

PERANCANGAN VIDEO IKLAN NYANYA MOM BABY
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
SKRIPSI



disusun oleh
Wijang Sabda Tama
16.22.1882

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

PERANCANGAN VIDEO IKLAN NYANYA MOM BABY

SEBAGAI MEDIA PROMOSI

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Wijang Sabda Tama

16.22.1882

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN NYANYA MOM BABY
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wijang Sabda Tama

16.22.1882

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 31 Maret 2018

Dosen Pembimbing

an



Dhani Ariatmanto, M.Kom

NIK. 190302197

PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN VIDEO IKLAN NYANYA MOM BABY
SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wijang Sabda Tama

16.22.1882

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 April 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Erni Seniwati, M.Cs
NIK. 190302231

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302128

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 22 Mei 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan, bahwa skripsi ini merupakan karya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu institusi pendidikan manapun, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan 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, 22 Mei 2018



Wijang Sabda Tama

16.22.1882

MOTTO

*Tak perlu takut jatuh untuk membuat mimpi menjadi
lebih besar
(Sabdatama)*

*Kemuliaan terbesar dalam hidup bukan terdapat pada
tidak pernah gagal, melainkan pada bangkit setiap kali
anda terjatuh
(Nelson Mandela)*

*Pengalaman Sendiri adalah guru terhebat di
masadepan, tanpa pengalaman orang tidak akan
hidup
(Sabdatama)*

PERSEMBAHAN



“Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang”

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya diberi kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Shalawat serta salam tiada henti-hentinya selalu tercurahkan kepada nabi besar, Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam* yang selalu kita nanti-nantikan syafaatnya di *yaumul qiyamah*. *Aamiin*

Dengan segala kerendahan hati dan segala rasa suka cita, saya persembahkan tugas akhir skripsi ini kepada :

- ☉ Allah SWT dan Baginda Rasul Muhammad SAW yang telah memberikan Segalanya Sehingga Penulis Bisa Menyelesaikan Skripsi.
- ☉ Kedua orang tuaku tercinta, yang dengan penuh kasih sayang dan pengorbanan serta kesabarannya untuk saya sejauh ini.
- ☉ Untuk teman-teman seperjuanganku yang luar biasa : Anggita sela, Roberth Yosep Rumbewas, Jati Utama , Natalois, Calon Gubernur Baruri Pasolima.
- ☉ Semua keluarga besar dari ibu dan bapak yang tak bisa disebut satu persatu.
- ☉ Pengalaman dan kesalahan yang membuat saya lebih menjadi pribadi yang lebih baik

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas limpahan berkat dan karunianya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik, lancar, dan tepat waktu. Skripsi ini di susun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta. Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

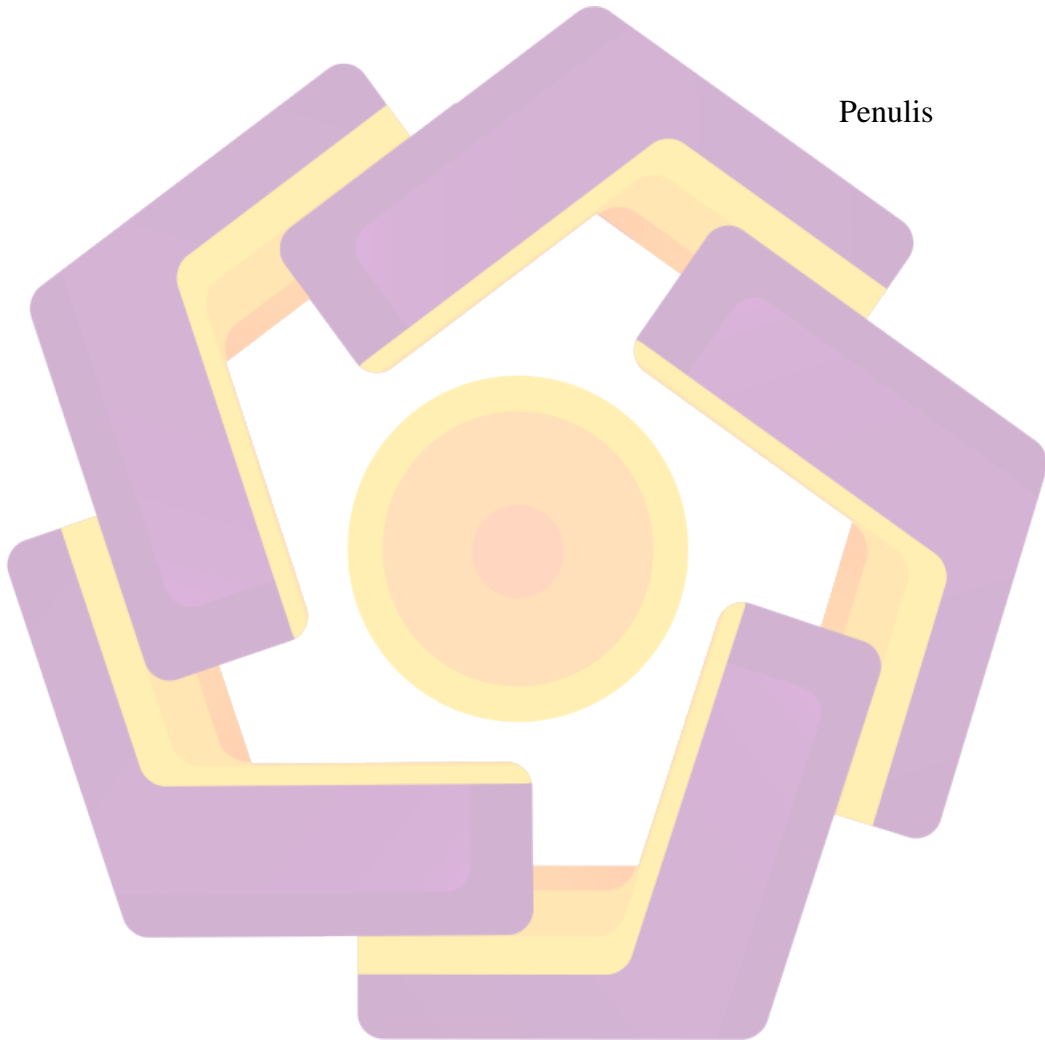
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan dan Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Dhani Ariatmo, M.Kom , selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis.
4. NYANYA MOM BABY yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
5. Orang tua dan saudara penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materiil.
6. Para dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mendidik dan membimbing dalam proses perkuliahan.
7. Teman-teman dan saudara-saudara penulis.
8. Dan semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan pada kesempatan penulis yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pembacanya.

Yogyakarta, 25 Mei 2018

Penulis



DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	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.....	5

1.5.5	Metode Testing.....	5
1.5.6	Sistematika penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI		7
2.1.	Tinjauan Pustaka	7
2.2.	Konsep Dasar Multimedia.....	9
2.2.1	Definisi Multimedia	9
2.2.2	Elemen – Elemen Multimedia.....	10
2.3.	Jenis Multimedia	11
2.4.	Sinematografi	12
2.4.1	Definisi Sinematografi	12
2.4.2	Kamera Angle	13
2.4.3	Komposisi	13
2.5.	Format Video.....	14
2.5.1	AVI.....	14
2.5.2	MPEG-1	15
2.5.3	MPEG-2	15
2.5.4	MPEG-4	16
2.5.5	MOV	17
2.5.6	MJPEG	17
2.5.7	ASF	17
2.5.8	WMV.....	18
2.5.9	AAC	18
2.6.	Konsep dasar Animasi.....	18
2.6.1	Pengertian Animasi	18
2.6.2	Macam – Macam Animasi	18

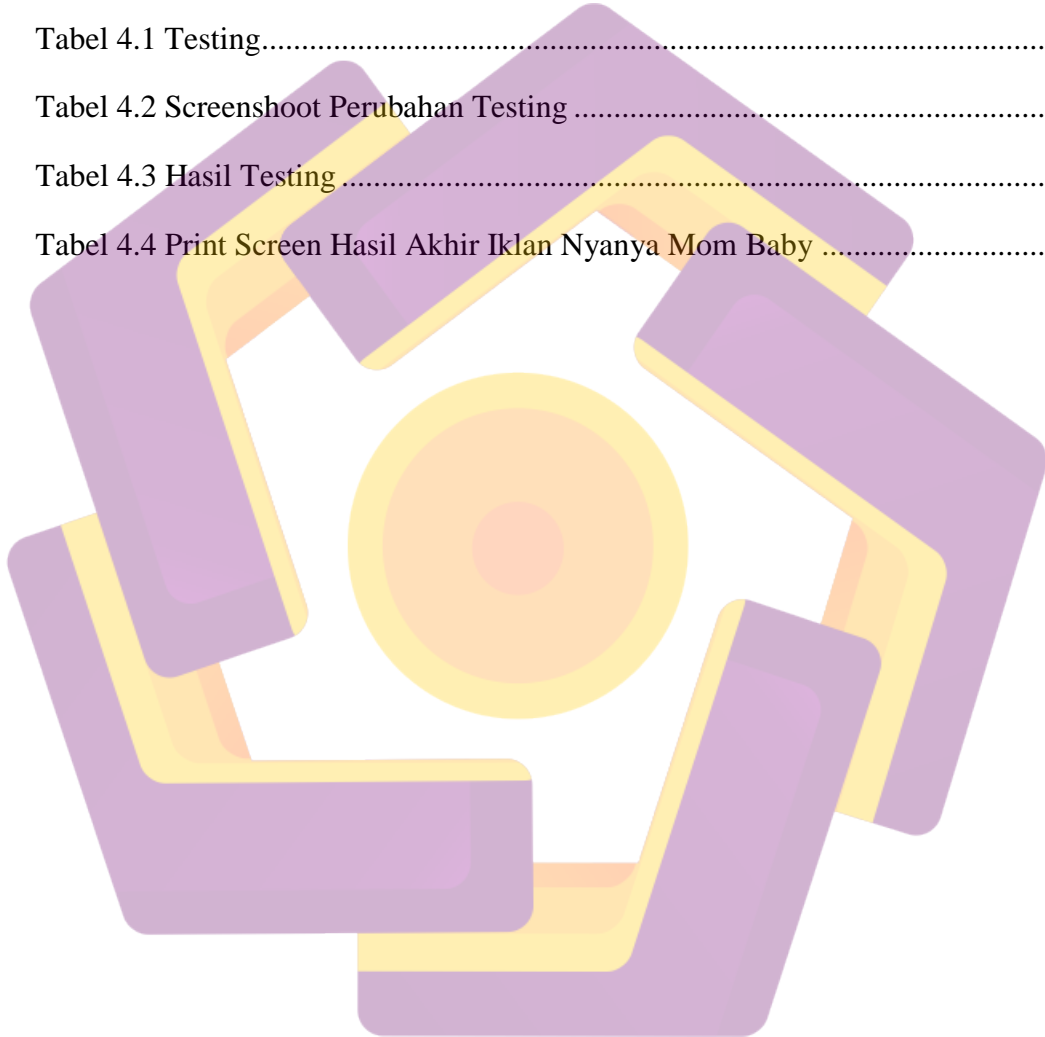
2.7.	Konsep Dasar Motion Grafis.....	21
2.7.1	Definisi Motion Grafis.....	21
2.7.2	Elemen-elemen Motion Grafis.....	22
2.7.3	Karakteristik Motion Grafis.....	23
2.8.	Iklan.....	24
2.8.1	Definisi Iklan.....	24
2.8.2	Jenis-Jenis Iklan.....	24
2.8.2.1	Iklan Cetak.....	24
2.8.2.2	Iklan Advertorial.....	25
2.8.2.3	Iklan Display.....	26
2.8.2.4	Iklan Elektronik.....	26
2.8.2.5	Iklan Perusahaan.....	27
2.8.2.6	Iklan Layanan Masyarakat.....	27
2.9.	Tahapan Pembuatan Iklan.....	28
2.9.1	Tahap Pra Produksi.....	28
2.9.2	Tahap Produksi.....	30
2.9.3	Tahap Pasca Produksi.....	30
2.10	Metode Analisis.....	31
2.10.1	Analisis SWOT.....	31
2.11	Metode Perancangan.....	33
2.11.1	Metode Observasi.....	33
2.11.2	Metode Interview.....	35
2.11.3	Metode Literatur.....	35
2.11.4	Proses Desain.....	35
2.12	Metode Pengembangan.....	36
2.13	Metode Testing.....	37

BAB III TINJAUAN UMUM	38
3.1 Tinjauan Pustaka	38
3.1.1 Nyanya Mom Baby	38
3.1.2 Visi dan Misi	38
3.2 Analisis	39
3.2.1 Analisis Kondisi Objek	39
3.2.2 Analisis SWOT	40
3.2.3 Kelemahan	44
3.2.4 Solusi yang ditawarkan	44
3.3 Analisis Kebutuhan	45
3.3.1 Analisis Kebutuhan Informasi	45
3.3.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak	45
3.3.3 Analisis Kebutuhan Perangkat Keras	46
3.4 Analisis Kelayakan Sistem	47
3.4.1 Kelayakan Teknologi	47
3.4.2 Kelayakan Hukum	47
3.4.3 Kelayakan Strategi	47
3.5 Strategi Merancang Promosi	48
3.5.1 Strategi Mentapkan Sasaran	48
3.5.1.1 Karakteristik Konsumen	48
3.5.1.2 Segmentasi Umur Iklan	48
3.5.2 Strategi Merancang Daya Tarik	49
3.5.2.1 Strategi Merancang Iklan	49
3.5.2.2 Strategi Merancang Gaya Eksekusi Pesan Iklan	49
3.6 Perancangan Iklan	49
3.6.1 Pra Produksi	49

3.6.1.1	Rancangan Ide Iklan	50
3.6.1.2	Rancangan Konsep Iklan	50
3.6.1.3	Rancangan Naskah Iklan	50
3.6.1.4	Rancangan <i>Story Board</i> Iklan Nyanya Mom Baby	52
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Tahap – Tahap Pembuatan Iklan	55
4.2	Produksi Iklan.....	56
4.2.1	Rancangan Kegiatan Shooting	56
4.2.2	<i>Shooting</i> atau Pengambilan Gambar	58
4.3	Tahap Pasca Produksi.....	60
4.3.1	<i>Capturing</i>	62
4.3.2	Editing Offline	62
4.3.3	Pembuatan Motion Graphic	64
4.3.4	Editing Online	67
4.4	Rendering	68
4.5	Pembahasan	69
4.5.1	<i>Testing</i>	69
4.5.2	Hasil Akhir Editing	75
4.5.3	Penayangan Iklan	82
BAB V.....		84
PENUTUP.....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		86

DAFTAR TABEL

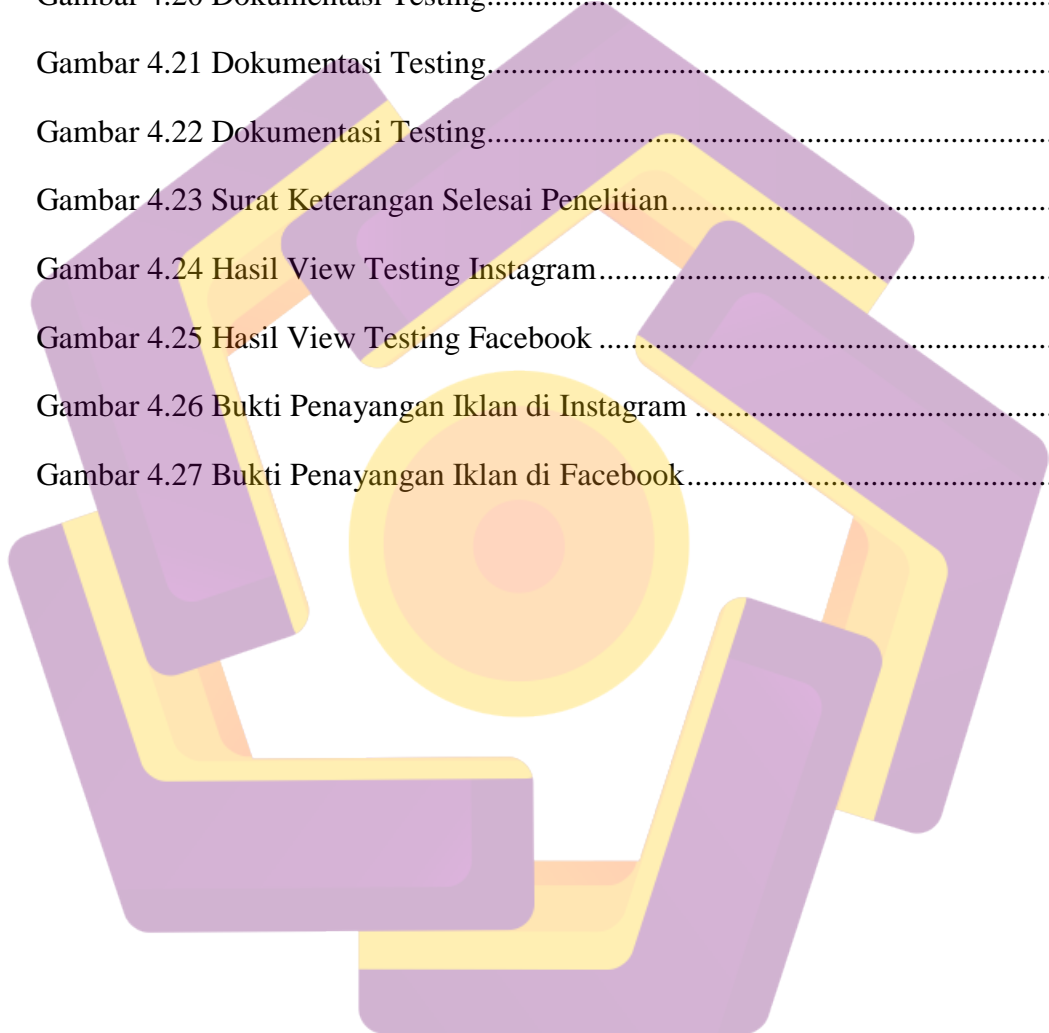
Tabel 2.1. Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT	42
Tabel 3.2 Story Board	52
Tabel 4.1 Testing.....	71
Tabel 4.2 Screenshoot Perubahan Testing	71
Tabel 4.3 Hasil Testing	72
Tabel 4.4 Print Screen Hasil Akhir Iklan Nyanya Mom Baby	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia	10
Gambar 2.2 Virtual Reality	11
Gambar 2.3 Motion graphic	21
Gambar 2.4 Contoh Iklan Baris	25
Gambar 2.5 Contoh Iklan Kolom.....	25
Gambar 2.6 Contoh Iklan Advertorial	26
Gambar 2.7 Contoh Iklan Display	26
Gambar 2.8 Contoh Storyboard	30
Gambar 4.1 Bagan Tahap Pembuatan Video Iklan	55
Gambar 4.2 Sketsa Pengambilan Gambar Pada Ruangan Objek.....	57
Gambar 4.3 Ruangan Packing.....	59
Gambar 4.4 Ruangan Packing.....	59
Gambar 4.5 Karyawan Admin Pengambilan dari Samping	59
Gambar 4.6 Karyawan Admin Pengambilan dari Depan.....	60
Gambar 4.7 Produk yang Sudah di Packing.....	60
Gambar 4.10 New Project Adobe Premiere Pro	63
Gambar 4.11 Jendela Setting Sequence	63
Gambar 4.12 Import Files	64
Gambar 4.13 Editing Offline.....	64
Gambar 4.9 Capturing.....	62
Gambar 4.8 Tahap Pasca Produksi.....	61
Gambar 4.14 Jendela New Project After Effect.....	65
Gambar 4.15 Composition Setting.....	66

Gambar 4.16 Pembuatan Motion Graphic	67
Gambar 4.17 Dynamic Link.....	67
Gambar 4.19 Rendering	69
Gambar 4.18 Editing Online	68
Gambar 4.20 Dokumentasi Testing.....	70
Gambar 4.21 Dokumentasi Testing.....	70
Gambar 4.22 Dokumentasi Testing.....	70
Gambar 4.23 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	73
Gambar 4.24 Hasil View Testing Instagram.....	74
Gambar 4.25 Hasil View Testing Facebook	75
Gambar 4.26 Bukti Penayangan Iklan di Instagram	82
Gambar 4.27 Bukti Penayangan Iklan di Facebook.....	83



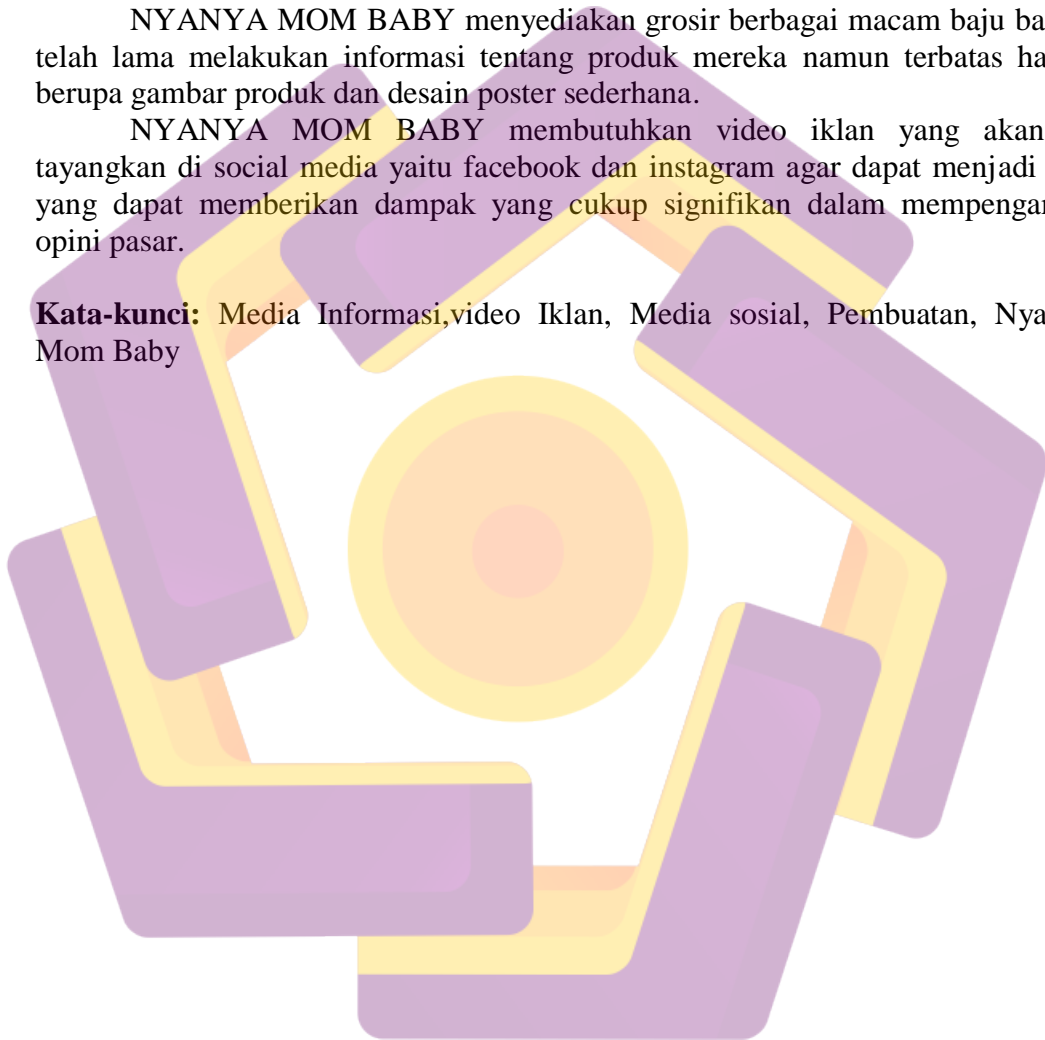
INTISARI

Teknologi yang semakin canggih dapat dirasakan langsung dampak kegunaannya. Sebagaimana besar kegiatan manusia dikendalikan oleh peran teknologi. Kemampuan teknologi informasi dan multimedia dalam menyampaikan pesan dinilai sangat besar, salah satu contoh teknologi informasi adalah periklanan media sosial.

NYANYA MOM BABY menyediakan grosir berbagai macam baju balita, telah lama melakukan informasi tentang produk mereka namun terbatas hanya berupa gambar produk dan desain poster sederhana.

NYANYA MOM BABY membutuhkan video iklan yang akan di tayangkan di social media yaitu facebook dan instagram agar dapat menjadi alat yang dapat memberikan dampak yang cukup signifikan dalam mempengaruhi opini pasar.

Kata-kunci: Media Informasi, video Iklan, Media sosial, Pembuatan, Nyanya Mom Baby



ABSTRACT

The increasingly sophisticated technology can be perceived directly the impact of its usefulness. Most human activities are controlled by the role of technology. The ability of information and multimedia technology in delivering messages is considered very large, one example of information technology is social media advertising.

NYANYA MOM BABY provides wholesale various kinds of toddler clothes, has long been doing information about their products but limited only in the form of product pictures and simple poster design.

NYANYA MOM BABY requires video ads that will be served in social media ie facebook and instagram in order to be a tool that can give a significant impact in influencing market opinion.

Keyword: *media information, video advertising, social media, production, Nyanya Mom Baby*

