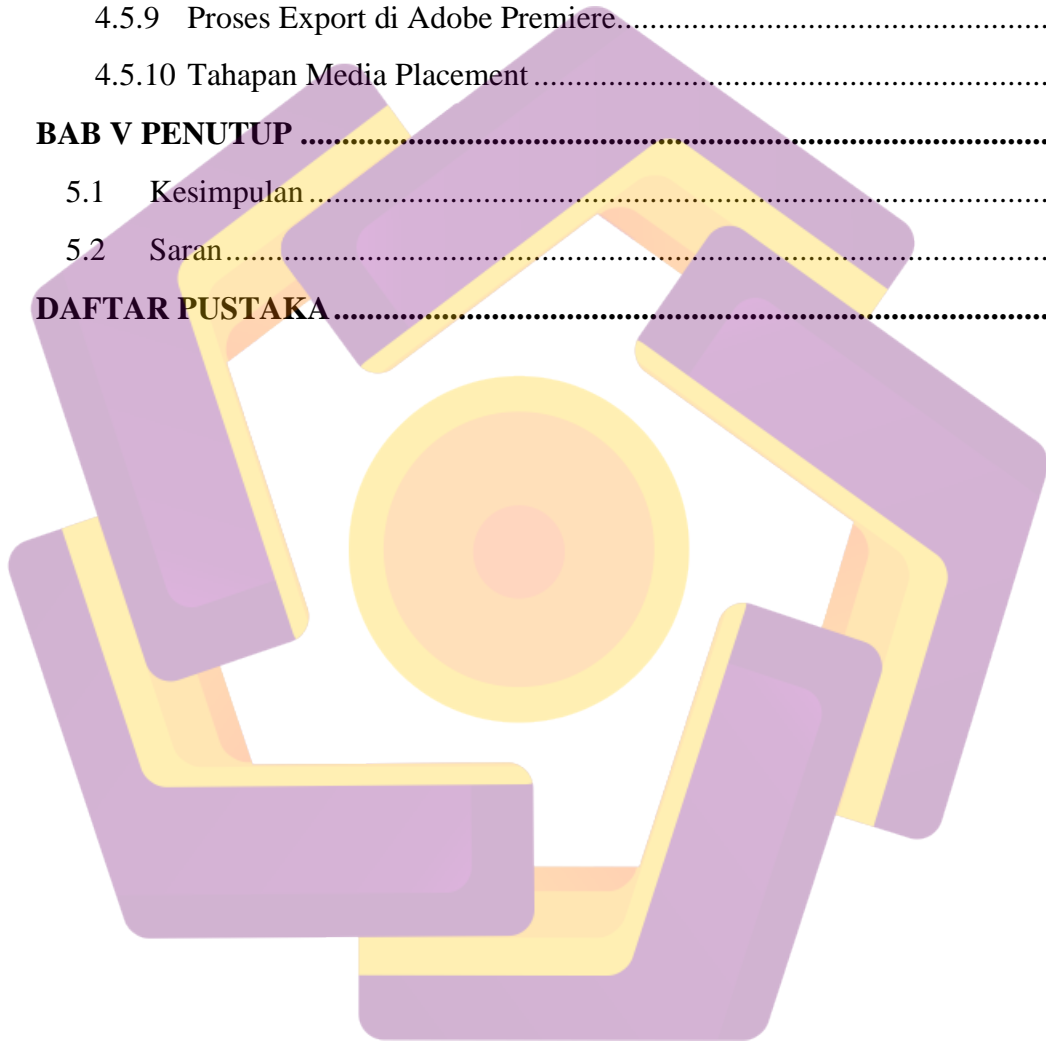
## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	2
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat penelitian.....	3
1.6 Metode penelitian.....	4
1.7 Sistematika penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia .....	9
2.2.1 Element Multimedia .....	9
2.2.2 Jenis-jenis Multimedia .....	10
2.3 Konsep Dasar Iklan .....	11
2.3.1 Sejarah Periklanan di Televisi .....	11
2.3.2 Tujuan Periklanan Televisi .....	12
2.4 Jenis Iklan .....	12

2.4.1	Iklan Informatif .....	12
2.4.2	Iklan Persuasif .....	12
2.4.3	Iklan Pengingat.....	13
2.4.4	Iklan Penambah Nilai.....	13
2.4.5	Iklan Bantuan Aktivistis Lain .....	13
2.5	Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	13
2.5.1	Tahap Pra Produksi.....	14
2.5.2	Tahap Produksi.....	14
2.5.3	Tahap Pasca Produksi .....	14
2.5.4	Teknik Pengambilan Gambar.....	15
2.6	Story Board.....	16
2.7	Konsep Dasar Video.....	16
2.7.1	Frame Rate .....	16
2.7.2	Video Analog dan Digital .....	17
2.7.3	Resolusi dan Frame Size .....	18
2.8	Pengujian ( <i>Testing</i> ) .....	18
2.9	Perangkat Yang Digunakan .....	18
2.9.1	Adobe Premiere CC.....	18
2.9.2	Adobe After Effect CC .....	19
2.9.3	Adobe Audition CC .....	19
2.9.4	Adobe Illustrator.....	19
2.10	Motion Graphic.....	20
2.10.1	Sejarah Motion Graphic.....	20
2.10.2	Konsep Dasar Perancangan Video dengan Teknik Motion Graphic ..	20
2.11	Perangkat Pendukung Produksi .....	22
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>24</b>
3.1	Tinjauan Umum Perusahaan.....	24
3.1.1	Latar Belakang Rumah Makan Jamur Resto.....	24
3.1.2	Visi dan Misi Rumah Makan Jamur Resto .....	25

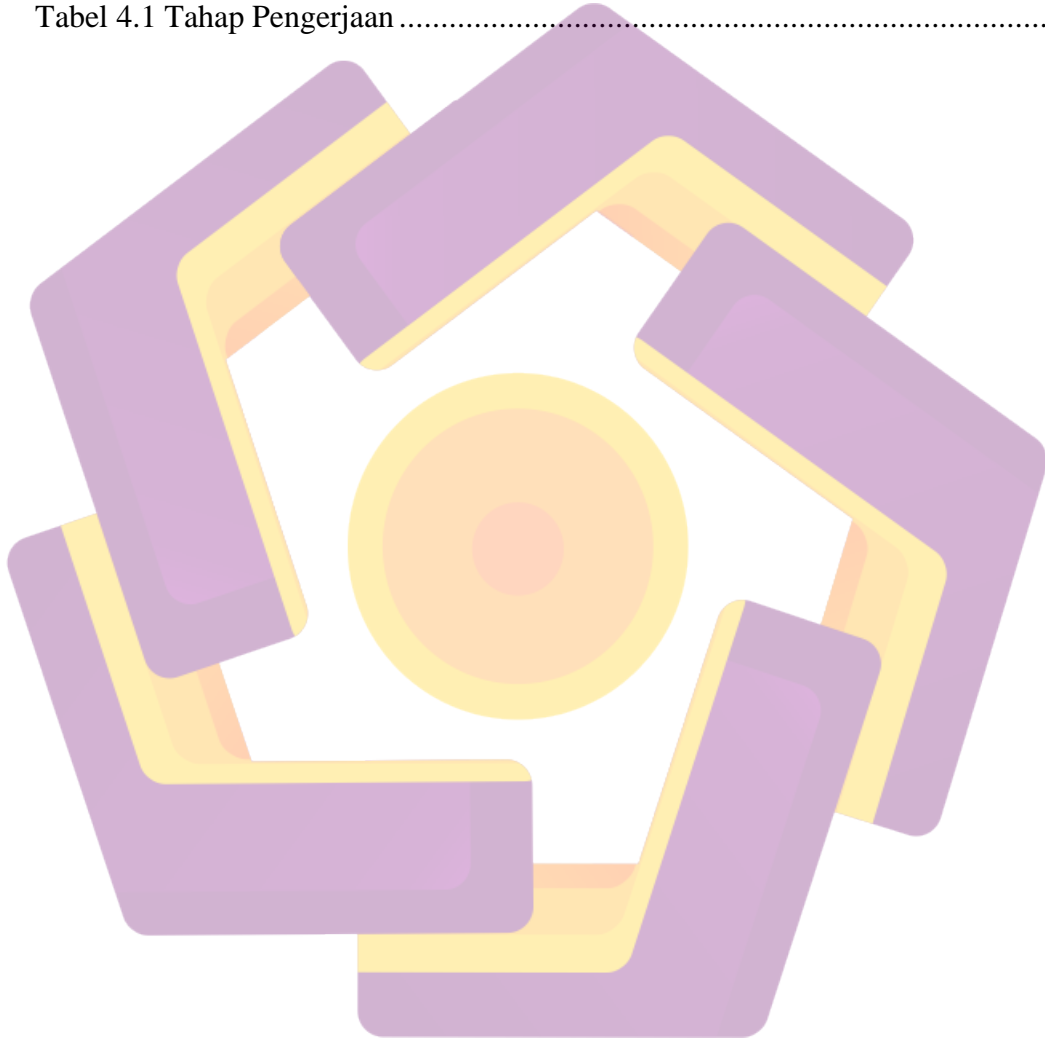
3.2	Analisis Sistem.....	25
3.2.1	Deskripsi Sistem.....	25
3.2.2	Analisis Kelemahan Sistem.....	26
3.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	27
3.3.1	Kebutuhan Perangkat Keras ( <i>Hardware</i> ).....	27
3.3.2	Kebutuhan Perangkat Lunak ( <i>Software</i> ).....	29
3.3.3	Sumber Daya Manusia ( <i>Brainware</i> ).....	30
3.4	Segmentasi Sasaran .....	30
3.5	Merancang Naskah dan <i>Storyboard</i> Iklan .....	31
3.5.1	Pembuatan Naskah Iklan Rumah Makan Jamur Resto Yogyakarta... 31	
3.5.2	Pembuatan <i>Storyboard</i> Iklan Rumah Makan Jamur Resto Yogyakarta 33	
3.6	Analisis Anggaran Biaya Produksi .....	38
3.7	Dokumentasi .....	38
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>39</b>
4.1	Proses Perancangan dan Pembuatan Iklan Rumah Makan Jamur Resto Yogyakarta.....	39
4.2	Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Proses Produksi .....	40
4.2.1	Job Description.....	40
4.3	Tahap Awal Produksi .....	42
4.3.1	Meeting Pra Produksi.....	42
4.3.2	Hunting Lokasi .....	43
4.3.3	Penentuan Alat Produksi.....	43
4.3.4	Final Meeting .....	43
4.4	Produksi.....	43
4.4.1	Pengambilan Gambar.....	43
4.5	Pasca Produksi .....	45
4.5.1	Sequence Adobe Premiere CC .....	45
4.5.2	Composition Adobe After Effect CC .....	45
4.5.3	Proses Pembuatan Scene Free Wafi .....	46

4.5.4	Proses Animasi Scene Free Wafi .....	46
4.5.5	Proses Pembuatan Scene Jamur .....	47
4.5.6	Proses Animasi Scene Jamur.....	48
4.5.7	Proses Animasi Scene Google Maps .....	49
4.5.8	Proses Render .....	49
4.5.9	Proses Export di Adobe Premiere.....	50
4.5.10	Tahapan Media Placement .....	50
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>52</b>
5.1	Kesimpulan .....	52
5.2	Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>54</b>



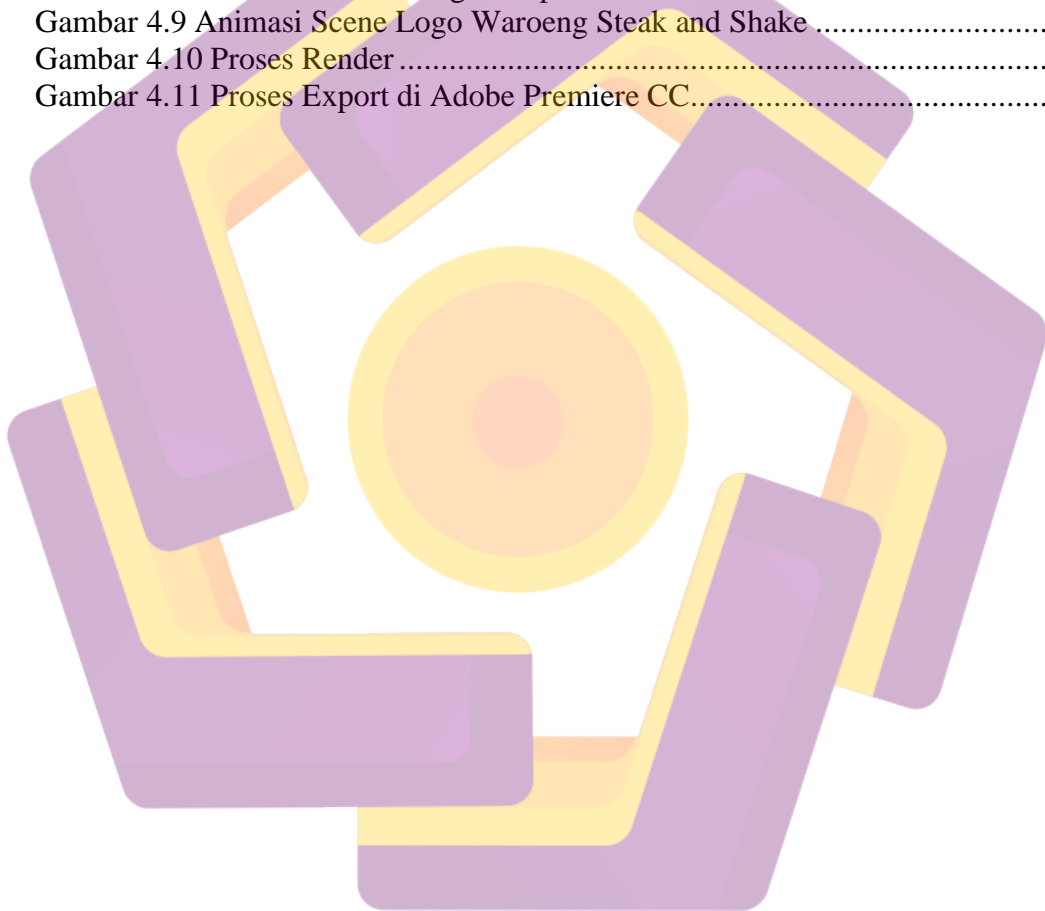
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Sebelumnya.....	9
Tabel 3.1 Segmentasi Sasaran .....	28
Tabel 3.2 Naskah Iklan .....	29
Tabel 3.3 Storyboard Iklan.....	31
Tabel 3.4 Anggaran Biaya Produksi .....	33
Tabel 4.1 Tahap Pengerjaan .....	34



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Canon 60D .....	39
Gambar 4.2 Proses Project Sequence Setting.....	41
Gambar 4.3 Proses Composition Setting .....	41
Gambar 4.4 Pembuatan Scene Wanita Berjalan.....	42
Gambar 4.5 Animasi Scene Wanita Berjalan.....	43
Gambar 4.6 Pembuatan Scene Memasak .....	43
Gambar 4.7 Animasi Scene Memasak .....	44
Gambar 4.8 Animasi Scene Google Maps .....	45
Gambar 4.9 Animasi Scene Logo Waroeng Steak and Shake .....	45
Gambar 4.10 Proses Render .....	46
Gambar 4.11 Proses Export di Adobe Premiere CC.....	46



## INTISARI

Iklan online merupakan salah satu sarana atau media periklanan yang sangat efektif. Sekarang ini, banyak sekali bisnis-bisnis, termasuk UKM, yang terjun dalam dunia online. Iklan online yang sekarang ini sedang populer adalah media sosial dan Google. Kenapa? Karena media-media tersebut mempunyai pengguna/user yang sangat banyak. Jadi, jangkauan iklan anda akan sangat luas. Media sosial yang paling besar di Indonesia adalah: Facebook, Instagram, dan Twitter.

Iklan memiliki akses yang luas, jika beriklan dengan menggunakan bahasa Indonesia kemungkinan bisa diakses di seluruh wilayah Indonesia, jika menggunakan bahasa Inggris kemungkinan bisa diakses lebih luas di seluruh dunia yang mayoritas penduduknya menggunakan bahasa Inggris. Target yang spesifik, layanan iklan seperti contohnya di Google, Facebook dan Instagram semakin menekankan tayangan iklan pada target pasar yang potensial berdasar spesifikasi keyword, jenis kelamin, usia, dan minat yang bisa di deteksi melalui cookies di Google dan biodata di Facebook.

Oleh karena itu perancangan dan pembuatan iklan ini diharapkan dapat meningkatkan promosi dan penjualan Rumah Makan Jamur Resto, dengan adanya iklan ini cakupan promosinya akan lebih luas dan menghemat biaya.

**Kata kunci:** Multimedia, Advertising, Televisi, Yogyakarta, Informasi.



## ABSTRACT

*Online advertising is one means or advertising media that is very effective. Today, many businesses, including SMEs, are involved in the online world. Online ads that are currently popular are social media and Google. Why? Because these media have very many users / users. So, the reach of your ad will be very broad. The biggest social media in Indonesia are: Facebook, Instagram and Twitter.*

*Advertisements have wide access, if advertising using Indonesian language is likely to be accessible in all regions of Indonesia, if using English it is possible to be accessed more widely throughout the world where the majority of the population uses English. Specific targets, advertising services such as on Google, Facebook and Instagram, emphasize ad impressions on potential target markets based on keyword specifications, gender, age, and interests that can be detected through cookies on Google and biodata on Facebook.*

*Therefore, the design and manufacture of this advertisement is expected to increase the promotion and sales of Rumah Makan Jamur Resto, with this advertisement the promotion coverage will be wider and save costs.*

**Keywords:** *Multimedia, Advertising, Television, Yogyakarta, Information.*