

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA
BEAUTYSKY DENGAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC* DAN *MOTION
TRACKING***

SKRIPSI



disusun oleh

Aji Wibowo

18.22.2216

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

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA
BEAUTYSKY DENGAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC* DAN *MOTION
TRACKING***

SKRIPSI

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



disusun oleh

Aji Wibowo

18.22.2216

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA BEAUTYSKY DENGAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC* DAN *MOTION TRACKING*

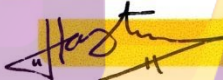
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aji Wibowo

18.22.2216

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 30 Maret 2019

Dosen Pembimbing,



Hastari Utama, M.cs

NIK.190302230

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA
BEAUTYSKY DENGAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC* DAN *MOTION
TRACKING***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aji Wibowo

18.22.2216

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 14 Agustus 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302229

Hastari Utama, M.Cs
NIK. 190302230

Agus Fatkhurohman, M.Kom
NIK. 190302249

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 04 Oktober 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya sayasendiri (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, 23 Agustus 2019

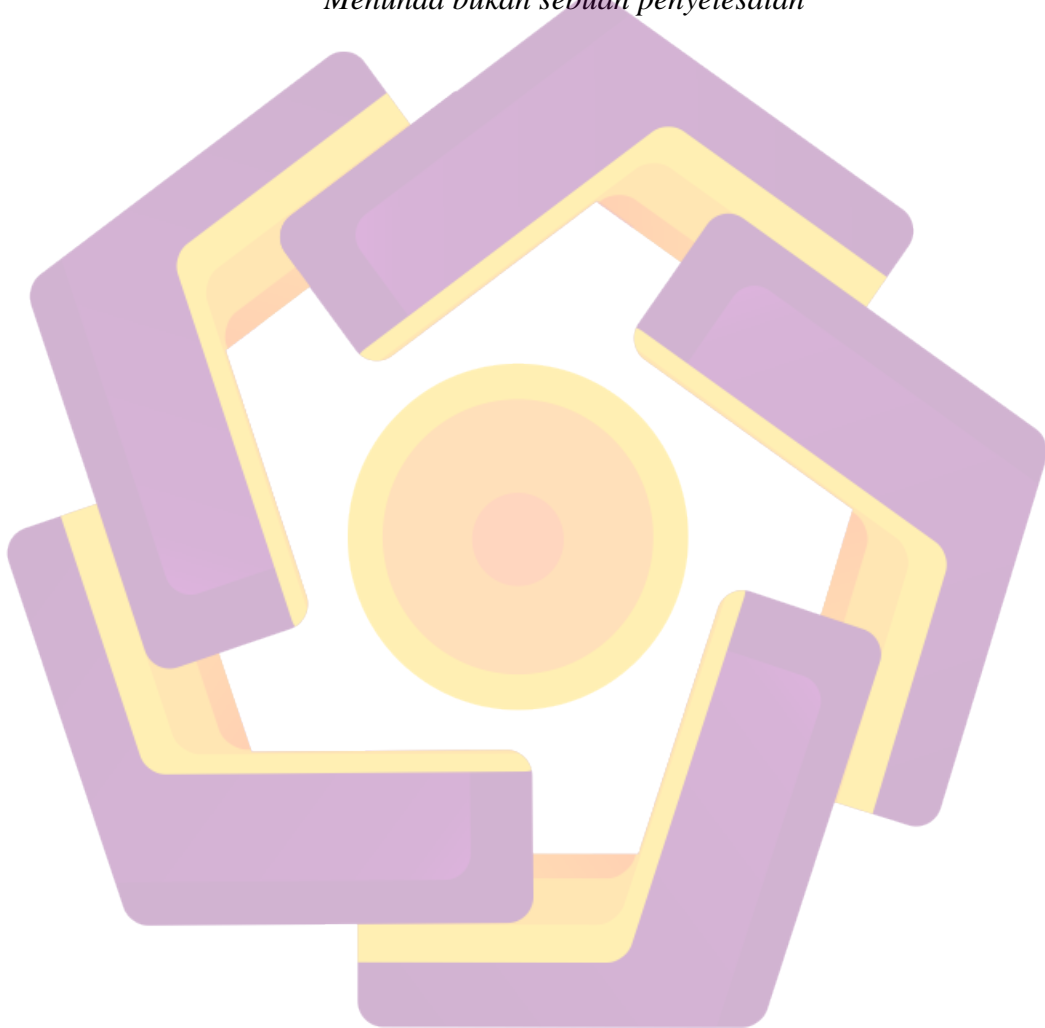


Aji Wibowo
NIM. 18.22.2216

MOTTO

”Menatap masa depan untuk menata kehidupan, Melihat kebelakang untuk menjadi perbaikan”

”Menunda bukan sebuah penyelesaian”



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan kesempatan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penelitian ini dapat terselesaikan juga atas bantuan dari berbagai pihak. Saya juga berterima kasih kepada :

- Bapak dan ibu yang tidak pernah lelah untuk berdoa kepada Allah SWT demi kelancaran studi saya dan semangat yang selalu diberikan untuk mencapai cita-citaku.
- Istri yang selalu memberi dukungan dan selalu berada di sampingku
- Sahabat yang tidak bisa sebutkan satu persatu yang terus memberikan dukungan dan nasehat ketika membuat kesalahan.
- Bapak Hastari Utama, M.Cs yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Dan semua pihak yang telah membantu mulai dari penyusunan sampai selesainya skripsi ini.

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan berkah dan hidayah-Nya kepada setiap hamba-Nya, serta Shalawat dan salam juga tidak lupa penulis kirimkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan teladan mulia dalam menuntun umatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Pada Beautysky Dengan Teknik Motion Graphic dan Motion Tracking”.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu sebagai rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., MT selaku ketua Jurusan Sistem Informasi
3. Bapak Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom sebagai Sekretaris Prodi Sistem Informasi yang telah sabar dalam memberikan petunjuk, arahan dan dorongan pada saya.
4. Bapak Hastari Utama, M.Cs sebagai dosen pembimbing yang telah banyak membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama kuliah.
6. Ibu Yessica selaku pemilik klinik kecantikan Beautysky Aesthetic Centre yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

7. Teman – teman angkatan 2012 dan teman – teman pemutihan yang telah saling membantu dalam urusan perkuliahan.
8. Teman – teman Angga Prabowo, Desy putri, Danu Wicaksono, Anggih Julianata, Amal Ribhan, dan Aska anas yang telah membantu saya dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran dari semua pihak yang penulis harapkan untuk penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 23 Agustus 2019

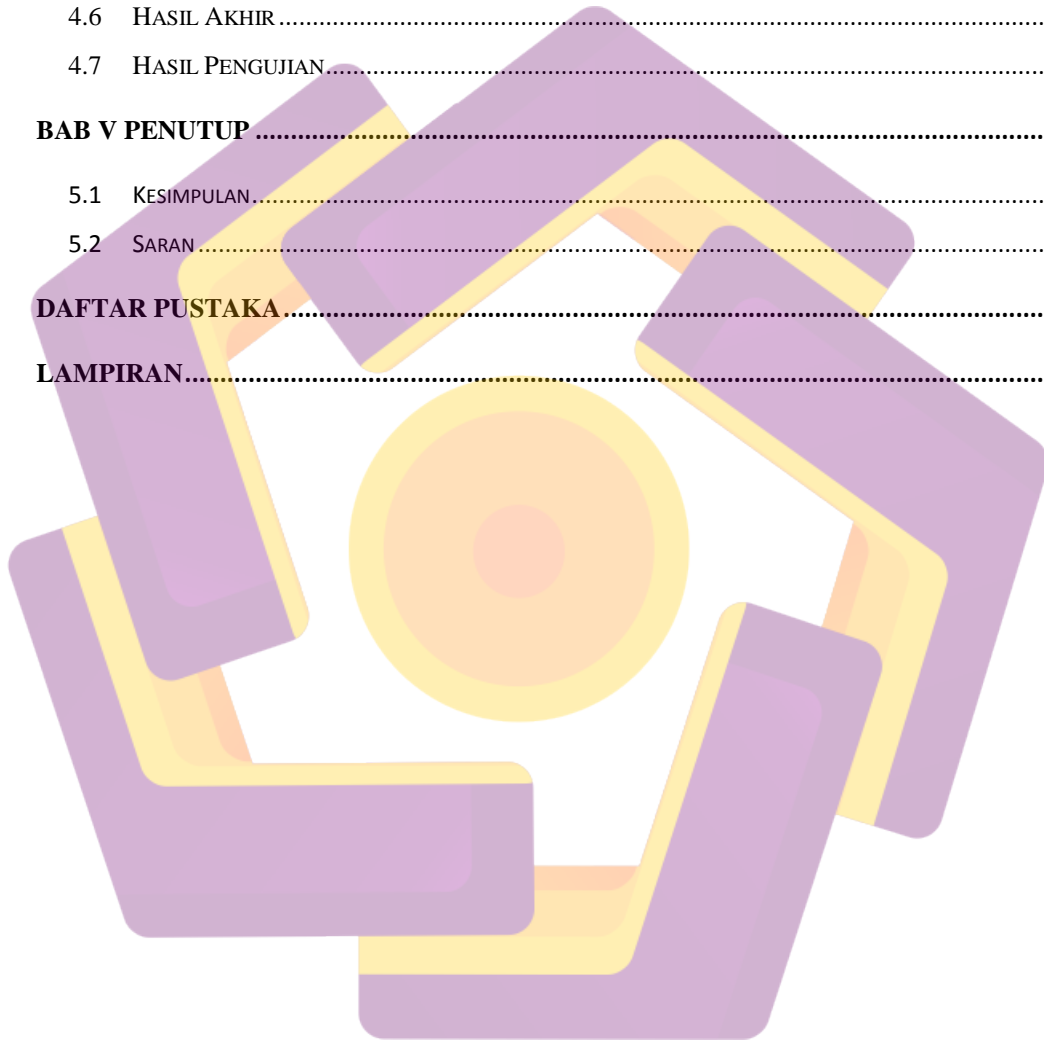
Aji Wibowo

Daftar Isi

JUDUL	I
PERSETUJUAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
PENGESAHAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
PERNYATAAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
MOTTO	V
PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
INTISARI	XV
ABSTRACT	XVI
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
1.5 MANFAAT PENELITIAN	4
1.6 METODE PENELITIAN	4
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.2 KONSEP DASAR MULTIMEDIA	8
2.3 MOTION GRAPHICS	10
2.4 MOTION TRACKING	13
2.5 SINEMATOGRAFI	15
2.6 PERIKLANAN	15

2.7	FUNGSI IKLAN	17
2.8	JENIS IKLAN	18
2.9	IKLAN TELEVISI	20
2.10	KONSEP DASAR VIDEO	25
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	TINJAUAN UMUM	30
3.1.1	<i>Profil Perusahaan</i>	30
3.1.2	<i>Visi dan Misi Beautysky</i>	31
3.1.3	<i>Fasilitas</i>	32
3.1.4	<i>Alamat Perusahaan</i>	32
3.1.5	<i>Produk</i>	33
3.2	ANALISIS	34
3.2.1	<i>Definisi Analisis Sistem</i>	34
3.2.2	<i>Analisis Swot</i>	34
3.2.3	<i>Analisis Kebutuhan Sistem</i>	39
3.2.4	<i>Analisis Kelayakan Sistem</i>	42
3.3	TAHAP PRA PRODUKSI	44
3.3.1	<i>Perancangan Ide dan Konsep</i>	44
3.3.2	<i>Tema</i>	45
3.3.3	<i>Perancangan Naskah</i>	45
3.3.4	<i>Perancangan Storyboard</i>	48
NO.	49
SHOOT & SCENE	49
VIDEO	49
AUDIO	49
TIME	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	PRODUKSI	54
4.1.1	<i>Penataan Lokasi</i>	55
4.1.2	<i>Penataan Cahaya</i>	56
4.1.3	<i>Pemilihan Angel Kamera</i>	56
4.2	PASCA PRODUKSI	57
4.2.1	<i>Compositing</i>	58
4.2.2	<i>Penerapan Motion Tracking Text dengan Track Motion</i>	58

4.2.3	<i>Penerapan Motion Graphic</i>	61
4.3	EDITING	63
4.3.1	<i>Editing Trim</i>	63
4.3.2	<i>Color Correction</i>	64
4.4	FINAL RENDERING	65
4.5	FINAL COMPOSITING	69
4.6	HASIL AKHIR	70
4.7	HASIL PENGUJIAN	78
BAB V	PENUTUP	83
5.1	KESIMPULAN	83
5.2	SARAN	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87



Daftar Tabel

Tabel 3.1 <i>Analisis SWOT</i>	36
Tabel 3.2 <i>Perancangan Naskah</i>	44
Tabel 3.3 <i>Storyboard</i>	49



Daftar Gambar

Gambar 2.1	Pengambilan gambar sinematik.....	15
Gambar 3.1	Produk Beautysky.....	33
Gambar 3.2	LogoBeautysky.....	33
Gambar 3.3	Bagan Alur Penelitian	41
Gambar 4.1	Bagan Proses Produksi.....	55
Gambar 4.2	Hasil Pencahayaan	56
Gambar 4.2	Angel Kamera Long Shoot	57
Gambar 4.5	Penerapan Fitur Tracking	58
Gambar 4.6	Hasil Tracking Motion	59
Gambar 4.7	Hasil Analyze Tracking Camera	60
Gambar 4.8	Hasil Tracking Camera.....	61
Gambar 4.9	Menu Tittle.....	62
Gambar 4.10	Hasil Penerapan Motion Graphic.....	63
Gambar 4.11	Hasil Trdan Razor Tool	64
Gambar 4.11	Tampilan Brightness dan Contrast	65
Gambar 4.12	Color Correction Three-Way Color Correction	65
Gambar 4.13	Proses Export Video.....	66
Gambar 4.14	Pemilihan Format Video	67
Gambar 4.15	Pemilihan Codec Video	68
Gambar 4.16	Proses Rendering Video	68
Gambar 4.17	Hasil Penggabungan Akhir	69
Gambar 4.18	Frame 1	70

Gambar 4.19	Frame 2	71
Gambar 4.20	Frame 3	72
Gambar 4.21	Frame 4	72
Gambar 4.22	Frame 5	73
Gambar 4.23	Frame 6	74
Gambar 4.24	Frame 7	74
Gambar 4.25	Frame 8	75
Gambar 4.26	<i>Frame 9</i>	76
Gambar 4.27	<i>Frame 10</i>	76
Gambar 4.28	<i>Frame 11</i>	77
Gambar 4.29	Diagram kuesioner pekerjaan konsumen	78
Gambar 4.30	Diagram kuesioner usiakonsumen	78
Gambar 4.31	Diagram kuesioner pertanyaan 1	79
Gambar 4.32	Diagram kuesioner pertanyaan 2	79
Gambar 4.33	Diagram kuesioner pertanyaan 3	80
Gambar 4.34	Diagram kuesioner pertanyaan 4	80
Gambar 4.35	Diagram kuesioner pertanyaan 5	81
Gambar 4.36	Diagram kuesioner pertanyaan 6	81
Gambar 4.37	Diagram kuesioner pertanyaan 7	81
Gambar 4.38	Diagram kuesioner pertanyaan 8	82
Gambar 4.39	Diagram kuesioner pertanyaan 9	82

INTISARI

Beautysky Aesthetic Centre adalah sebuah klinik kecantikan yang belum lama berdiri dan masih kurang menarik dalam memperkenalkan produk, konsep dan profil klinik ini. Untuk dapat mencapai target, Beautysky harus mengambil hati konsumen tentang apa jenis kampanye yang akan digunakan. Kadang-kadang promosi dilakukan hanya untuk *formalitas*, tapi promosi dapat menentukan keberhasilan organisasi. Kesadaran tentang pentingnya promosi tidak telah tertanam dalam klinik Beautysky.

Promosi atau iklan menggunakan teknik *Motion Tracking*, ini sangat unik dan menarik. Di samping teknik ini belum secara luas digunakan sebagai media promosi di sebuah iklan *televisi*. Tidak hanya menggunakan teknik *Motion Tracking* tetapi juga akan menambah suara narasi dimaksudkan sebagai lebih bervariasi.

Berdasarkan pengamatan observasi-obyek yang dilakukan penulis dalam studi ini, penulis menemukan bahwa promosi yang dilakukan Beautysky dengan menggunakan sosial media kampanye media seperti *facebook* dan *instagram* dan melalui radio. Media ini masih dianggap minimal dan kurang *ekstensif* dalam periklanan saat ini. Dengan iklan berbasis media dan *motion tracking* diharapkan mampu untuk menyebarkan informasi tentang Beautysky bisa lebih *efektif* dan *efisien*.

Kata Kunci: Beautysky, Motion Graphic, Iklan Televisi

ABSTRACT

Beautysky Aesthetic Center is a beauty clinic that has not long been established and still less interesting in introducing the product, concept and profile of this clinic. To be able to reach the target, Beautysky should take consumers ' hearts about what kind of campaign to use. Sometimes the promotion is done only for formalities, but promotion can determine the success of the organization. Awareness about the importance of promotion has not been embedded in the Beautysky clinic.

Promotion or advertisement using Motion Tracking technique, this is very unique and interesting. Besides this technique has not been widely used as a promotional medium in a television advertisement. It not only uses the Motion Tracking technique but will also add to the intended narrative sound as more varied.

Based on observations of observation-an object of the authors in this study, the authors found that the promotion done by Beautysky was using social media media campaigns such as Facebook and Instagram and via radio. This medium is still considered minimal and less extensive in current advertising. With media-based advertising and motion tracking it is expected to be able to disseminate information about Beautysky can be more effective and efficient.

Keyword: *Beautysky, Motion Graphic, television commercials*