

PEMBUATAN IKLAN “KEDAI MAT MOEN” SEBAGAI

MEDIA PROMOSI

SKRIPSI



disusun oleh

Zuli Nur Rahmawan

16.22.1875

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

PEMBUATAN IKLAN “KEDAI MAT MOEN” SEBAGAI

MEDIA PROMOSI

SKRIPSI

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



disusun oleh

Zuli Nur Rahmawan

16.22.1875

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN “KEDAI MAT MOEN” SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zuli Nur Rahmawan

16.22.1875

telah disetujui Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 13 Agustus 2018

Dosen Pembimbing,



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

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN “KEDAI MAT MOEN” SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zuli Nur Rahmawan

16.22.1875

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 9 agustus 2018

Susunan Dewan Peguui

Nama Penguji

Tanda Tangan

Barka Satva, M.Kom
NIK. 190302126

Barka Satva

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

Ferry Wahyu Wibowo

Akhmad Dahlan, M.Kom
NIK. 190302174

Akhmad Dahlan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
tanggal 13 Agustus 2018

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 tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, 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 berkaitan dengan naskah ini dan karya yang telah dibuat adalah tanggungjawab saya sendiri

Yogyakarta, 13 Agustus 2018



Zuli Nur Rahmawan

MOTTO

"Hormati Orang Tua Mu Merupakan Kunci Utama Kesuksesan"

"Kunci Sukses Belajar Dari Kesalahan Dan Jangan Takut Jatuh

Bila Ingin Sukses"

"Hasil Tidak Akan Menghianati Proses"

"Sukses Itu Tidak Lupa Kepada Sang Pencipta ALLAH SWT"



PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan ridho-Nya yang telah memberikan kesehatan, keteguhan, dan membekali anugrah ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Ayahanda (Sarjono), kepada Ibunda (R. Mursidah) tercinta yang menjadi inspirasi, penyemangat dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan dorongan, semangat, dan bantuan baik berupa material maupun spiritual kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik atas semua yang diterima penulis selama ini.
2. Bapak Ferry Wahyu Wibowo, S.Si, M.Cs selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan selalu memberikan solusi agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak ibu dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan bimbingan.
4. Kepada sahabat-sahabat terimakasih atas dukungan dan semangat yang selalu diberikan.
5. Terimakasih kepada Kedai Mat Moen.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum w. w.

Puji syukur kita ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa kita ucapkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, serta keluarga dan para sahabatnya yang memberi syafaatnya kepada kita semua sehingga kita dalam perlindungan-Nya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu juga merupakan bukti mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar sarjana computer.

Keberhasilan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Dalam kesempatannya, penulis berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M Suyanto, MM, Selaku ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT, selaku ketua jurusan system informasi
3. Bapak Ferry Wahyu Wibowo, S.Si, M.Cs, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak pengarahan dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu saat kuliah.
5. Bapak Hendrik Cahyo Purnomo selaku pemilik kedai Mat Moen yang telah mengizinkan penulis memakai sebagai objeknya.

6. Semua pihak yang telah membantu baik dukungan moril maupun materil, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu semoga Allah SWT membalas kebaikan dan melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Penulis telah berupaya dengan semaksimal mungkin dalam penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun tata bahasa, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga berguna bagi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap dan berdoa semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Amin.

Yogyakarta , 13 Agustus 2018

Zuli Nur Rahmawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
INTISARI.....	xix
<i>ABSTRACT</i>	xx
BAB I 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 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis Data.....	4
1.6.3 Metode Perancangan dan Pengembangan.....	4
1.6.4 Evaluasi.....	5
1.7 Sistematika Penulisan	5

BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Video	8
2.2.1 Devinisi Video	8
2.2.2 Kateori Video	8
2.3 Animasi	9
2.3.1 Pengertian Animasi	9
2.3.2 Prinsip-Prinsip Animasi	9
2.4 Konsep Promosi	12
2.4.1 Pengertian Promosi	12
2.4.2 Fungsi Promosi	12
2.4.3 Tujuan Promosi	13
2.5 Konsep Dasar Iklan	13
2.5.1 Pengertian Iklan	13
2.5.2 Jenis- Jenis Iklan	14
2.5.3 Fungsi dan Tujuan Iklan	14
2.6 Analisis Sistem	15
2.6.1 Analisis SWOT	15
2.6.2 Analisis Kebutuhan Sistem	16
2.6.3 Tipe- Tipe Kebutuhan Sistem	17
2.6.3.1 Kebutuhan Fungsional	17
2.6.3.2 Kebutuhan Non Fungsional	17
2.7 Strategi Perancangan Iklan	17
2.8 Tehnik Pengambilan Gambar	19
2.8.1 Pengambilan Gambar (<i>camera angel</i>)	19
2.8.2 Bidikan Kamera (<i>shoot</i>)	20
2.8.3 Gerakan Pada Kamera	22
2.8.4 Merekam Suara	23
2.9 Pengolahan Data Kuesioner	23
2.9.1 Skala Likert	24
2.9.2 Menentukan Interval	24

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	26
3.1 Gambaran Umum	26
3.1.1 Kedai Mat Moen	26
3.2 Pengumpulan Data	27
3.2.1 Metode Observasi.....	27
3.2.2 Wawancara.....	27
3.3 Analisis Masalah	28
3.3.1 Kelemahan (Weakness).....	29
3.3.2 Solusi yang Ditawarkan	29
3.4 Analisis Kebutuhan Sistem	30
3.4.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	30
3.4.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	30
3.4.2.1 Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>).....	30
3.4.2.2 Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	32
3.4.2.3 Kebutuhan Pengguna (<i>Brainware</i>).....	33
3.5 Tahap Pra Produksi	34
3.5.1 Perancangan Ide dan Konsep	34
3.5.2 Rancangan Naskah Iklan (<i>Treatment</i>).....	34
3.5.3 Perancangan <i>Storyboard</i>	37
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Tahap- Tahap Pembuatan Iklan	42
4.2 Produksi Iklan	43
4.2.1 Rancangan Kegiatan Shooting	43
4.2.2 Shooting atau Pengambilan Gambar.....	46
4.2.3 Pembuatan Desain untuk Animasi	46
4.2.3.1 Desain Animasi Pesan.....	46
4.2.3.2 Desain Animasi Delivery	48
4.2.3.3 Desain Animasi Denah Lokasi.....	51
4.2.3.4 Desain Animasi Label Harga	53
4.3 Tahap Pasca Produksi	54

4.3.1 Capturing.....	54
4.3.2 Editing.....	55
4.3.2.1 Animasi Pesan.....	55
4.3.2.2 Animasi Denah Lokasi.....	58
4.3.2.3 Animasi Label Harga.....	63
4.3.2.4 Animasi Delivery.....	63
4.3.2.5 Color Balance.....	64
4.3.2.6 Merkam Suara Menggunakan Adobe Audition.....	67
4.3.2.7 Penggabungan File Dengan Adobe Premiere.....	67
4.3.3 Rendering.....	68
4.4 Pemilihan Extensi File Video.....	70
4.5 Pembahasan.....	70
4.5.1 Testing.....	71
4.5.2 Hasil Review Tentang Kuesioner.....	72
4.5.3 Penerapan Teknis Video.....	75
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

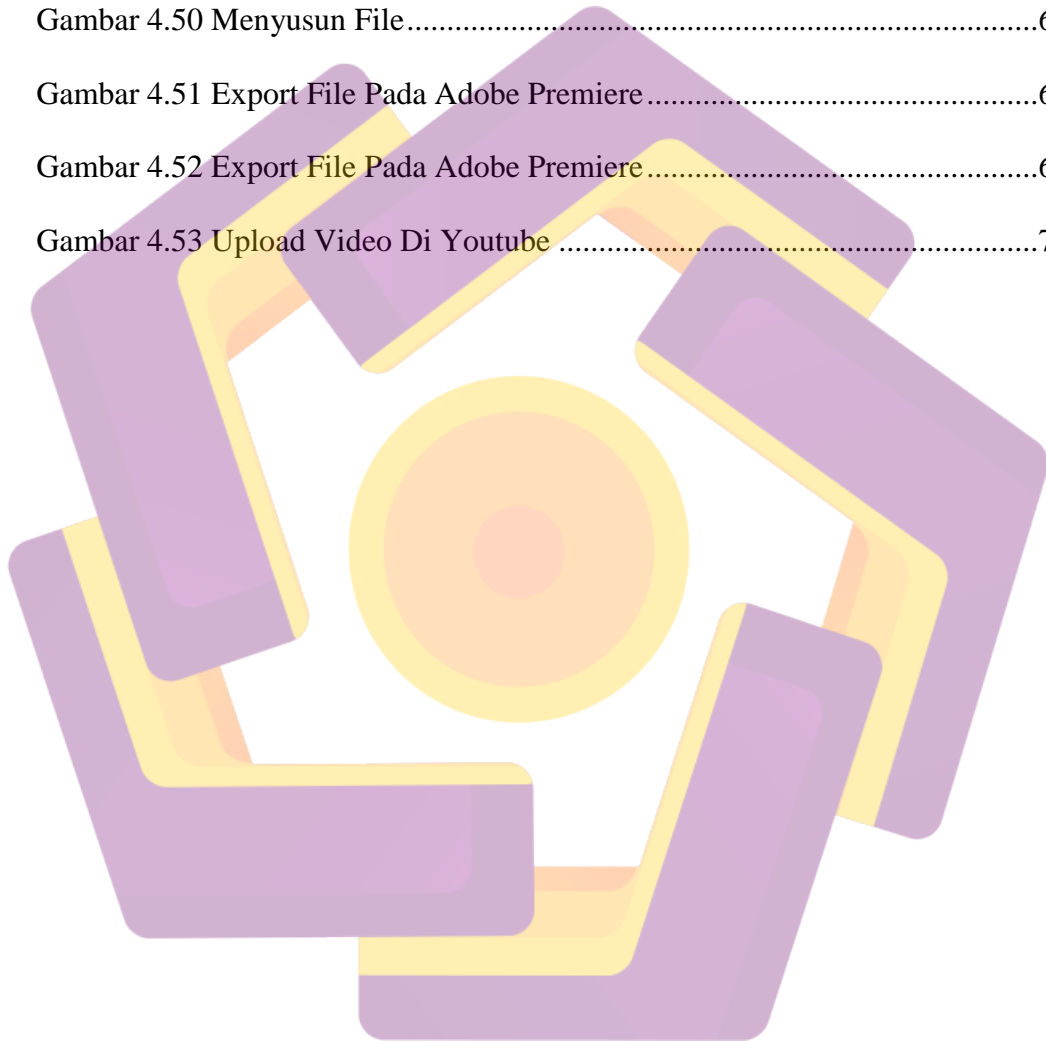
Tabel 2.1 Tabel SWOT Matrik	16
Tabel 2.2 Contoh Pengkategorian Skor Jawaban.....	25
Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT	28
Tabel 3.2 Perlengkapan Produksi.....	31
Tabel 3.3 <i>Hardware</i>	32
Tabel 3.4 <i>Software</i>	33
Tabel 3.5 Naskah.....	35
Tabel 3.6 <i>Storyboard</i>	37
Tabel 4.1 Kuesioner penilaian pada pembuat video	71
Tabel 4.2 Interval Uji Kriteria.....	73
Tabel 4.3 <i>Review</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Tahap Pembuatan Iklan.....	42
Gambar 4.2 Titik 1	43
Gambar 4.3 Titik 2	44
Gambar 4.4 Titik 3	44
Gambar 4.5 Titik 4	45
Gambar 4.6 Titik 5	45
Gambar 4.7 New File Adobe Photoshop	46
Gambar 4.8 Membuat Pola Di Adobe Photoshop.....	47
Gambar 4.9 Menyimpan Hasil	47
Gambar 4.10 Tampilan New Document	48
Gambar 4.11 Tampilan Lembar Kerja	48
Gambar 4.12 Membuat Objek Gambar.....	49
Gambar 4.13 Menyimpan File	49
Gambar 4.14 Mengimport Gambar	50
Gambar 4.15 Membuat Objek.....	50
Gambar 4.16 Menyimpan File	51
Gambar 4.17 Membuat Objek.....	52
Gambar 4.18 <i>Rectangular Marquee Tool</i>	52
Gambar 4.19 Memotong Objek.....	52
Gambar 4.20 Melengkapi Objek Gambar	53
Gambar 4.21 Membuat Objek dengan <i>Brush Tool</i>	53
Gambar 4.22 Menambah Teks	54

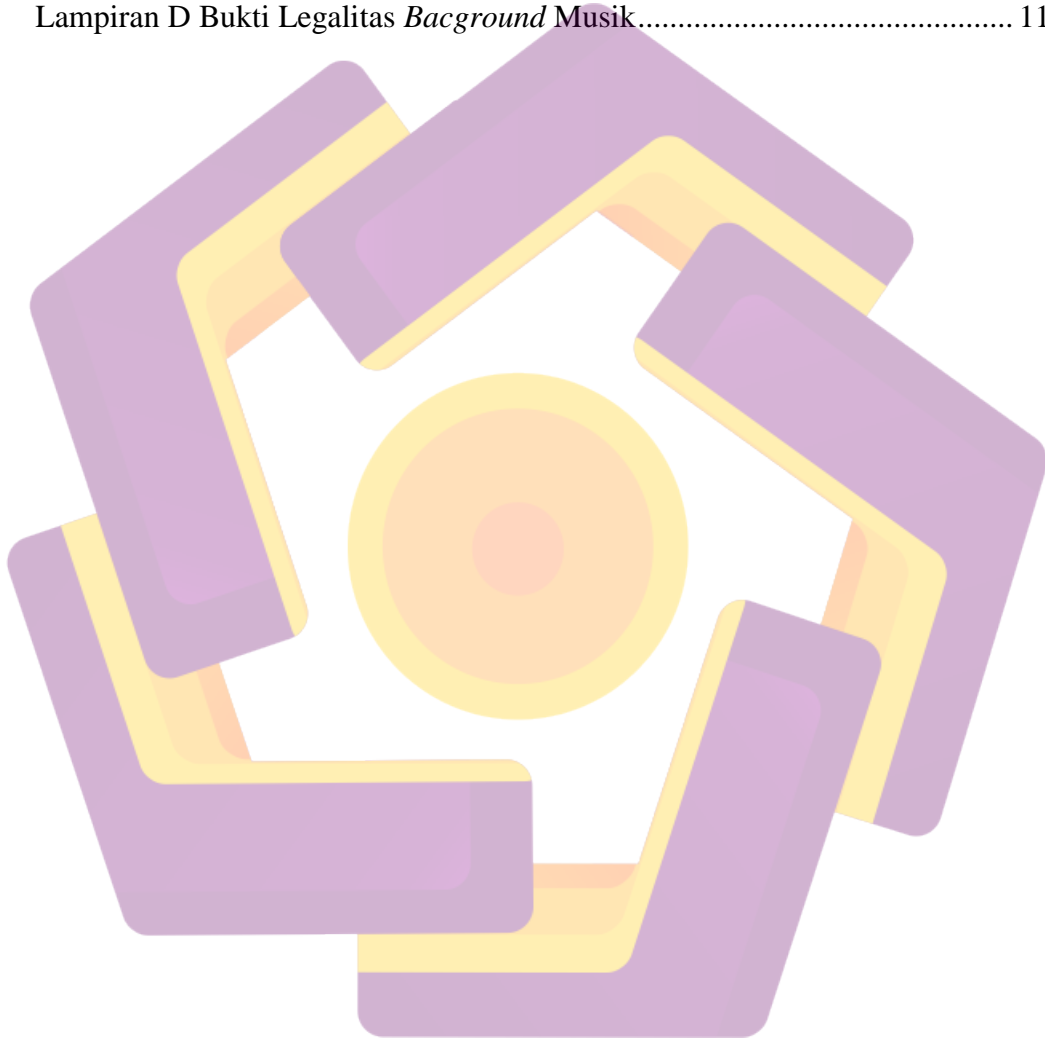
Gambar 4.23 Membuka After Effect	55
Gambar 4.24 Membuat Komposisi Baru	56
Gambar 4.25 Meng Import File Photoshop	56
Gambar 4.26 Memilih Komposisi File	57
Gambar 4.27 Membuka Komposisi File	57
Gambar 4.28 Membuat Animasi Pesan.....	58
Gambar 4.29 Meng Import File Photoshop	58
Gambar 4.30 Memilih Komposisi File	59
Gambar 4.31 Membuka Komposisi File	59
Gambar 4.32 Memindah <i>Anchor Point</i>	60
Gambar 4.33 Membuat <i>Null Object</i>	60
Gambar 4.34 Merubah posisi	51
Gambar 4.35 Mengaktifkan 3D layer.....	51
Gambar 4.36 Mengubah sumbu Y	51
Gambar 4.37 Mengubah sumbu layer <i>Null Object</i>	52
Gambar 4.38 Menambah objek.....	52
Gambar 4.39 <i>Masking</i>	63
Gambar 4.40 Menambah Teks	63
Gambar 4.41 Mengatur posisi.....	64
Gambar 4.42 Menambah <i>Shape Layer</i>	64
Gambar 4.43 Menambah <i>Ajusmet Layer</i>	65
Gambar 4.44 Mengatur <i>Color Balance</i>	65
Gambar 4.45 Hasil <i>Color Balance</i>	65

Gambar 4.46 Merekam Suara	66
Gambar 4.47 Menghilangkan Suara Noise	66
Gambar 4.48 Membuat Project Baru	67
Gambar 4.49 Import File Dengan <i>Dynamic Link</i>	68
Gambar 4.50 Menyusun File.....	68
Gambar 4.51 Export File Pada Adobe Premiere.....	69
Gambar 4.52 Export File Pada Adobe Premiere.....	69
Gambar 4.53 Upload Video Di Youtube	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Balasan Penelitian	1
Lampiran B Surat Serah Terima Iklan	2
Lampiran C Kuesioner	3
Lampiran D Bukti Legalitas <i>Bacground</i> Musik.....	11



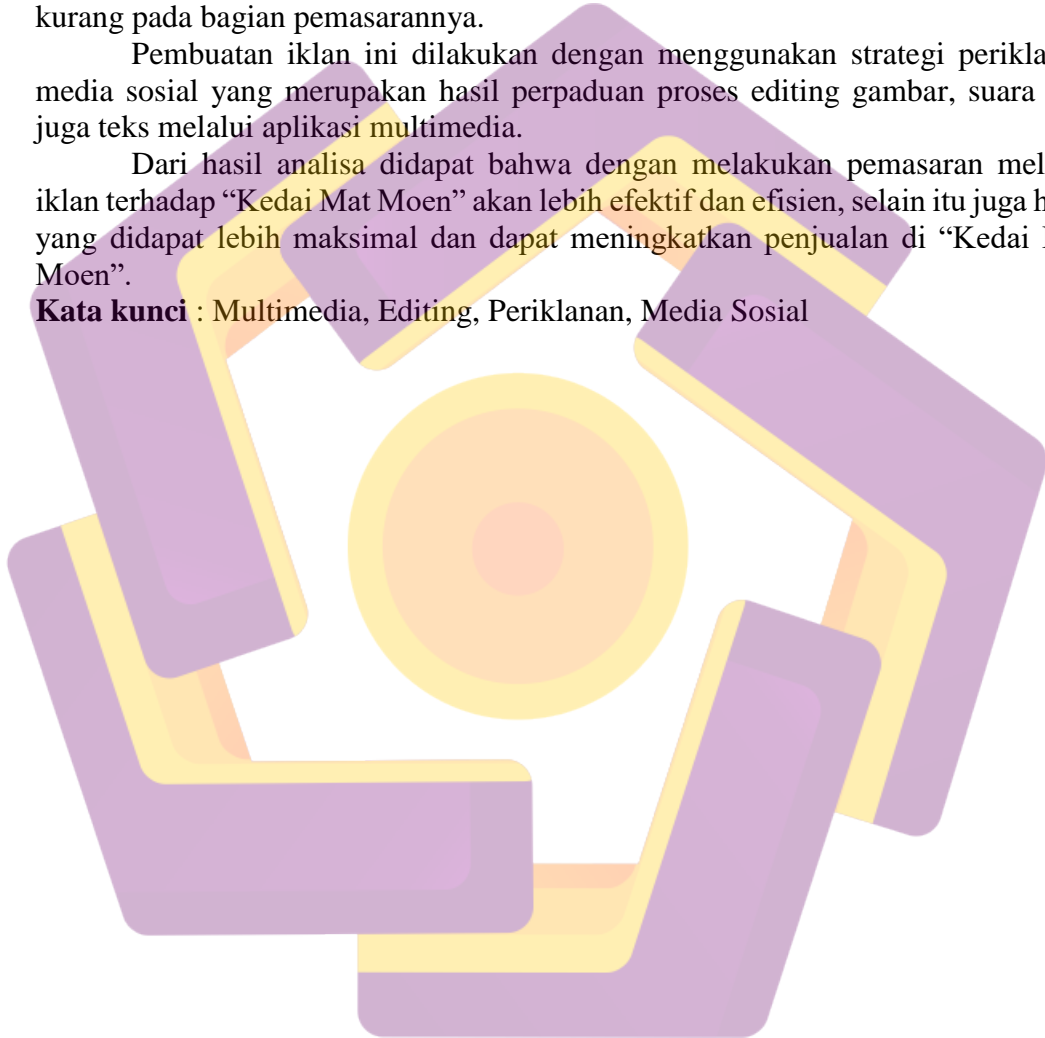
INTISARI

Saat ini media promosi yang sudah dipadukan dengan teknologi telah menyentuh kehidupan manusia dari radio, televisi, internet, mobile phone dan lain sebagainya, bahkan kini orang mampu mengakses dunia periklanan tanpa meninggalkan rumah. Sarana media internet begitu efektif untuk media promosi yang sangat cepat dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian penelitian ini akan memberikan dampak positif kepada “Kedai Mat Moen” yang selama ini masih kurang pada bagian pemasarannya.

Pembuatan iklan ini dilakukan dengan menggunakan strategi periklanan media sosial yang merupakan hasil perpaduan proses editing gambar, suara dan juga teks melalui aplikasi multimedia.

Dari hasil analisa didapat bahwa dengan melakukan pemasaran melalui iklan terhadap “Kedai Mat Moen” akan lebih efektif dan efisien, selain itu juga hasil yang didapat lebih maksimal dan dapat meningkatkan penjualan di “Kedai Mat Moen”.

Kata kunci : Multimedia, Editing, Periklanan, Media Sosial



ABSTRACT

Today's promotional media has been combined with technology has touched human life from radio, television, internet, mobile phone and so on, even now people are able to access the world of advertising without leaving home. The medium of internet media is so effective for the media campaign that very quickly known by the public. Thus this research will have a positive impact on "Kedai Mat Moen" which is still lacking in the marketing section.

Making this ad is done by using social media advertising strategy which is the result of the integration of image editing process, voice and also text through multimedia application.

From the analysis results obtained that by doing marketing through advertising to "Kedai Mat Moen" will be more effective and efficient, but also the results obtained more leverage and can increase sales in "Kedai Mat Moen".

Keywords: *Multimedia, Editing, Advertising, Social Media*

