

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN BANYU MILI RESTO
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Aris Abeba

13.12.7735

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN BANYU MILI RESTO
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Aris Abeba

13.12.7735

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN
BANYU MILI RESTO YOGYAKARTA**

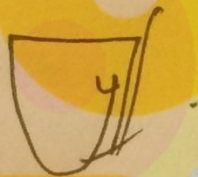
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aris Abeba

13.12.7735

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
pada tanggal 20 April 2017

Dosen Pembimbing



Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom.
NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN BANYU MILI RESTO YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aris Abeba

13.12.7735

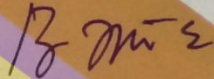
telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 20 April 2017

Susunan Dewan Penguji

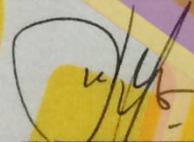
Nama Penguji

Tanda Tangan

Barka Satya, M.Kom.
NIK. 190302126



Sri Ngudi Wahyuni, S.T, M.Kom.
NIK. 190302060

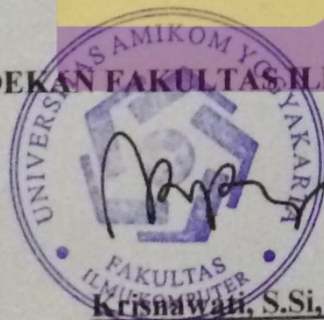


Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom.
NIK. 190302187



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 20 April 2017

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



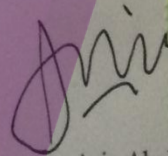
Krisnawan, S.Si, MT.
NIK. 190302038

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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 20 Mei 2017



Aris Abeba

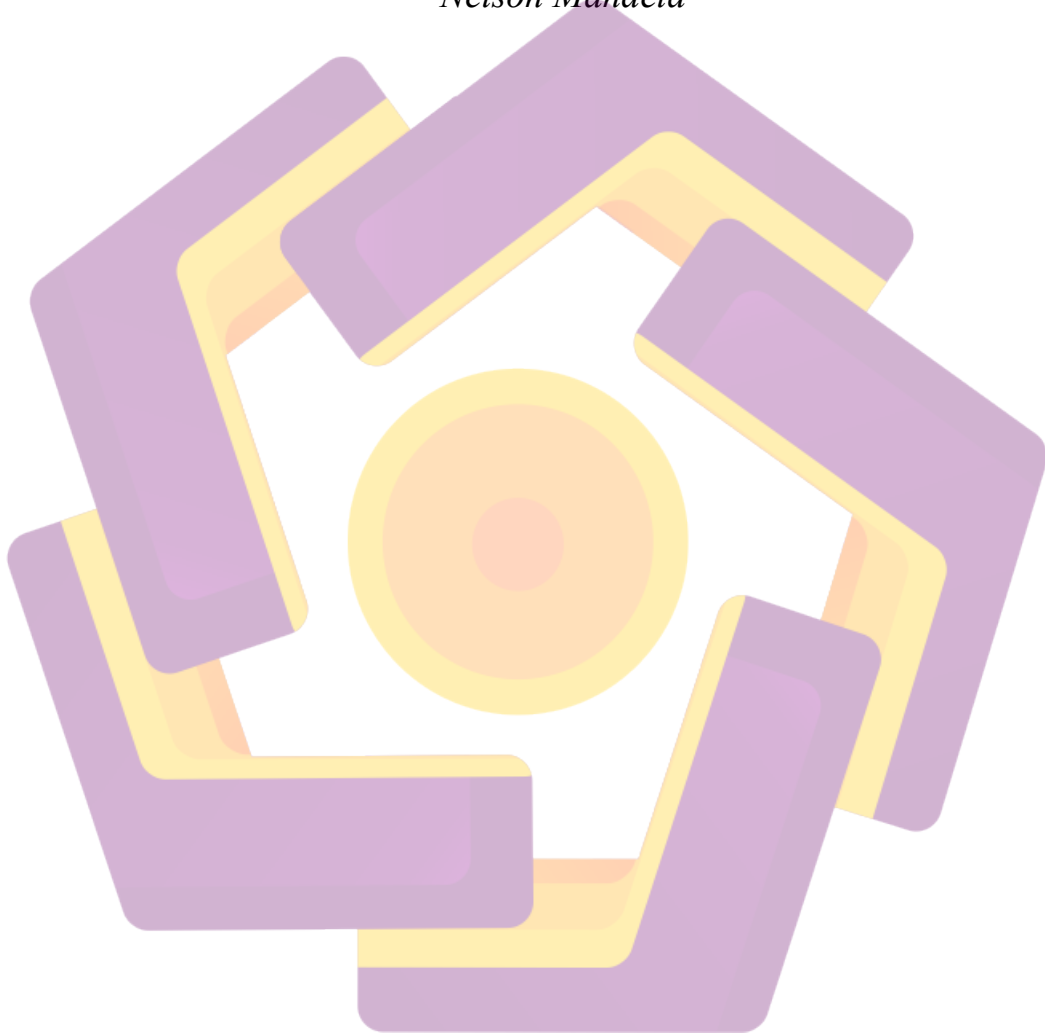
NIM. 13.12.7735



MOTTO

Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia.

“Nelson Mandela”



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kekuatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Perancangan dan pembuatan iklan banyu mili resto yogyakarta, shalawat serta salam selalu tercurahkan untuk Rasulullah Muhammad Shalallahu'alahi wassalam yang telah memberikan teladan sebaik baiknya teladan.

Karya tulis ini dengan bangga penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya , Bapak Hariyadi dan Ibu Gusnawati atas segala doa, dukungan, dan semangat yang terus diberikan kepada penulis.
2. Ety Aswiarti dan Gilang Ramadhan adik yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
3. Bapak Mei P.kurniawan,M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Teman-teman kelas 13-S1-SI-09 yang sudah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat karunia dan rahmat-nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan skripsi yang berjudul Perancangan dan Pembuatan Iklan Banyu Mili Resto Yogyakarta, Dalam pembuatan laporan ini penulis tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Bapak Mei P.kurniawan,M.Kom selaku dosen pembimbing.
3. Kedua orang tua yang selalu memberikan semangat serta dukungannya untuk menjalani kuliah serta menyelesaikan skripsi.
4. Teman-teman serta semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan maupun kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar bisa menjadi pembelajaran untuk penyusunan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 20 Mei 2017

Aris Abeba
13.12.7735

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	II
PENGESAHAN	III
PERNYATAAN.....	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL.....	XIV
INTISARI.....	XV
<i>ABSTRACT</i>	XVI
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	2
1.4.1 Maksud Penelitian.....	2
1.4.2 Tujuan Penelitian	3
1.5 METODE PENELITIAN	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Identifikasi Masalah.....	4
1.5.3 Metode Analisis	4
1.5.4 Metode Perancangan.....	5
1.5.5 Metode Produksi	5
1.5.6 Metode <i>Testing</i>	5

1.5.7	Metode Implementasi.....	5
1.6	SISTEMATIKA PENULISAN	5
	BAB I PENDAHULUAN.....	5
	BAB II LANDASAN TEORI.....	5
	BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN.....	6
	BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	6
	BAB V PENUTUP.....	6
	DAFTAR PUSTAKA	6
	LAMPIRAN.....	6
BAB II	LANDASAN TEORI	7
2.1	TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1.1	Persamaan	8
2.1.2	Perbedaan.....	8
2.2	TEORI PERIKLANAN	9
2.2.1	Pengertian Periklanan	9
2.2.2	Sejarah Periklanan Televisi.....	9
2.2.3	Jenis-Jenis Iklan.....	10
2.2.4	Tujuan Iklan.....	11
2.2.6	Keputusan Memilih Media.....	12
2.2.7	Perencanaan dan Produksi Iklan	13
2.2.8	Standar Video.....	15
2.3	DESAIN GRAFIS	16
2.3.2	Elemen-elemen Dasar Desain Grafis	17
2.4	MOTION GRAPHIC	20
2.4.1	Definisi <i>Motion Graphic</i>	20
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN.....	23
3.1	TINJAUAN UMUM	23
3.2	ANALISIS SWOT.....	24
3.2.1	<i>Strength</i> (Kekuatan)	24
3.2.2	<i>Weakness</i> (Kelemahan).....	25

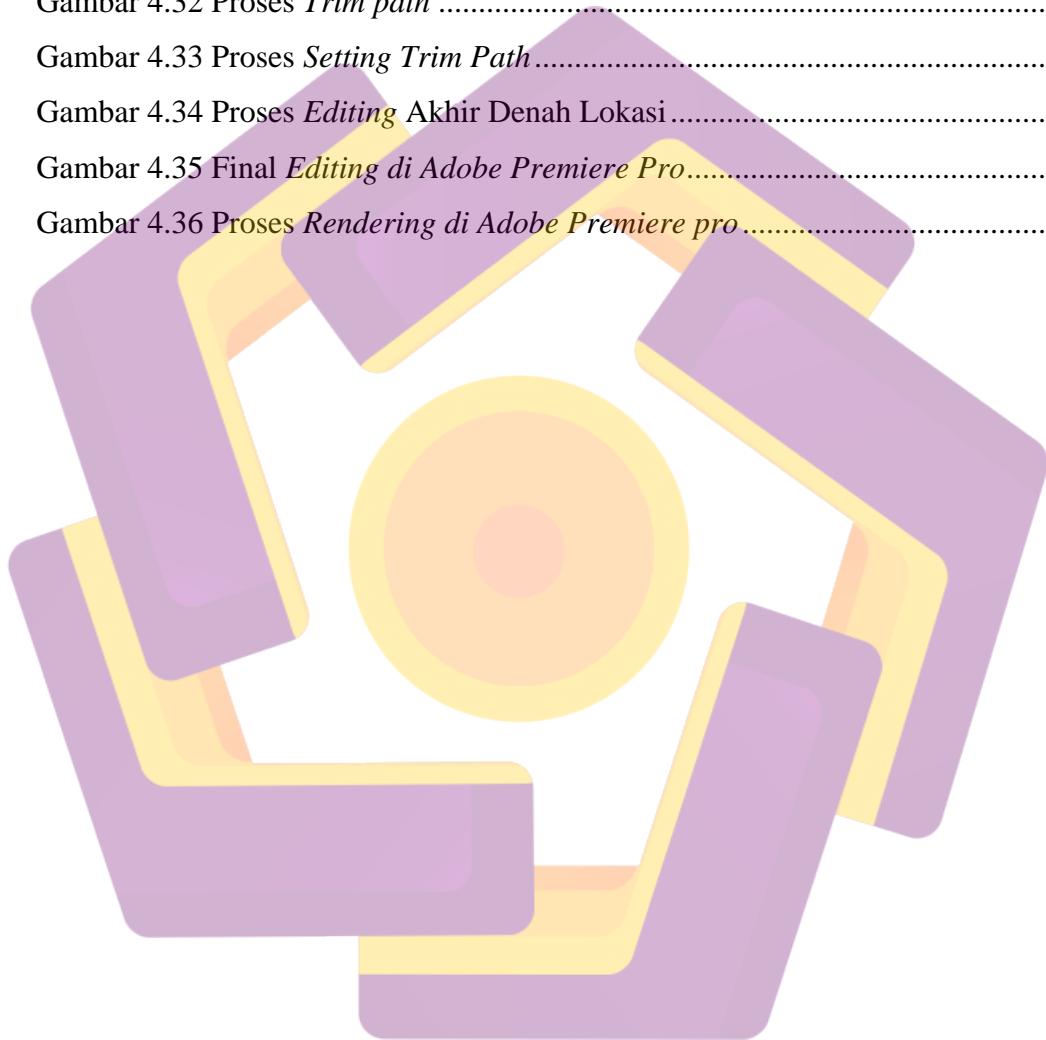
3.2.3	<i>Opportunity</i> (Peluang).....	25
3.2.4	<i>Threats</i> (Ancaman)	26
3.3	ANALISIS KEBUTUHAN.....	26
3.3.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	26
3.3.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	27
3.3.2.1	Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>).....	27
3.3.2.2	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>).....	28
3.3.2.3	Analisis Kebutuhan SDM (<i>Brainware</i>).....	29
3.4	PERANCANGAN IKLAN	31
3.4.1	Tahap Pra Produksi	31
3.4.1.1	Merancang Naskah.....	31
3.4.1.2	Merancang <i>Storyboard</i>	33
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		36
4.1	PROSES PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN BANYU MILI RESTO YOGYAKARTA.....	36
4.2	TAHAP AWAL PRODUKSI.....	37
4.2.1	<i>Meeting</i> Pra Produksi	37
4.2.2	<i>Hunting</i> Lokasi.....	37
4.2.3	Penentuan Alat Produksi.....	37
4.2.4	<i>Final Meeting</i>	37
4.3	ANALISIS TEKNIK PRODUKSI.....	37
4.3.1	<i>Live Action</i>	37
4.3.2	Animasi	38
4.3.3	Efek-efek Spesial	38
4.4	PRODUKSI	38
4.5	TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR.....	40
4.5.1	<i>Extreme Close Up (ECU)</i> atau <i>Big Close Up (BCU)</i> atau <i>Tight Close Up(TCU)</i>	40
4.5.2	<i>Close Up (CU)</i>	40
4.5.3	<i>Medium Close Up (MCU)</i>	40

4.5.4	<i>Medium Shot (MS)</i>	40
4.5.5	<i>Long Shot(LS)</i>	41
4.5.6	<i>Very Long Shot (VLS)</i>	41
4.5.7	<i>Interior(INT) dan Exterior(EXT)</i>	41
4.6	TAHAPAN PASCA PRODUKSI	41
4.6.1	<i>New project Sequence Adobe Premiere Pro</i>	41
4.6.2	Pembuatan Animasi Kota.....	42
4.6.3	Proses Membuat Animasi kota di <i>Adobe After Effect</i>	45
4.6.4	Proses Pembuatan Animasi <i>Transtition</i>	58
4.6.5	Proses Membuat Animasi <i>Text</i> Banyu Mili Resto	60
4.6.6	Proses Pembuatan Animasi Denah Lokasi BanyuMili Resto	62
4.6.7	<i>Finishing</i> di <i>Adobe Premiere Pro</i>	64
4.6.8	<i>Rendering</i>	65
4.7	TAHAPAN <i>MEDIA PLACE</i>	65
4.7.1	RBTV	65
BAB V PENUTUP.....		66
5.1	KESIMPULAN	66
5.2	SARAN.....	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN.....		68

DAFTAR GAMBAR

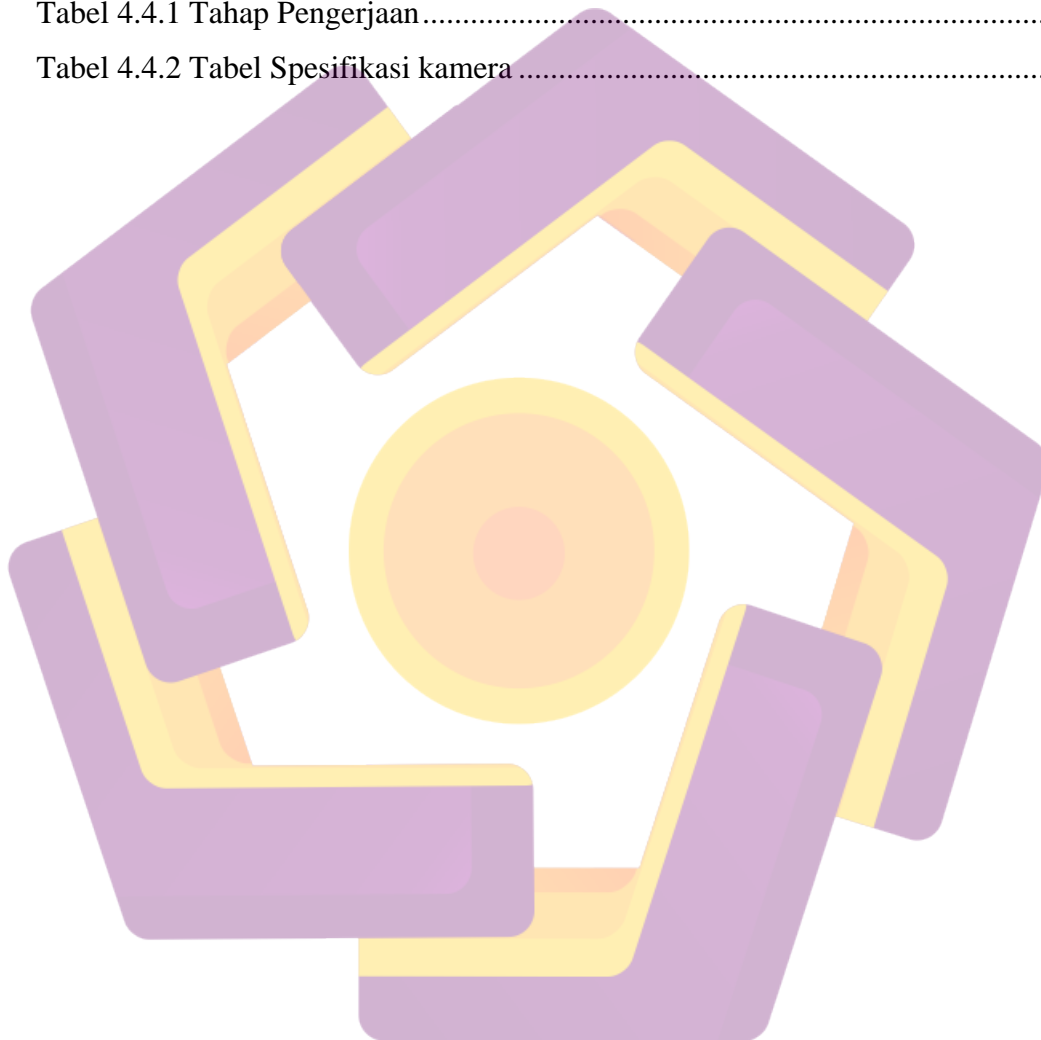
Gambar 3.1	Banyu Mili Resto Yogyakarta.....	23
Gambar 3.2	Logo Banyu Mili Resto	24
Gambar 3.3	<i>Storyboard</i>	35
Gambar 4.1	Canon 700 D.....	39
Gambar 4.2	<i>setting sequence</i>	41
Gambar 4.3	Proses <i>Composition setting</i>	42
Gambar 4.4	Proses Pembuatan animasi Gedung.....	43
Gambar 4.5	Proses Pembuatan Animasi Rumah.....	44
Gambar 4.6	Proses Pembuatan Animasi Mobil	45
Gambar 4.7	Proses Pembuatan Bayangan Gedung	46
Gambar 4.8	Proses Pembuatan Jalan Raya 1	46
Gambar 4.9	Proses <i>Import Project *ai</i> kedalam <i>after effect</i>	47
Gambar 4.10	Proses Penyusunan Elemen yang di <i>import</i>	47
Gambar 4.11	Proses Penambahan Variasi Tambahan.....	49
Gambar 4.12	Proses Pembuatan <i>keyframe</i> pada animasi Rumah	50
Gambar 4.13	Proses Pembuatan <i>Keyframe</i> Pada animasi mobil.....	51
Gambar 4.14	Pembuatan <i>Keyframe</i> Animasi awan	51
Gambar 4.15	Penambahan <i>Banner</i> awal	52
Gambar 4.16	Penambahan <i>Polystar</i>	52
Gambar 4.17	Penambahan Tipe <i>Polystar</i>	53
Gambar 4.18	Penambahan <i>Substract</i>	53
Gambar 4.19	Penambahan Elemen Menggunakan <i>Pen Tool</i>	54
Gambar 4.20	Peletakan <i>Layer Banner</i>	54
Gambar 4.21	Penyusunan <i>Shape Layer Banner</i>	55
Gambar 4.22	Penyusunan <i>Shape Layer</i> Keseluruhan	56
Gambar 4.23	Penganimasian <i>Banner</i> Menggunakan <i>Tool Creates Mask</i>	56
Gambar 4.24	Animasi <i>Banner Tool Creates mask</i> secara keseluruhan	57
Gambar 4.25	Penambahan Teks Pada Animasi <i>banner</i>	57
Gambar 4.26	Proses Memberikan <i>Effect Linear Wipe</i>	58

Gambar 4.27 Proses Merubah <i>setting Linear Wipe</i>	59
Gambar 4.28 Proses <i>Keyframe Linear Wipe</i>	59
Gambar 4.29 Proses <i>Sihouette alpha</i>	60
Gambar 4.30 Proses pembuatan animasi teks banyu mili resto	62
Gambar 4.31 Denah Lokasi Banyu Mili Resto	62
Gambar 4.32 Proses <i>Trim path</i>	63
Gambar 4.33 Proses <i>Setting Trim Path</i>	63
Gambar 4.34 Proses <i>Editing</i> Akhir Denah Lokasi	64
Gambar 4.35 Final <i>Editing di Adobe Premiere Pro</i>	64
Gambar 4.36 Proses <i>Rendering di Adobe Premiere pro</i>	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.3.1 Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	27
Tabel 1.3.2 Perangkat Lunak (<i>Software</i>).....	29
Tabel 1.3.3 Anggaran Biaya Produksi	35
Tabel 4.4.1 Tahap Pengerjaan.....	36
Tabel 4.4.2 Tabel Spesifikasi kamera	39



INTISARI

Banyu Mili Resto Yogyakarta membutuhkan sebuah media promosi sebagai upaya mempromosikan Banyu Mili Resto agar lebih dikenal oleh masyarakat di Kota Yogyakarta atau di daerah lain dengan harapan meningkatnya minat kunjungan untuk berwisata di Banyumili Resto Yogyakarta melalui media promosi iklan televisi.

Perancangan media promosi iklan televisi Banyumili Resto Yogyakarta ini menggunakan metode *Live Shoot* dengan mengkombinasikan *Motion Graphic*. Teknik dalam mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dalam konsep perancangan, terdiri dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Proses perancangan iklan televisi Banyumili Resto Yogyakarta menggunakan *software* Adobe After Effect CS6 , Adobe Premiere pro CS6 dan Adobe Illustrator CS6 .

Perancangan ini menghasilkan suatu produk berupa iklan televisi berdurasi 30 detik yang mempresentasikan produk, fasilitas, serta citra positif perusahaan supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mengajak masyarakat untuk berkunjung ke Banyumili Resto Yogyakarta. 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: video iklan televisi, Banyumili Resto Yogyakarta, *Motion Graphic*, *Live Shoot*.

ABSTRACT

Banyu Mili Resto Yogyakarta needs a promotional media as an effort to promote Banyu Mili Resto to be better known by people in Yogyakarta city or in other area in the hope of increasing the interest of visit to tour in Banyumili Resto Yogyakarta through media campaign of television advertisement.

The design of television advertising promotion media Banyumili Resto Yogyakarta is using the method of Live Shoot by combining Motion Graphic. Techniques in collecting data through observation, interview, and literature study. In the design concept, consists of pre production, production, and post production. The design process of television advertising Banyumili Resto Yogyakarta using Adobe After Effect CS6 software, Adobe Premiere pro CS6 and Adobe Illustrator CS6.

This design produces a product in the form of 30-second television commercials that present products, facilities, and positive image of the company to be better known by the public and invite the community to visit Banyumili Resto Yogyakarta. 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: *television advertising video, Banyumili Resto Yogyakarta, Motion Graphic, Live Shoot*

