

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
“KLASIKA PHOTOGRAPHY” BANTUL YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Amirudin Khorul Huda

14.11.7859

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
“KLASIKA PHOTOGRAPHY” BANTUL YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Amirudin Khorul Huda

14.11.7859

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI “KLASIKA PHOTOGRAPHY” BANTUL YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Amirudin Khorul Huda

14.11.7859

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 7 Februari 2018

Dosen Pembimbing,

Mei P Kurniawan, M.Kom.

NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI “KLASIKA PHOTOGRAPHY” BANTUL YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Amirudin Khorul Huda

14.11.7859

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Februari 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243

Ali Mustopa, M.Kom
NIK. 190302192



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 27 Februari 2018



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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 6..Februari 2018.



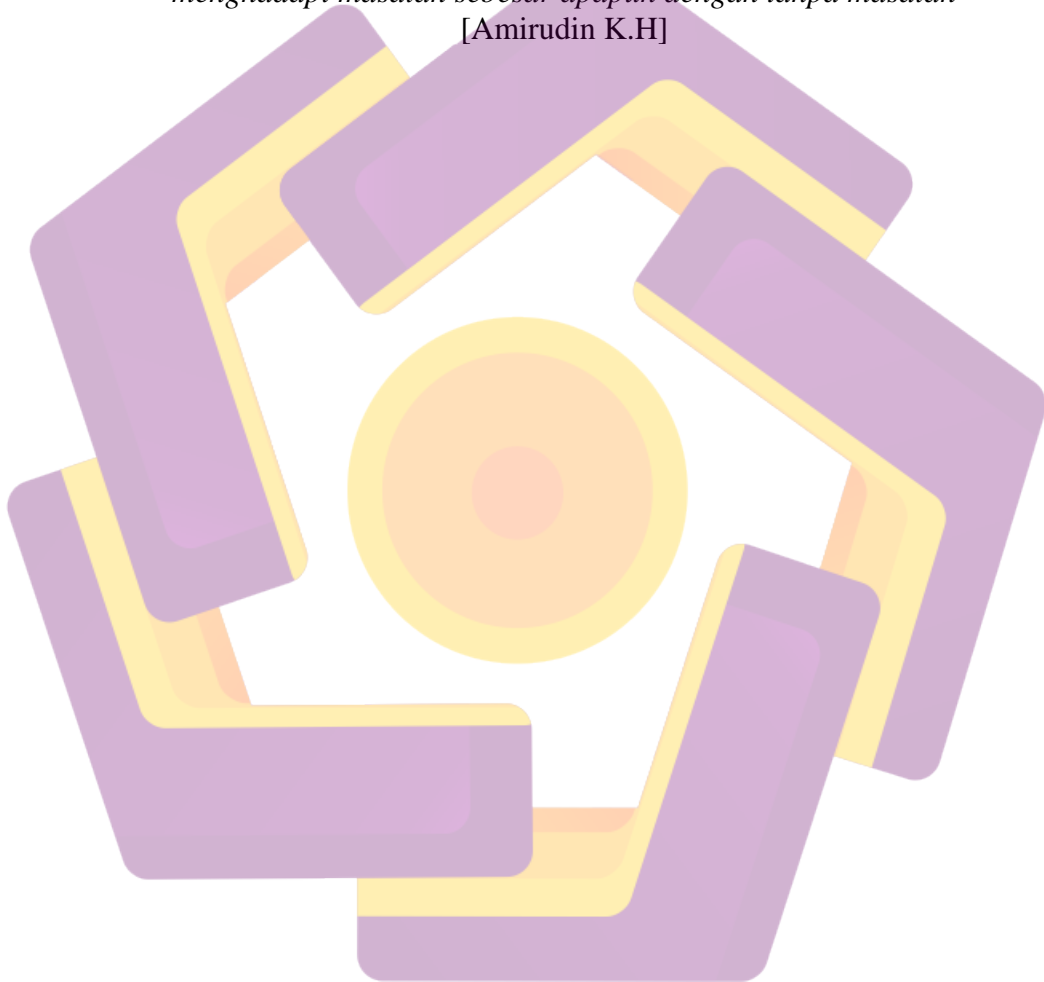
Amirudin Khorul Huda
NIM. 14.11.7859

MOTTO

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

“Menuntut ilmu itu wajib bagi setiap umat muslim”
(HR. Ibnu Majah)

Jadikan masalah yang pernah kalian hadapi menjadi pelajaran untuk menghadapi masa depan, karena seseorang bisa dianggap dewasa ketika bisa menghadapi masalah sebesar apapun dengan tanpa masalah
[Amirudin K.H]



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil’’alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perancangan Dan Pembuatan Iklan Televisi Klasika Photography Bantul Yogyakarta”** ini dengan baik.

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang telah memberikan pertolongan, kemudahan dan kelancaran selama perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhirnya skripsi ini bisa tersusun dan selesai dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta Bapak H. Ngadiman dan Hj. Ibu Sutiyem serta kakak saya Ina Nurrohmatun, Anita Nurhidayah dan adik saya Yamsi Nurlaila, Mei Khomsyiatun yang selalu menjadi motivasi saya untuk sukses dan tidak pernah lelah memberikan do’a, dukungan baik moral ataupun materil dan kasih sayang juga semangat selama ini.
3. Kepada mbah putri dan mbah kakung, serta paman sugeng yang juga telah membantu dan memberikan dukungan selama saya menjalani studi di kampus ini.
4. Bapak Mei P. Kurniawan, M.Kom yang telah memberikan bimbingan dalam skripsi ini.
5. Kepada objek penelitian saya Klasika Photography Bantul Yogyakarta yang telah mengizinkan melakukan penelitian dan ikut membantu menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada kawan – kawan seperjuangan Harist Taufiq H., Bowo Christianto, Aditya Benny W, Juliana Indri Rosa, Sintaya Sari, Khairul Azhar, Ray Fanathagama yang telah mensupport dan menghibur selama mengerjakan skripsi ini.
7. Kawan – kawan 14 S1 TI 04 terima kasih telah menjadi bagian dalam menuntut ilmu selama ini, kalian luar biasa semoga kita bisa berkumpul lagi dipuncak kesuksesan nanti.
8. Semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu - persatu

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Universitas AMIKOM Yogyakarta pada Fakultas Ilmu Komputer. Sejak persiapan sampai selesai skripsi ini penulis menerima bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang penulis butuhkan guna terselesainya laporan ini. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

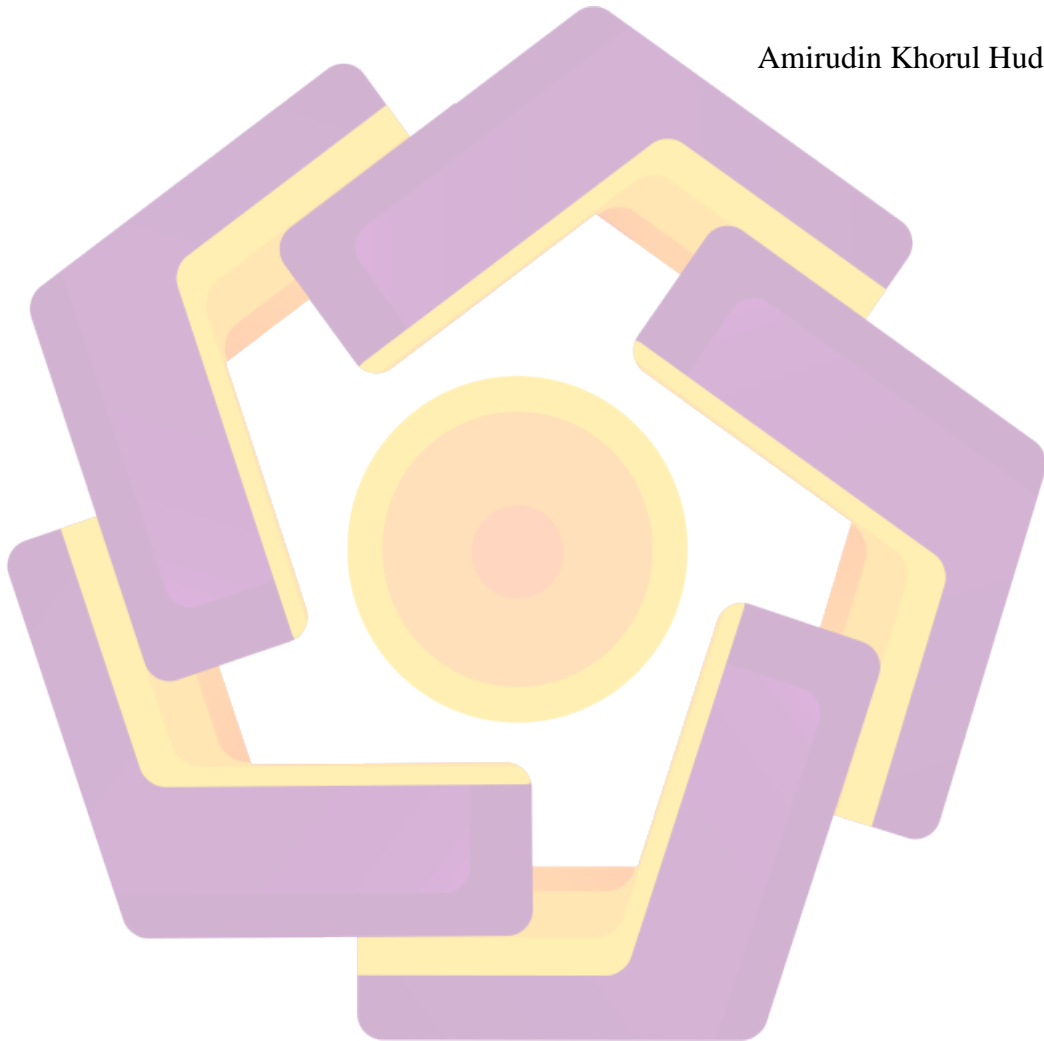
1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan S.T, M.T. Selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi, dan ketua Program Studi S1 Informatika.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Seluruh Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah men-sharing ilmu selama perkuliahan.
5. Pihak Klasika Photography selaku objek penelitian.
6. Keluarga dan rekan – rekan yang telah memberi dukungan dan bantuan untuk kelancaran skripsi ini.

Peneliti juga memohon maaf kepada semua pihak jika dalam pelaksanaan penelitian dan penulisa laporan skripsi ini terdapat kesalahan atau hak yang kurang berkenan, semua tidak lepas karena keterbatasan peneliti.

Akhirnya, hanya dengan berdoá kepada Allah SWT, peneliti berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Yogyakarta, 25 Agustus 2017

Amirudin Khorul Huda



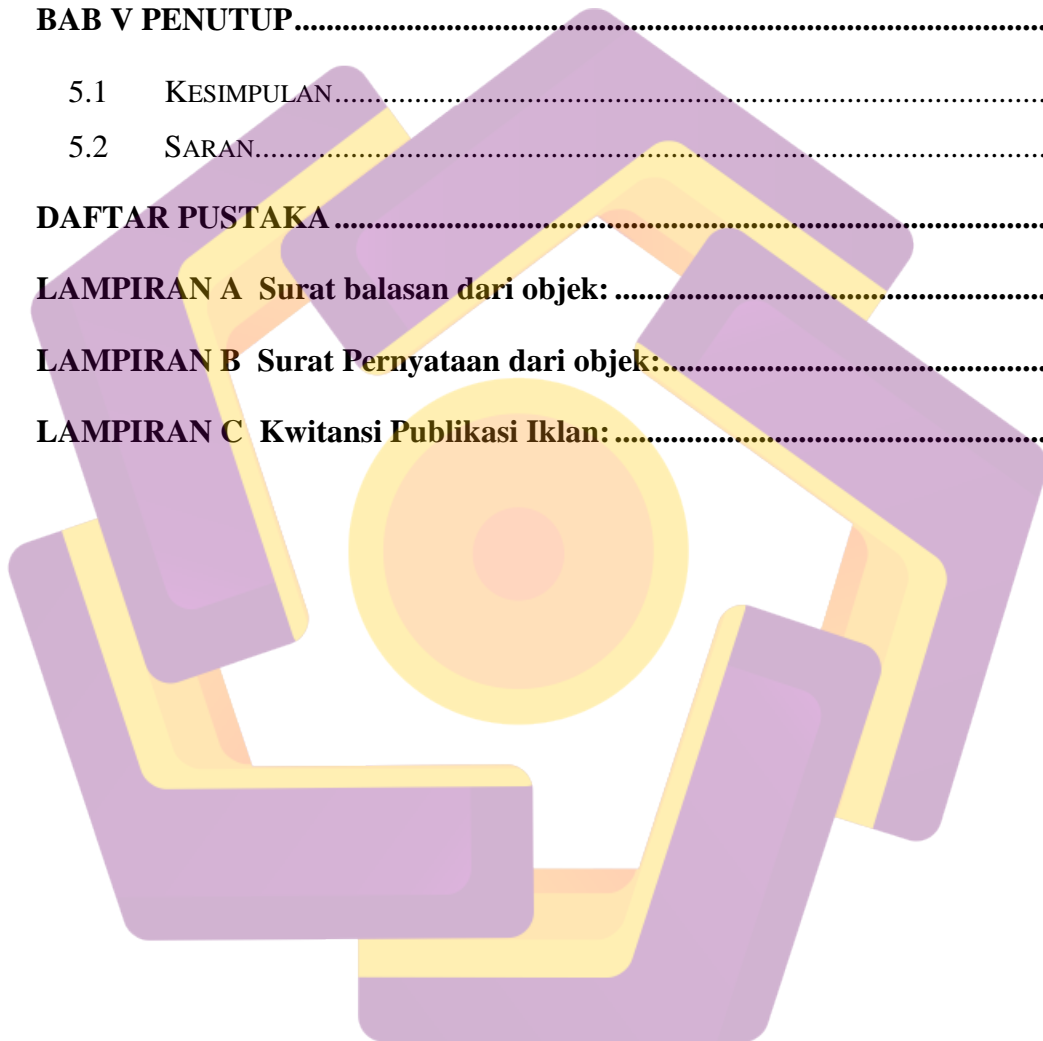
DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR ISTILAH	xvi
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	2
1.5 MANFAAT PENELITIAN	3
1.6 METODE PENELITIAN	3
1.7 SISTEMATIKA PENELITIAN	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.2 DASAR TEORI	7

2.2.1	Pengetian Multimedia	7
2.2.2	Elemen – Element Multimedea.....	8
2.2.3	Konsep Dasar Multimedia.....	10
2.2.4	Jenis-Jenis Multimedia.....	11
2.3	PROMOSI	13
2.3.1	Definisi Promosi	13
2.3.2	Macam – Macam Media Iklan untuk Promosi.....	13
2.3.3	Iklan Media Cetak.....	14
2.3.4	Iklan Media Elektronik	16
2.3.5	Iklan Luar Ruangan.....	17
2.4	STRATEGI MEMPRODUKSI IKLAN	19
2.4.1	Tahap Praproduksi.....	19
2.4.2	Tahap Produksi	21
2.4.3	Tahap Pascaproduksi.....	22
2.5	STANDAR FORMAT VIDEO.....	23
2.5.1	AVI (Audio Video Interleaved)	23
2.5.2	MPEG.....	24
2.5.3	3GP (3GPP <i>Format File</i>)	24
2.5.4	FLV (Flash Video)	24
2.5.5	SWF	25
2.5.6	MOV	25
2.6	ANIMASI.....	25
2.6.1	Jenis Animasi	26
2.6.2	Prinsip – prinsip animasi.....	28
2.6.3	Teknik Animasi.....	34
2.7	TEKNIK MOTION GRAPHIC	40
2.8	TAHAP DALAM PEMBUATAN.....	41
2.8.1	Tahap Pra Produksi	41
2.8.2	Tahap Produksi	41
2.8.3	Tahap Pasca Produksi	42
BAB III METODE PENELITIAN		43

3.1	TINJAUAN UMUM.....	43
3.1.1	Sejarah Klasika Photography.....	43
3.1.2	Alamat Perusahaan.....	43
3.1.3	Logo Perusahaan.....	44
3.1.4	Tujuan Klasika Photography.....	44
3.2	ANALISIS SISTEM.....	44
3.2.1	Definisi Analisis Sistem.....	44
3.2.2	Analisis SWOT.....	45
3.3	ANALISIS KEBUTUHAN.....	48
3.3.1	Kebutuhan Fungsional.....	48
3.3.2	Kebuthan Non Fungsional.....	49
3.3.2.1	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	49
3.3.2.2	Kebutuhan Perangkat Keras.....	49
3.3.3	Target Market.....	50
3.4	PERANCANGAN VIDEO IKLAN.....	50
3.4.1	Tahapan Pra Produksi.....	51
3.4.1.1	Perancangan Ide Cerita.....	51
3.4.1.2	Konsep Video Iklan.....	51
3.4.1.3	<i>Storyline</i>	52
3.4.1.4	Storyboard.....	52
BAB IV PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI.....		54
4.1	IMPLEMENTASI.....	54
4.1.1	Produksi.....	54
4.1.1.1	Design.....	54
4.1.1.2	Animation.....	57
4.1.1.3	Rekam Suara.....	63
4.1.2	Pasca Produksi.....	64
4.1.2.1	Sound Editing.....	64
4.1.2.2	Composite.....	65
4.1.2.3	Editing.....	67

4.1.2.4	Rendering	67
4.2	PEMBAHASAN	69
4.2.1	Kendala Dalam Produksi.....	69
4.2.2	Metode Testing.....	70
4.2.3	Implementasi	74
BAB V PENUTUP		76
5.1	KESIMPULAN.....	76
5.2	SARAN.....	76
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN A Surat balasan dari objek:		79
LAMPIRAN B Surat Pernyataan dari objek:.....		80
LAMPIRAN C Kwitansi Publikasi Iklan:		81



DAFTAR TABEL

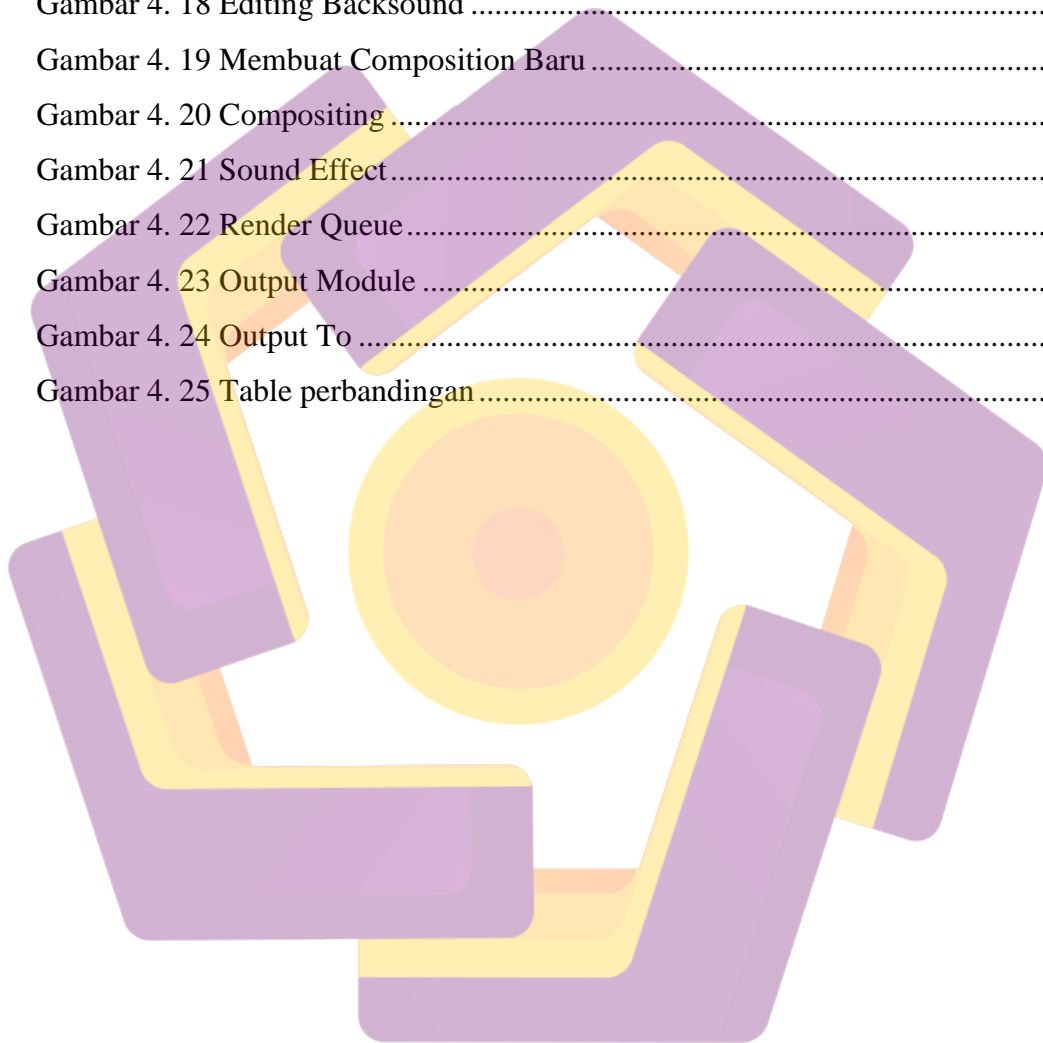
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	47
Tabel 3. 2 Perangkat Lunak	49
Tabel 3. 3 Perlengkapan Editing	49
Tabel 3. 4 Storyboard	52
Tabel 4. 1 Design	56
Tabel 4. 2 Kuesioner	71
Tabel 4. 3 Bobot Nilai	71
Tabel 4. 4 Perolehan nilai dari 30 responden	72
Tabel 4. 5 Perhitungan nilai untuk setiap pernyataan	72
Tabel 4. 6 Perhitungan nilai tertinggi untuk setiap pernyataan	73



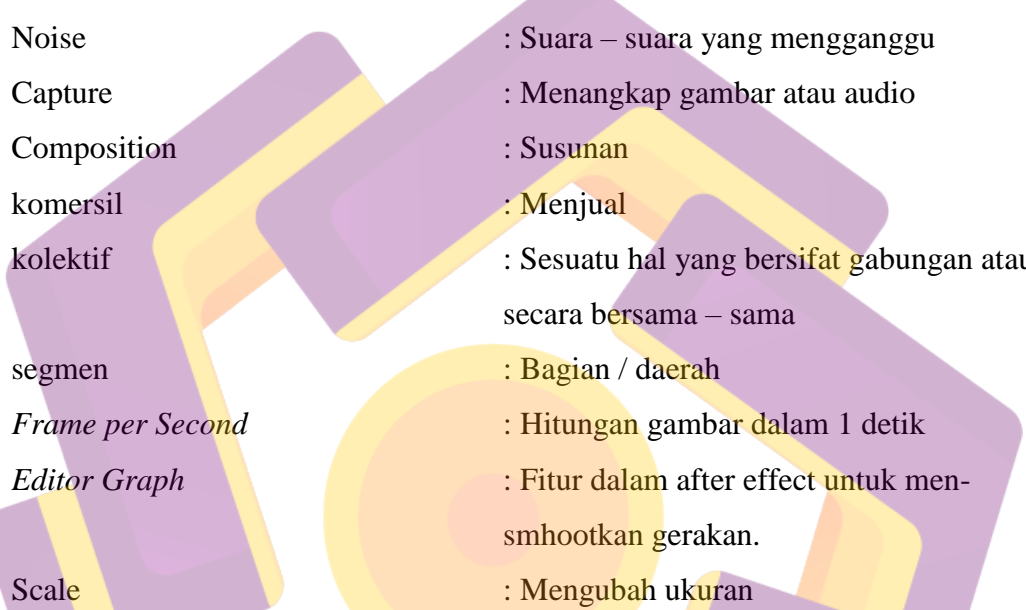
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pembentukan Karakter	20
Gambar 2. 2 Storyboard	21
Gambar 2. 3 Squash and Stretch	28
Gambar 2. 4 Anticipation	28
Gambar 2. 5 Staging	29
Gambar 2. 6 Straight-Ahead Action and Pose-To-Pose	29
Gambar 2. 7 Follow-Through and Overlapping Action	30
Gambar 2. 8 Slow In-Slow Out	30
Gambar 2. 9 Arcs	31
Gambar 2. 10 Secondary Action	31
Gambar 2. 11 Timing	32
Gambar 2. 12 Exaggeration	32
Gambar 2. 13 Solid Drawing	33
Gambar 2. 14 Appeal	33
Gambar 2. 15 Contoh Motion Graphic	40
Gambar 3. 1 Logo Klasika Photography	44
Gambar 3. 2 Flowchart perancangan video iklan	51
Gambar 4. 1 Membuat Dokumen Baru	54
Gambar 4. 2 Banner	55
Gambar 4. 3 Banner yang sudah diwarnai	55
Gambar 4. 4 Composition Setting	57
Gambar 4. 5 Background	58
Gambar 4. 6 Import	58
Gambar 4. 7 Tampilan Position	59
Gambar 4. 8 Tampilan Scale	59
Gambar 4. 9 Tampilan Rotation	60
Gambar 4. 10 Tampilan Editor Graph	60
Gambar 4. 11 Tampilan Scene 1	61
Gambar 4. 12 Tampilan Scene 2	61

Gambar 4. 13 Tampilan Scene 3	62
Gambar 4. 14 Tampilan Scene 4	62
Gambar 4. 15 Tampilan Scene 5	63
Gambar 4. 16 Tampilan Scene 6	63
Gambar 4. 17 Editing Suara	64
Gambar 4. 18 Editing Backsound	65
Gambar 4. 19 Membuat Composition Baru	66
Gambar 4. 20 Compositing	66
Gambar 4. 21 Sound Effect	67
Gambar 4. 22 Render Queue	68
Gambar 4. 23 Output Module	68
Gambar 4. 24 Output To	68
Gambar 4. 25 Table perbandingan	75



DAFTAR ISTILAH



Iklan	: Berita pesanan untuk mendorong
Couple	: Pasangan pria dan wanita
IFEMO	: Komunitas Photo International Female
Model	
Noise	: Suara – suara yang mengganggu
Capture	: Menangkap gambar atau audio
Composition	: Susunan
komersil	: Menjual
kolektif	: Sesuatu hal yang bersifat gabungan atau secara bersama – sama
segmen	: Bagian / daerah
<i>Frame per Second</i>	: Hitungan gambar dalam 1 detik
<i>Editor Graph</i>	: Fitur dalam after effect untuk men-smhootkan gerakan.
Scale	: Mengubah ukuran

INTISARI

Iklan merupakan sarana penunjang media promosi. Iklan pada media televisi merupakan gabungan dari unsur visual dan audio. Pembahasan utama dalam skripsi ini adalah mengenai pesan visual yang disampaikan melalui unsur – unsur visual yang digunakan pada iklan televisi. Unsur visual merupakan perangsang atau sugesti yang penting untuk menyampaikan pesan dan tujuan yang ingin dicapai oleh produsen pada target pasar.

Iklan sangatlah penting perannya dalam hal memperkenalkan atau mempromosikan sebuah produk kepada khalayak umum atau konsumen. Akan tetapi iklan yang ditujukan kepada khalayak umum, khususnya yang ditayangkan melalui wahana periklanan televisi sangatlah rentan dengan pelanggaran etika periklanan yang tertuang dalam Kitab Etika Pariwisata Indonesia.

Media promosi berupa video iklan bertujuan untuk mempromosikan dan memperkenalkan Studio Foto Klasika Photography kepada masyarakat luas. Disamping itu, iklan dapat menarik indera dan menarik minat, karena merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, dan text, sehingga dengan multimedia perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai perusahaan dengan baik.

Kata Kunci : Iklan Tv, Multimedia, Video,

ABSTRACT

Advertising is a means of supporting the promotion media. Advertising on television media is a combination of visual and audio elements. The main discussion in this thesis is about the visual message delivered through the visual elements used in television commercials. The visual element is an important stimulus or sugerti to convey the message and goals that the producer wants to reach the target market.

Advertising is very important role in terms of introducing or promoting a product to the public or consumers. However, advertisements aimed at the general public, especially those aired through television advertising rides, are extremely vulnerable to violations of advertising ethics contained in the Book of Ethics of Indonesian Pariwara.

Promotion media in the form of video ads aims to promote and introduce Studio Photo Classification Photography to the public. In addition, ads can attract the senses and attract interest, because it is a combination of many media such as images, sound, and text, so that with multimedia companies can convey information about the company well.

Keywords: *Tv, Multimedia, Video*