

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PERIKLANAN HIMOVER
CLOTHING COMPANY SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Unggun Yanuadi

11.12.5407

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

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PERIKLANAN HIMOVER
CLOTHING COMPANY SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Unggun Yanuadi

11.12.5407

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PERIKLANAN HIMOVER
CLOTHING COMPANY SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Unggun Yanuadi

11.12.5407

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 28 Februari 2018

Dosen Pembimbing



Tonny Hidayat, M.Kom

NIK. 190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PERIKLANAN HIMOVER CLOTHING COMPANY SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Unggun Yanuadi

11.12.5407

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Februari 2018
Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Hastari Utama, M.Cs
NIK. 190302230

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
tanggal 28 Februari 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 190302238

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, 28 Februari 2018



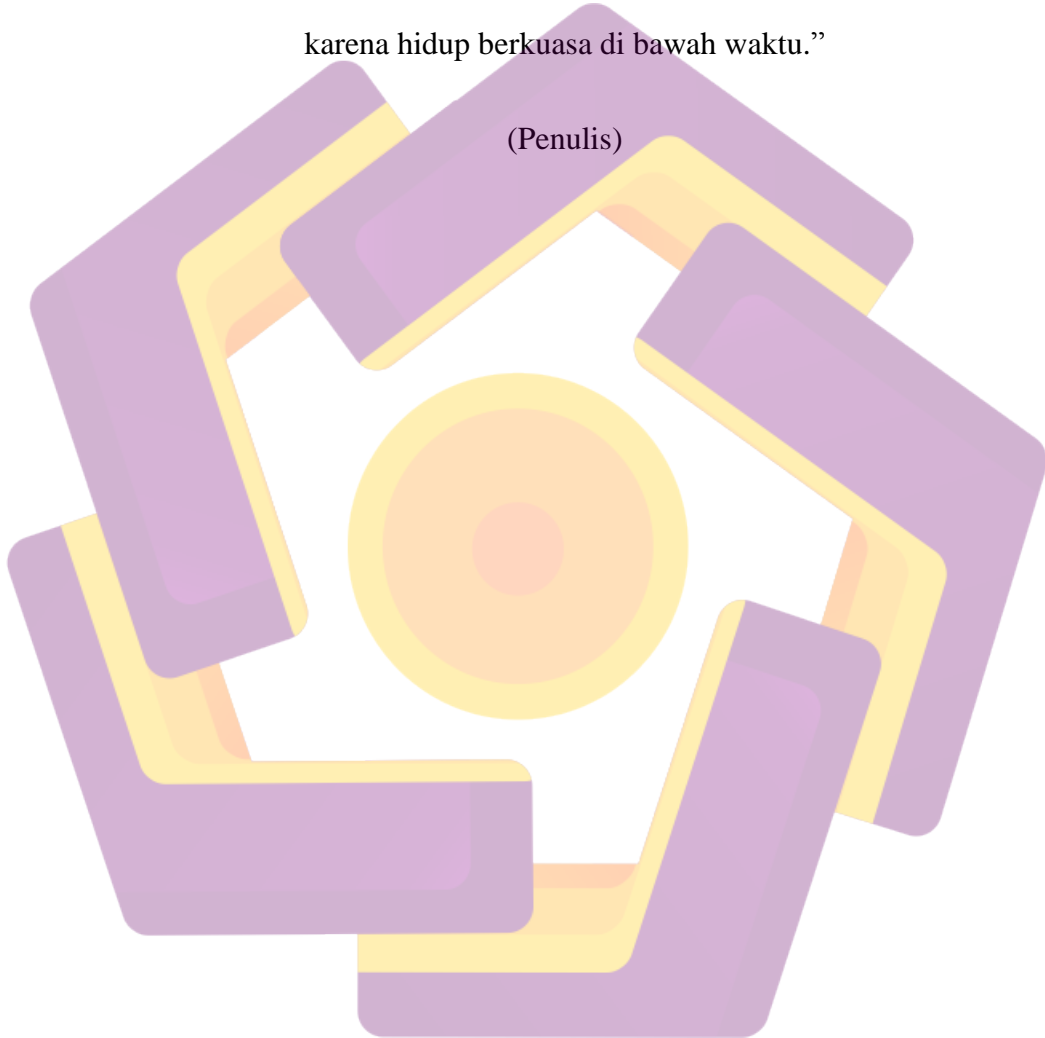
Unggun Yanuadi

NIM. 11.12.5407

MOTTO

“Persiapkan perayaan hari kematian dengan kebahagiaan, tentang apa yang kamu mau, inginkan, tanpa menghujamkan rugi terhadap sekitar. Dan bermanfaat, karena hidup berkuasa di bawah waktu.”

(Penulis)



PERSEMBAHAN

1. Alm. Bambang Wijanarko
2. Kepada Ayah Edwin Selanno dan Ibu Suwarsih, terima kasih untuk cinta kasih dan doa kalian.
3. Kepada keluarga Unggul Yanuadi (kakak), Hevi Ratnasari (kakak ipar), dan Alunna Melodya (keponakan) yang tak lupa selalu memberi semangat kepada saya.
4. Kepada Bapak Tonny Hidayat, M.Kom selaku dosen pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Om Yuni Purnomo (Owner Himover Clothing Company) yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian.
6. Kepada 2 orang teman kelas S1 SI 01, Novi Indrawati dan Novan Lexy yang suka rela membantu dalam urusan kelengkapan skripsi ini.
7. Kepada ROXXROMANTIXX, Hyena Films, Olah Rasa (Kang Ujo dan Pak Yahya), Jack “DuluKiniKuno”, Massa Creative, Phosphenes ID, Barde Films, Scenario, Pur Group, Riyan Candra. Terima kasih inspirasinya.
8. Plemburan Alley; Aji “Ji A” Wicaksono, Yudha “Otol” Ari Nurseta, Dhany “Boy” Bagus, Anggita Indra, Heryxa Reynaldo, Iar Arafah, dan Martinus D. Terima kasih untuk waktunya.

KATA PENGANTAR

Salam damai, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Teruntuk ayah dan ibu yang selalu mendoakan agar putranya dapat segera menyelesaikan skripsi ini.

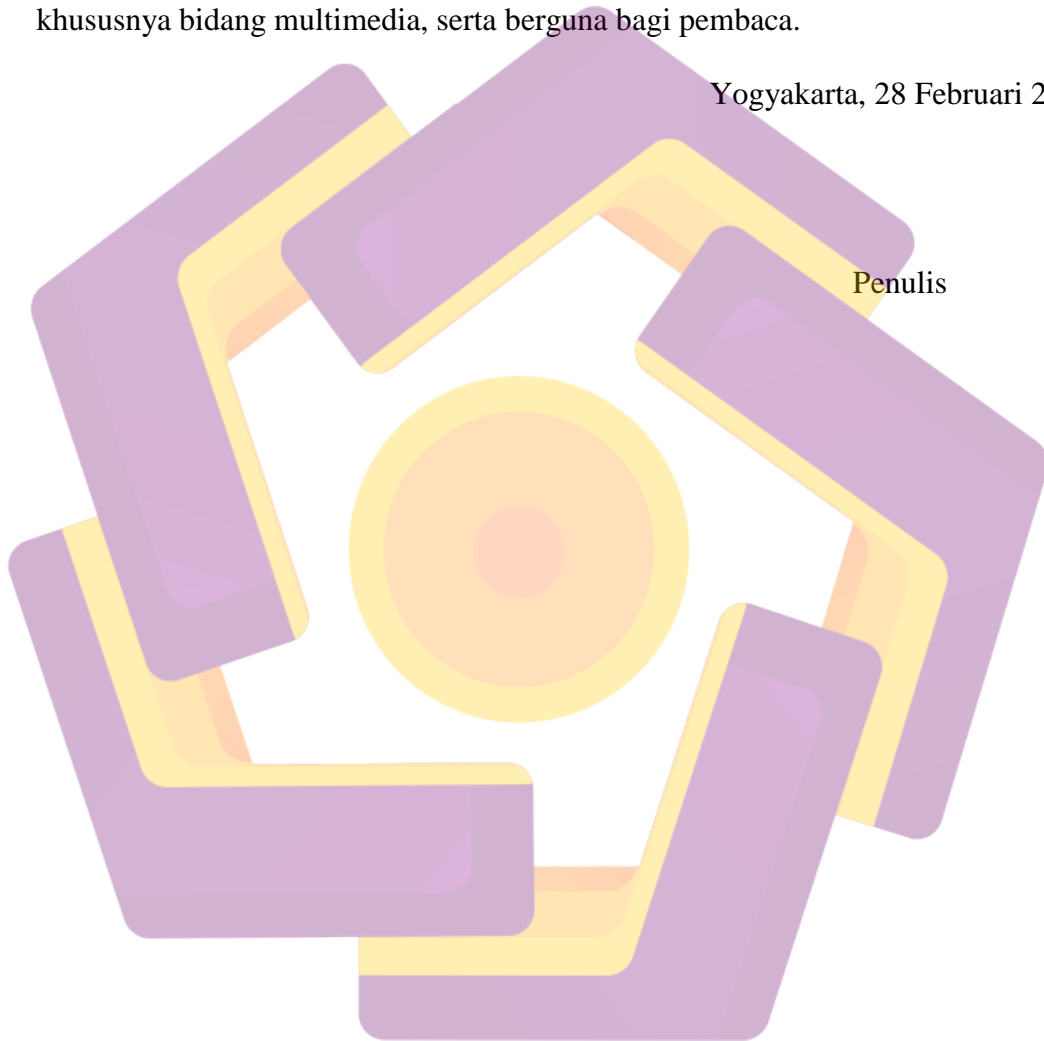
Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S1 pada Jurusan Sistem Informasi, Universitas Amikom Yogyakarta. Penulisan dan pembuatan karya dalam skripsi ini tentu banyak dibantu oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan fasilitas selama masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memberi masukan, memberi dorongan serta meluangkan waktunya hingga penulisan skripsi ini selesai.
3. Seluruh Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tidak terhingga selama menempuh perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kedua orangtua yang telah mendukung secara mental maupun finansial hingga skripsi ini dapat selesai.
5. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga jasa-jasa semua pihak yang telah membantu akan mendapatkan balasan kebaikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang multimedia, serta berguna bagi pembaca.

Yogyakarta, 28 Februari 2018

Penulis

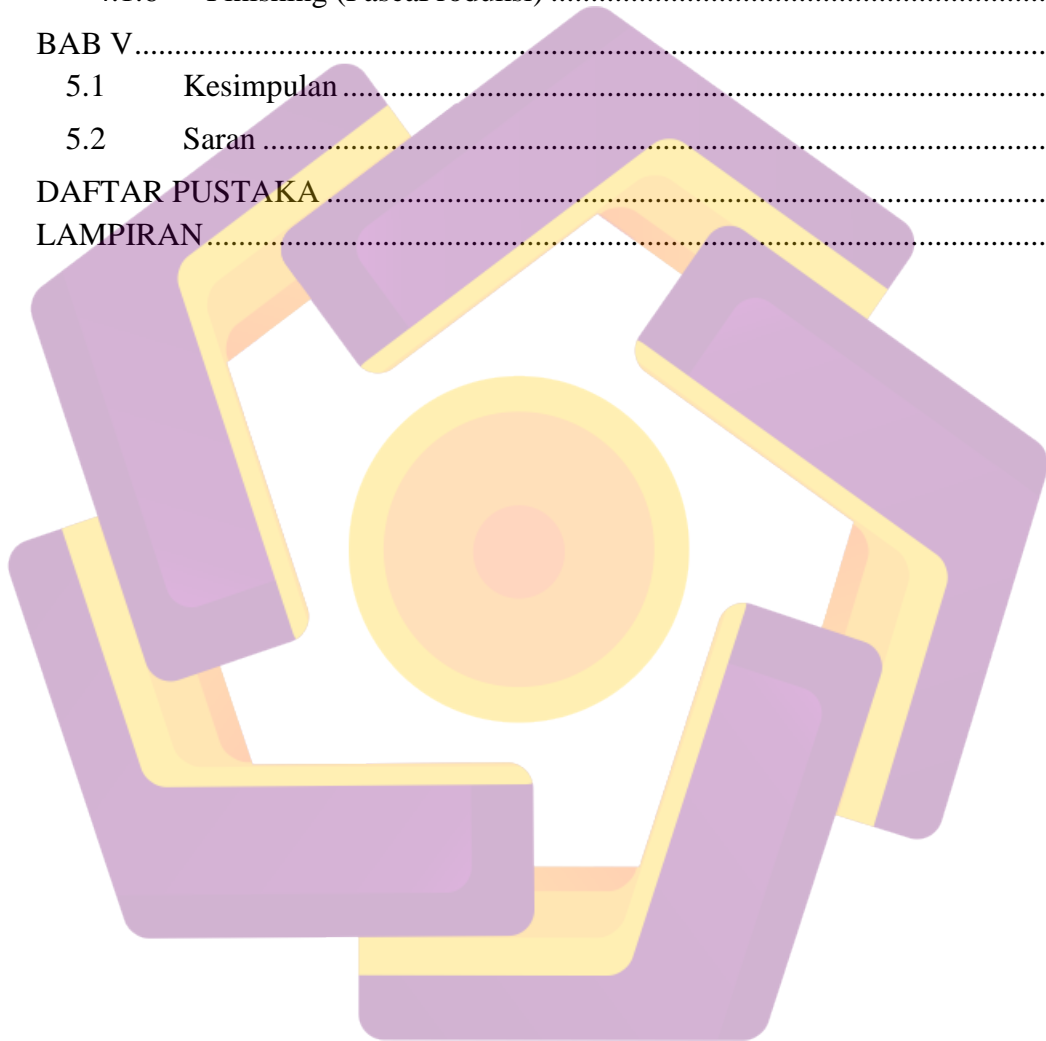


DAFTAR ISI

COVER.....	i
JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABLE.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis	5
1.6.3 Metode Perancangan.....	6
1.6.4 Pengambilan Gambar dan Editing	6
1.6.5 Implementasi.....	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia	9
2.2.1 Sejarah Multimedia.....	9
2.2.2 Pengertian Multimedia.....	10
2.2.3 Elemen Multimedia.....	10

2.3	Konsep Dasar Iklan.....	13
2.3.1	Pengertian Iklan	13
2.3.2	Sejarah periklanan.....	13
2.3.3	Manajemen periklanan.....	15
2.3.4	Jenis-Jenis Iklan	15
2.3.5	Fungsi-Fungsi Iklan	16
2.4	Perencanaan Merancang Iklan Media Sosial	17
2.4.1	Menetapkan Audien Sasaran	17
2.4.2	Menetapkan Sasaran Dan Anggaran Iklan Media Sosial.....	17
2.4.3	Mencari Keunggulan Produk Yang Dipasarkan	17
2.4.4	Perancangan Ide Penjualan Utama Sebagai Tema Kampanye	18
2.4.5	Perancangan Daya Tarik Pesan Iklan	18
2.4.6	Perancangan Gaya Dalam Mengeksekusi Iklan.....	19
2.4.7	Perancangan Slogan, Logo dan Simbol	19
2.4.8	Perancangan Naskah Dan Storyboard.....	19
2.4.9	Perencanaan Produksi Iklan Media Sosial.....	25
2.4.10	Storyboard.....	26
BAB III	28
3.1	Tinjauan Umum	28
3.1.1	Deskripsi Singkat Himover Clothing Company	28
3.1.2	Produk Himover Clothing Company	33
3.2	Pengumpulan Data	39
3.2.1	Metode Wawancara	39
3.2.2	Metode Observasi	40
3.2.3	Analisis Sistem	42
3.3	Identifikasi Masalah.....	42
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem.....	43
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	43
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	43
3.5	Perancangan Iklan.....	45
3.5.1	Tahap Pra Produksi	45
BAB IV	55
4.1	Produksi	55

4.1.1	Prepare (PraProduksi)	55
4.1.2	Shooting (Produksi)	56
4.1.3	Bumper Animation (Produksi).....	60
4.1.4	Editing (Produksi).....	61
4.1.5	Voice Over (Produksi)	62
4.1.6	Finishing (PascaProduksi)	67
BAB V		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		73



DAFTAR TABLE

Tabel 3.2 Kebutuhan Perangkat Keras yang Digunakan	44
Table 3.5 Storyboard.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.3 Elemen Multimedia	11
Gambar 2.3.10 Contoh Storyboard	27
Gambar 3.1 Himover Store tampak luar (2004 – 2012).....	29
Gambar 3.2 Himover Store tampak luar (2004 – 2012).....	29
Gambar 3.3 Himover Store tampak dalam (2004 – 2012).....	30
Gambar 3.4 Himover Store (Demangan Baru)	30
Gambar 3.5 Tempat parkir Himover (Demangan Baru)	31
Gambar 3.6 Suasana Transaksi Jual Beli	31
Gambar 3.7 Display Produk Himover.....	31
Gambar 3.9 Display Produk Himover.....	32
Gambar 3.10 Logo Himover 2004 – 2008	32
Gambar 3.11 Logo Himover 2008 – 2012	33
Gambar 3.12 Logo Himover 2012 – Sekarang	33
Gambar 3.13 Produk Tas Himover	34
Gambar 3.14 Produk Topi Himover.....	34
Gambar 3.15 Produk Kaos Himover.....	35
Gambar 3.16 Produk Kaos Himover.....	35
Gambar 3.17 Produk Kaos Himover.....	36
Gambar 3.18 Produk Celana Himover	36
Gambar 3.19 Produk Celana Himover	37
Gambar 3.20 Produk Celana Himover	37
Gambar 3.21 Produk Dompot & Sabuk Himover	38
Gambar 3.22 Produk Sandal & Gelang Himover.....	38
Gambar 3.23 Produk Jaket Himover	39
Gambar 3.24 Screenshot Profil Facebook.....	41
Gambar 3.25 Screenshot Profil Twitter	41
Gambar 3.26 Screenshot Profil Instagram	42
Gambar 4.1 Proses Produksi Iklan	55

Gambar 4.2 Kamera Canon 6d Wifi	56
Gambar 4.3 Setting kamera.....	57
Gambar 4.4 Setting kamera.....	57
Gambar 4.5 Tripod yang digunakan	58
Gambar 4.6 Go Pro 5	58
Gambar 4.7 Proses pemasangan Go Pro 5	58
Gambar 4.8 Proses pengambilan gambar.....	59
Gambar 4.9 Proses adegan talent	59
Gambar 4.10 Pemberkasan file	60
Gambar 4.11 Bumper Video Depan Himover.....	60
Gambar 4.12 Bumper Belakang Himover.....	61
Gambar 4.13 Proses Editing.....	62
Gambar 4.14 Microphone Condenser	63
Gambar 4.15 Lembar kerja Cubase 5.....	64
Gambar 4.16 Setting export pada Cubase 5	64
Gambar 4.17 Soundcard external yang digunakan	65
Gambar 4.18 Speaker flat atau speaker monitor	66
Gambar 4.19 Headphone yang digunakan	67
Gambar 4.20 Jendela Render Premiere Pro CC 2017	67
Gambar 4.21 Kolom Use Maximum Render Quality	68
Gambar 4.22 Resolusi video yang digunakan.....	68
Gambar 4.23 Format yang digunakan.....	69
Gambar 4.24 Jendela Exporting Premiere Pro CC 2017.....	69

INTISARI

Himover Clothing Company adalah sebuah badan usaha dibidang industri sandang yang berdiri pada tahun 2004. Terletak di Jl. Cendrawasih No. 21, Demangan Baru, Catur Tunggal, Yogyakarta. Belum banyak masyarakat umum mengetahui merk dari Himover ini atau produk – produk yang dihasilkan karena kurangnya informasi media yang tersedia, karena itu diperlukan iklan publikasi untuk menambah daya tarik calon konsumen terhadap Himover.

Video iklan Himover di buat dengan konsep multimedia, yaitu memanfaatkan visual dan audio. Video ini dibuat dengan menggunakan software utama Adobe Premiere Pro CC 2017 dan software multimedia pendukung lainnya.

Untuk mendapatkan video periklanan yang berkualitas penulis menggunakan metode wawancara dan observasi. Setelah video ini selesai, kemudian akan ditayangkan di beberapa media sosial sebagai bentuk promosi. Dengan iklan ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik calon konsumen terhadap produk – produk yang ditawarkan Himover Clothing Company.

Kata kunci : Video Periklanan, Pakaian, Media Promosi.

ABSTRACT

Himover Clothing Company is a clothing industry company established in 2004. Located on Jl. Cendrawasih No. 21, Demangan Baru, Chatur Tunggal, Yogyakarta. Not many common people know the brand from Himover or the products that are produced due to lack of media information available, therefore publications are required to increase the appeal of potential customers to Himover.

Himover's ad videos are created with the concept of multimedia, which takes advantage of visual and audio. This video was created using the main software of Adobe Premiere Pro CC 2017 and other supporting multimedia software.

To get quality video advertising authors use interview and observation methods. Once this video is complete, it will then be shown on some social media as a form of promotion. With this ad is expected to increase the attractiveness of prospective consumers of products that are offered Himover Clothing Company.

Keywords: *Video Advertising, Apparel, Media Promotion.*

