

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
NIMCO INDONESIA**

SKRIPSI



disusun oleh

Muhammad Husein Fadzlulloh

14.12.8095

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
NIMCO INDONESIA**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Muhammad Husein Fadzlulloh

14.12.8095

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI NIMCO INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Husein Fadzlulloh

14.12.8095

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 Agustus 2018

Dosen Pembimbing,


Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI NIMCO INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Husein Fadzlulloh

14.12.8095

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 Agustus 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Agus Purwanto, M.Kom

NIK. 190302229

Bernadhed, M.Kom

NIK. 190302243

Mei P. Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 2 Agustus 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si, M.T.

NIK. 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini mmenyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diaukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi di 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 sesuat yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 31 Agustus 2018



Muhammad Husein Fadzlulloh

NIM 14.12.8095

MOTTO

”Kemas selalu apapun aktifitas kita dengan 3V-BMKD”

(3 Validator-Berproses Menuju Kesejatian Diri).

1. **Fokus TUJUAN** (mendekatkan diri kepada Tuhan)
2. **Waspada NIAT** (melaksanakan perintah Tuhan)
3. **Konsentrasi TUGAS** (skala prioritas, **non orientasi hasil**)

Agar seluruuh aktifitas kita menjadi bernilai IBADAH.

INDAHNYA HIDUP DENGAN 3V BMKD

Ruginya ”kafaroh”, labanya ”berkah”.

Pahitnya manis, apalagi manisnya.

Tiada lagi duka, yang ada adalah kedamaian.

Tiada lagi musibah, semuanya telah menjadi rahmah.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

1. Yang utama dari segalanya

Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kehadiran Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

2. Umi dan Bapak Tercinta

Sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kepersembahkan karya kecil ini kepada Umi dan Bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dsan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membantu Umi dan Bapak bahagia, karena Husein sadar selama ini berbuat yang lebih. Untuk Umi dan Bapak yang selalu membuat Husein termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakan Husein, selalu menasehati Husein menjadi lebih baik.

Terimakasih Umi... Terimakasih Bapak...

3. Kakak dan Adik Tersayang

Untuk kakak dan adikku, tiada yang penting dan mengharukan saat kumpul bersama kalian, walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu warna yang tak akan tergantikan, terima kasih atas doa dan bantuan kalian selama ini, hanya karya kecil ini yang dapat aku persembahkan. Maaf belum bisa menjadi panutan seutuhnya, tapi aku akan selalu menjadi untuk kalian semua.

4. Sahabatku "Maharani Wanda"

Surya persembahkan kecil ini untukmu. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian, kesabaran, bantuan doa, dan nasihatmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

5. Teman-Teman

Untuk teman-teman semuanya mulai dari teman satu kelas SI-05, teman seangkatan 14-S1SI , teman nongkrong, teman event dan basih banyak lagi. Terima kasih banyak atas pertemanan kita selama ini dan terima kasih atas bantuan serta kerja samanya kalian semua.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI NIMCO INDONESIA”.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Bambang Sudaryanto, M.M selaku Wakil Rektor 1 Bidang Akademik Universitas AMIKOM Yogyakarta.

3. Bapak Mei P. Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Eko, selaku Owner NIMCO Indonesia.

5. Teristimewa kepada Orang Tua penulis Agus Hidayat dan Siti Zuraida yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Buat kakak Adik saya Hizballoh Maula, Ali Haidar, Syahr Banun, dan sahabat saya Maharani Wanda terima kasih atas dukungan dan doanya.

6. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Yogyakarta, 31 Agustus 2018

Penulis,

Muhammad Husein Fadzlulloh

NIM. 14128095

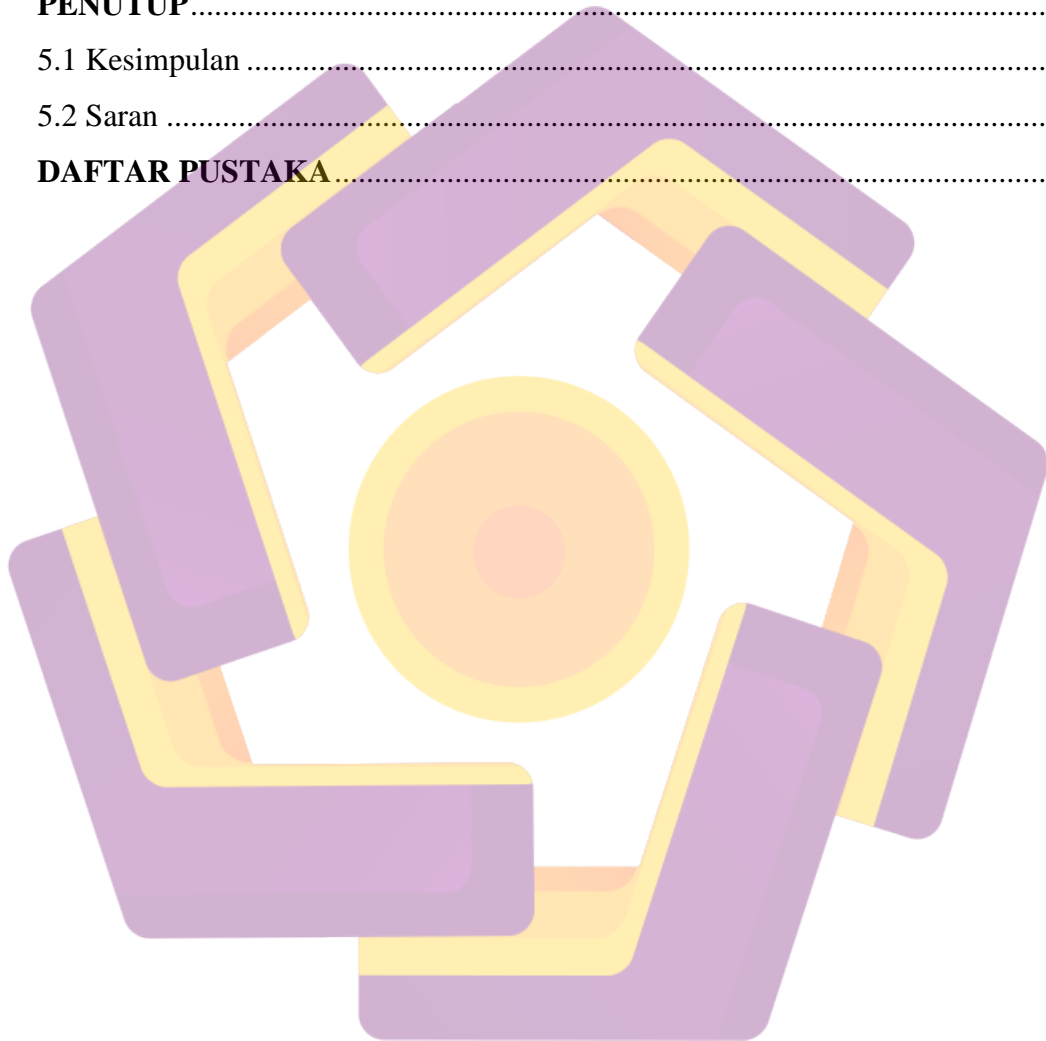
DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	3
1.5.2 Metode Analisis.....	4
1.5.3 Metode Perancangan	4
1.5.4 Metode Pengembangan	4
1.5.5 Metode Testing.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II	6
LANDASAN TEORI	6
2.1 Tinjauan Pustaka.....	6
2.2 Dasar Teori.....	8
2.2.1 Konsep Dasar Multimedia.....	8
2.3 Konsep Dasar Iklan.....	9
2.3.1 Periklanan di Televisi.....	9
2.3.2 Tujuan Periklanan Televisi.....	10
2.4 Konsep Teknik <i>Motion Graphic</i>	10

2.4.1 Sejarah <i>Motion Graphic</i>	10
2.4.2 Konsep Dasar Perancangan Video dengan Teknik <i>Motion Graphic</i>	11
2.4.3 Penjelasan animasi <i>motion graphic</i>	12
2.5 Konsep Dasar Media Promosi.....	14
2.5.1 Pengertian Promosi	14
2.6 Konsep Dasar Video Iklan	16
2.6.1 Pengertian Iklan.....	16
2.6.2 Jenisi Iklan.....	16
2.7 Metode Analisis	19
2.7.1 Analisis SWOT	20
2.7.2 Fungsi SWOT.....	21
2.7.3 Matrik SWOT.....	22
2.8 Pengujian (Testing).....	23
2.9 Metode Evaluasi.....	23
2.9.1 Kuesioner.....	24
2.9.2 Skala Likert.....	24
2.10 Strategi Perancangan Video Media Promosi (Video iklan).....	25
2.10.1 Pra Produksi.....	25
2.10.2 Produksi.....	27
2.10.3 Pasca Produksi.....	27
2.11 Teori Pengambilan Gambar	28
2.11.1 Sudut Pengambilan Gambar (Camera Angle).....	28
2.11.2 Ukuran Gambar (Frame Size)	33
2.11.3 Pergerakan kamera (Moving Camera)	38
BAB III	41
ANALISIS DAN PERANCANGAN	41
3.1 Deskripsi Perusahaan	41
3.1.2 Visi dan Misi NIMCO Indonesia	42
3.1.3 Logo Perusahaan	43
3.1.4 Sistem Pelayanan NIMCO Indonesia.....	43

3.1.5 Pelayanan NIMCO Indonesia.....	44
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.2.1 Pengumpulan Data Wawancara	45
3.2.2 Pengumpulan Data Observasi	46
3.3 Analisis Sistem.....	48
3.3.1 Analisis SWOT	48
3.3.1.1 Kekuatan(Strength).....	48
3.3.1.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	49
3.3.1.3 Peluang (<i>Opportunity</i>)	50
3.3.1.4 Ancaman (<i>Thread</i>).....	50
3.3.1.5 Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opprtunities dan Threats)	51
3.3.1.6 Kelemahan Media Lama	53
3.3.1.7 Solusi yang ditawarkan	54
3.3.2 Analisis Kebutuhan	55
3.3.2.1 Analisis Kebutuhan Fungsional.....	55
3.3.2.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	56
3.4 Pra Produksi (Perancangan).....	58
3.4.1 Penentuan ide Iklan	58
3.4.2 Rancangan Storyboard	58
BAB IV	64
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Implementasi.....	64
4.2 Tahap Produksi	65
4.2.1 Pengambilan Gambar.....	65
4.2.2 Hasil Pengambilan gambar	67
4.3 Tahap Pasca Produksi	67
4.3.1 Compositing.....	68
4.3.1.1 Editing Video	68
4.3.2 Editing Motion Graphic.....	71
4.3.3 Rendering video	74
4.4 Pembahasan.....	77

4.4.1	Pengujian Alpha.....	77
4.4.2	Pengujian Beta.....	79
4.4.2.1	Evaluasi.....	79
4.4.2.2	Perhitungan Skala Likert	82
BAB V	86
PENUTUP	86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian	7
Tabel 2.2 Contoh Matrik SWOT	22
Tabel 2.3 Tabel Skala Likert.....	25
Tabel 3.1 Matriks SWOT	51
Tabel 3.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak.....	56
Tabel 3.3 Analisa Kebutuhan Perangkat Keras.....	57
Tabel 3.4 Rancangan Naskah Video Iklan	59
Tabel 4.1 Pengujian Alpha	78
Tabel 4.2 Tabel Hasil Quesioner Aspek Informasi	79
Tabel 4.3 Tabel Hasil Quesioner Aspek Video	80
Tabel 4.4 Tabel Bobot Nilai.....	81
Tabel 4.5 Tabel Presentase Nilai.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Storyboard	26
Gambar 2.2 Contoh Frog Eye	29
Gambar 2.3 Contoh Low Angle	30
Gambar 2.4 Contoh Eye Level	30
Gambar 2.5 Contoh High Angle	31
Gambar 2.6 Contoh Bird Eye	32
Gambar 2.7 Contoh Over Shoulder	32
Gambar 2.8 Contoh Extreme Close UP (ECU)	33
Gambar 2.9 Contoh Big Close Up (BCU)	34
Gambar 2.10 Contoh Close Up (CU)	34
Gambar 2.11 Contoh Medium Close Up (MCU)	35
Gambar 2.12 Contoh Medium Shot (MS)	35
Gambar 2.13 Contoh Full Shot (FS)	36
Gambar 2.14 Contoh Long Shot (LS)	37
Gambar 2.15 Contoh Two Shot (2S)	37
Gambar 2.16 Contoh Group Shot (GS)	38
Gambar 2.17 Contoh Zooming	39
Gambar 2.18 Contoh Panning	39
Gambar 2.19 Contoh Tilting	40
Gambar 3. 1 Logo NIMCO Indonesia	43
Gambar 3.3 Website NIMCO Indonesia	44
Gambar 3.4 NIMCO Indonesia masih menggunakan poster dan banner sebagai media promosi	47
Gambar 3.5 Brosur promosi NIMCO Indonesia	48
Gambar 4.1 Tahapan Pengembangan Pembuatan Video	64
Gambar 4.2 Canon EOS 60D	66

Gambar 4.3 Lensa Canon.....	66
Gambar 4.4 Tripod dan Memory Card	67
Gambar 4.5 Manajemen File	68
Gambar 4.6 Membuat dokumen baru pada <i>Adobe Premiere CC 2017</i>.....	69
Gambar 4.7 Mengimport File	70
Gambar 4.8 Melakukan proses cut video	71
Gambar 4.9 Melakukan proses cut video	72
Gambar 4.10 Memasukkan cut video kedalam Timeline.....	72
Gambar 4.11 Pembuatan composition baru.....	73
Gambar 4.12 Proses mengimportkan file	74
Gambar 4.13 pemilihan file grafis.....	74
Gambar 4.14 Proses editing <i>Motion Graphic</i>.....	75
Gambar 4.15 Proses melakukan pengaturan rendering.....	76
Gambar 4.16 Pengaturan format rendering video	76
Gambar 4.17 Penempatan file hasil rendering.....	77
Gambar 4.18 Proses Rendering	77

INTISARI

NIMCO Indonesia membutuhkan sebuah media promosi sebagai upaya peningkatan nilai penjualan agar lebih dikenal oleh masyarakat di Yogyakarta dan luar Kota Yogyakarta dengan harapan meningkatnya jumlah kunjungan ke store offline dan online serta penjualan produk NIMCO Indonesia melalui media promosi iklan televisi.

Perancangan media promosi iklan televisi NIMCO Indonesia ini menggunakan model perancangan prosedural dari Fred Wibowo yang sudah dikembangkan, beberapa tahapan diawali dengan gagasan atau konsep perancangan. Kemudian dari gagasan tersebut dilakukan identifikasi data lapangan dan data pustaka selanjutnya di lakukan analisis yang nantinya didapatkan sebuah informasi mengenai data dari objek penelitian. Dari analisis data-data tersebut dilakukan sintesa yang menghasilkan sebuah konsep perancangan. Setelah konsep perancangan selesai maka masuk pada tahapan Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.

Perancangan ini menghasilkan suatu produk berupa iklan televisi berdurasi 30 detik yang lebih mempresentasikan citra positif perusahaan supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas guna meningkatkan nilai penjualan perusahaan. Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan atau tolak ukur dalam mengadakan perancangan iklan televisi, baik bagi mahasiswa, desainer pemula, pengajar, dan lain sebagainya.

Kata Kunci: perancangan video, video iklan televisi, nimco indonesia, yogyakarta

ABSTRACT

NIMCO Indonesia needs a media campaign as an effort to increase the sales value to be better known by the people in Yogyakarta and outside Yogyakarta City in the hope of increasing the number of visits to offline and online store and NIMCO Indonesia product sales through television advertising media promotion.

The design of media campaign of NIMCO Indonesia television advertising using procedural design model from Fred Wibowo which has been developed, some stages begins with the idea or concept of design. Then from the idea is done identification of field data and library data then do the analysis that will get an information about the data from the object of research. From the analysis of the data is done synthesis that produces a design concept. After the concept of design is complete then enter at the stage of Pre Production, Production and Post Production.

This design produces a product in the form of a 30-second television commercial which is more to present a positive image of the company to be better known by the wider community in order to increase the company's sales value. The results of this design is expected to be a reference or benchmark in the design of television advertising, both for students, novice designers, teachers, and so forth.

Keywords: video design, video advertising television, nimco indonesia, yogyakarta

