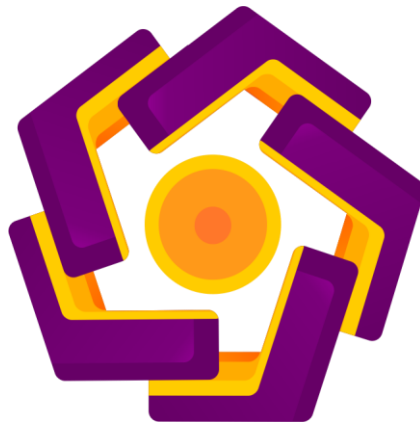


**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI  
MAKARONI MAKROM YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

**Arfian Mesano**

**13.11.7399**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2017**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PRANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MAKARONI  
MAKROM YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Arfian Mesano**

**13.11.7399**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 5 September 2017

**Dosen Pembimbing,**

**Mei P. Kurniawan, M.Kom.**

**NIK. 190302187**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MAKARONI MAKROM YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Arfian Mesano**

**13.11.7399**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 Januari 2018

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Dony Ariyus, M.Kom.**  
**NIK. 190302128**

**Dhani Ariatmanto, M.Kom.**  
**NIK. 190302197**

**Mei P. Kurniawan, M.Kom.**  
**NIK. 190302187**

**Tanda Tangan**



---



---



---

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 6 Februari 2018

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh oran 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 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, 6 Februari 2018



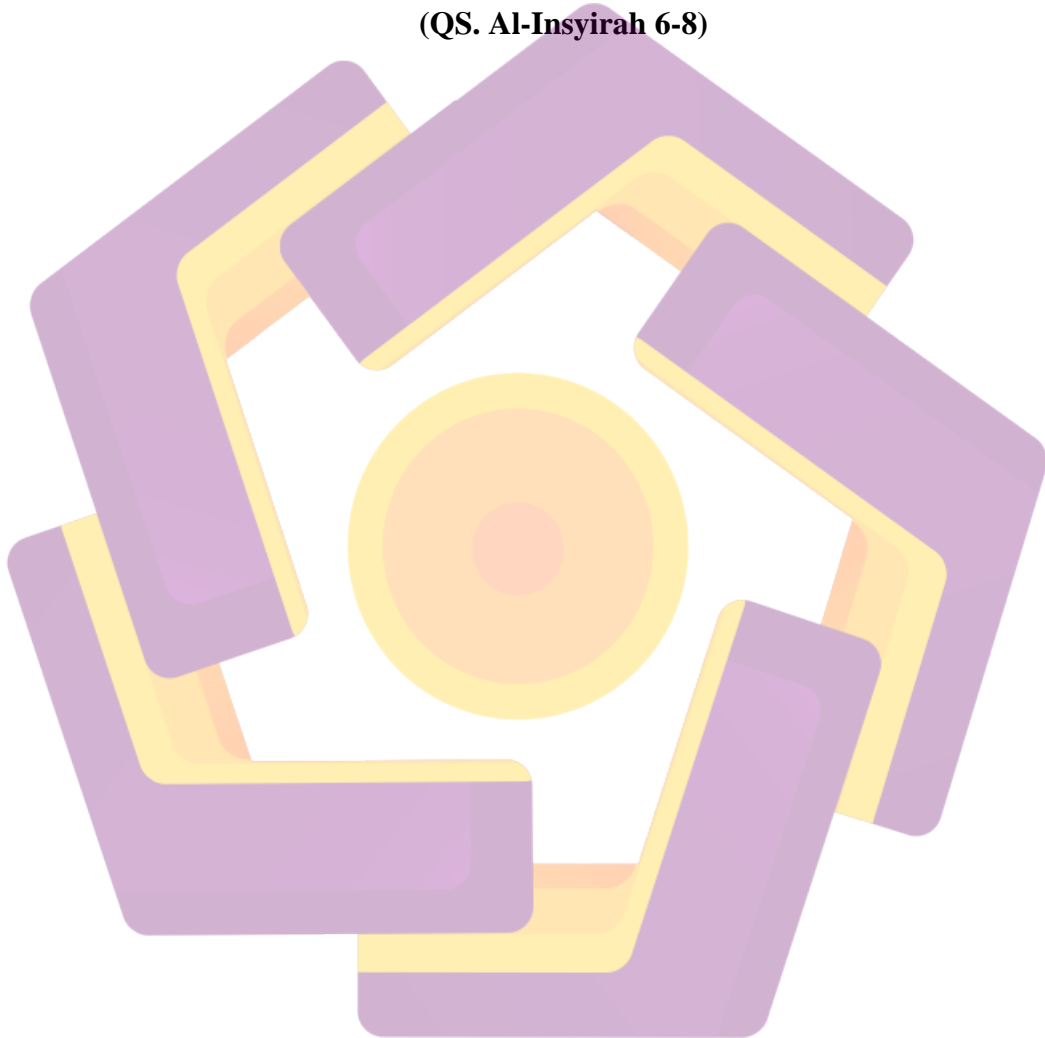
Arfian Mesano

NIM. 13.11.7399

## **MOTTO**

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakan dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”.

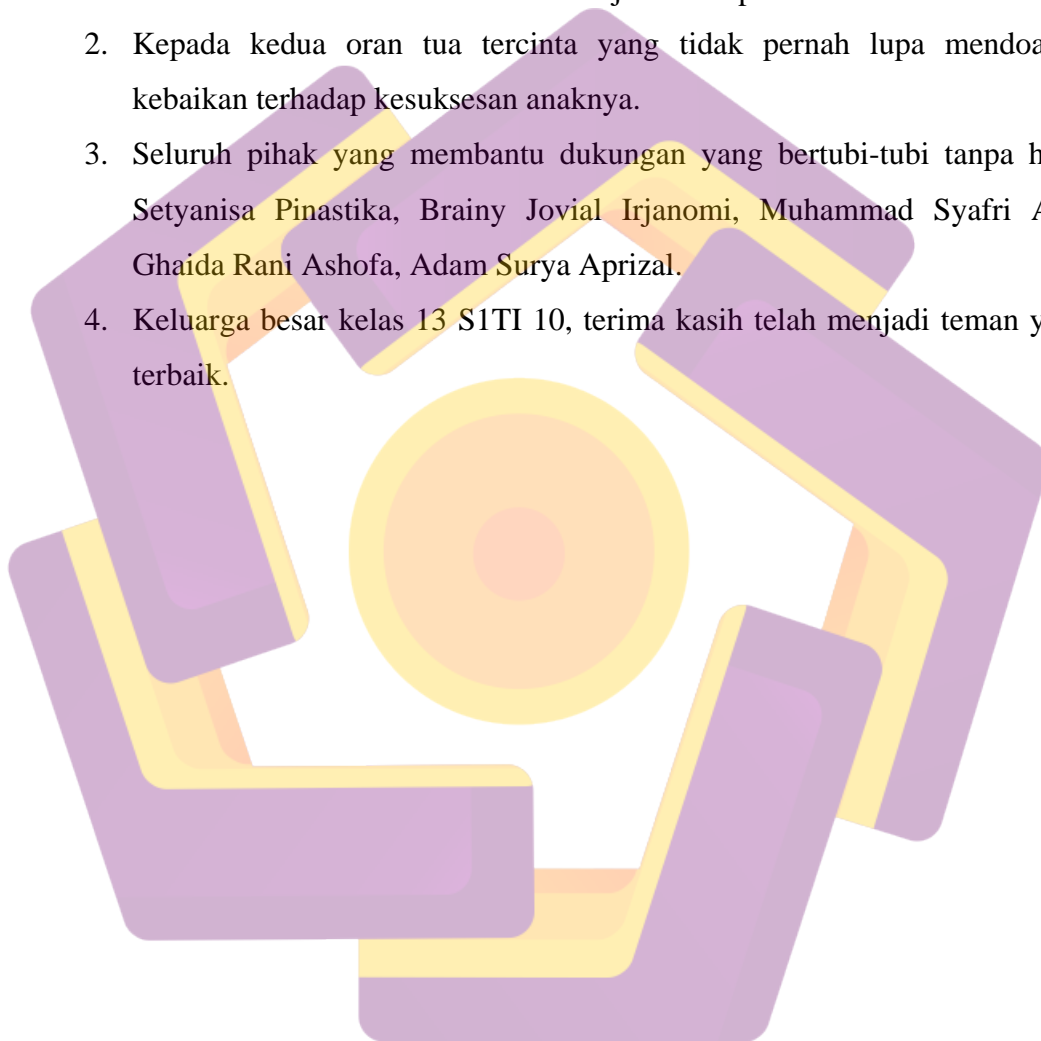
**(QS. Al-Insyirah 6-8)**



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah S.W.T. yang telah mengabulkan segala permintaan dan telah memberikan kelancaran dalam mengerjakan skripsi.
2. Kepada kedua oran tua tercinta yang tidak pernah lupa mendoakan kebaikan terhadap kesuksesan anaknya.
3. Seluruh pihak yang membantu dukungan yang bertubi-tubi tanpa henti Setyanisa Pinastika, Brainy Jovial Irjanomi, Muhammad Syafri Afif, Ghaida Rani Ashofa, Adam Surya Aprizal.
4. Keluarga besar kelas 13 S1TI 10, terima kasih telah menjadi teman yang terbaik.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Makaroni Makrom Yogyakarta”.

Maksud dan tujuan skripsi ini adalah untuk melengkapi dan memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh Universitas Amikom Yogyakarta untuk menyelesaikan program Strata 1. Dalam pembuatan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dari banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Yogyakarta, 6 Februari 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	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 .....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6.2 Analisis .....	4
1.6.3 Tahap Perancangan .....	5
1.6.4 Pengembangan .....	5
1.7 Sistematika penulisan .....	5
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia .....	8
2.2.1 Definisi Multimedia .....	8



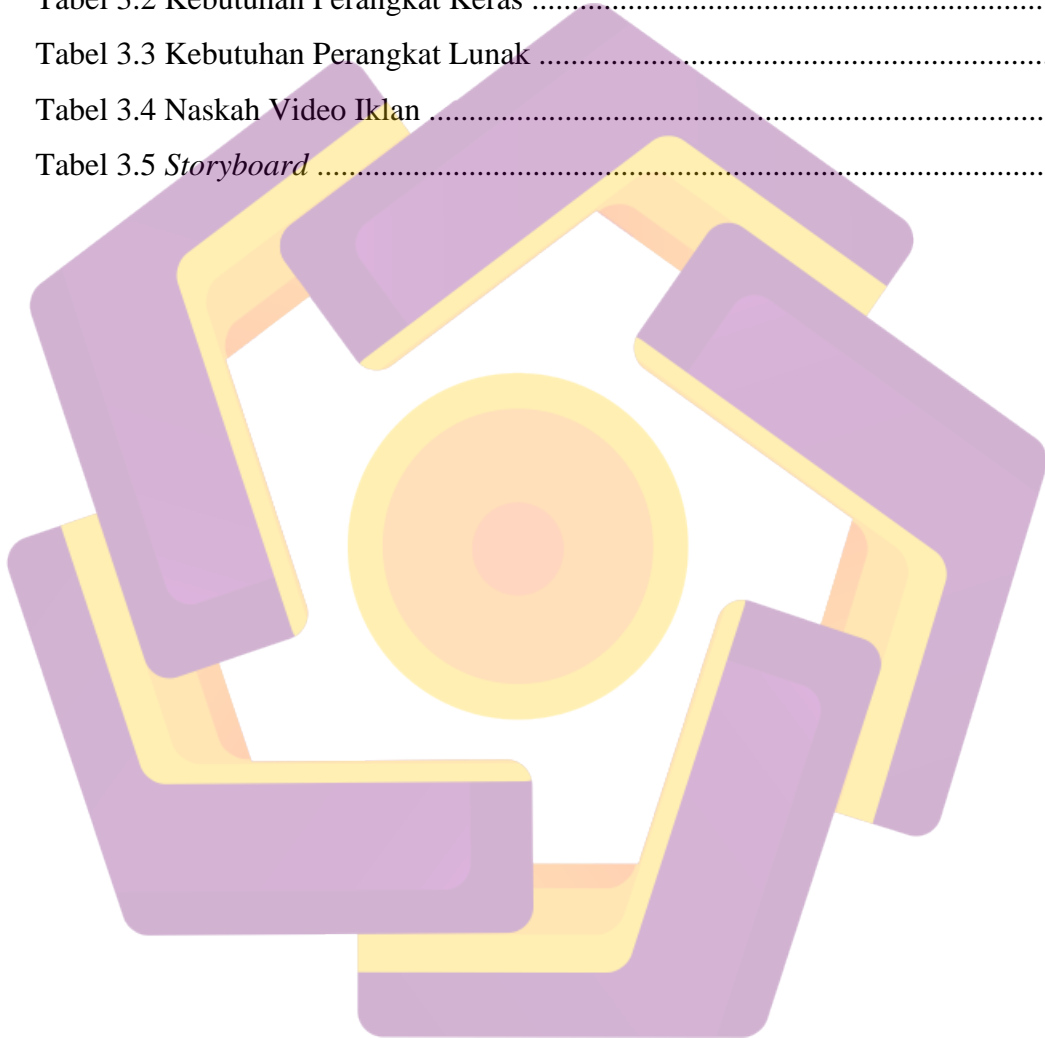
2.2.2	Elemen Multimedia .....	8
2.2.2.1	<i>Text</i> .....	8
2.2.2.2	<i>Image</i> .....	9
2.2.2.3	<i>Audio</i> .....	9
2.2.2.4	Video .....	9
2.2.2.5	Animasi .....	9
2.3	Iklan .....	10
2.3.1	Definisi Iklan .....	10
2.3.2	Jenis Iklan .....	10
2.3.2.1	Iklan Nasional .....	10
2.3.2.2	Iklan Lokal .....	11
2.3.2.3	Iklan Primer dan Selektif .....	11
2.3.3	Sejarah Periklanan Televisi .....	11
2.3.4	Tujuan Iklan .....	12
2.3.5	Strategi Pembuatan Iklan .....	12
2.4	Tahap Perancangan .....	13
2.4.1	Pra Produksi .....	13
2.4.1.1	Penentuan Ide Cerita .....	13
2.4.1.2	Pembuatan Naskah .....	14
2.4.1.3	Pembuatan Storyboard .....	14
2.5	Tahap Pengembangan .....	14
2.5.1	Produksi .....	14
2.5.1.1	Desain Objek .....	14
2.5.1.2	Perekaman Narasi dan Background .....	15
2.5.2	Pasca Produksi .....	15
2.5.2.1	<i>Editing</i> .....	15
2.5.2.2	<i>Compositing</i> .....	15
2.5.2.3	<i>Rendering</i> .....	16
2.6.	Tentang Animasi .....	16
2.6.1.	Animasi 3 Dimensi .....	16
2.6.2.	Animasi 2 Dimensi .....	16

2.6.3. <i>Freeform Animation</i> .....	17
2.7. Prinsip Animasi .....	17
2.7.1. <i>Timing</i> .....	17
2.7.2. <i>Staging</i> .....	18
2.7.3. <i>Solid Drawing</i> .....	18
2.7.4. <i>Straight Ahead Action and Pose to Pose</i> .....	18
2.7.5. <i>Follow Through and Overlapping Action</i> .....	18
2.7.6. <i>Secondary Action</i> .....	19
2.7.7. <i>Anticipation</i> .....	19
2.7.8. <i>Slow in – Slow out</i> .....	19
2.7.9. <i>Appeal</i> .....	20
2.7.10. <i>Squash and Stretch</i> .....	20
2.7.11. <i>Exaggeration</i> .....	21
2.7.12. <i>Arch</i> .....	21
2.8. Analisis SWOT .....	21
2.9. <i>Software</i> Pembuatan Iklan Televisi .....	22
2.9.1 Adobe After Effect CS6 .....	23
2.9.2 Adobe Photoshop CS6 .....	23
2.9.3 Sony Vegas Pro .....	23
2.9.4 Audacity .....	23
<b>BAB III. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>24</b>
3.1 Tinjauan Umum .....	24
3.1.1 Gambaran Umum Makaroni MAKROM .....	24
3.1.2 Logo Perusahaan .....	25
3.2 Analisis .....	25
3.2.1. Analisis SWOT .....	26
3.2.1.1. Kekuatan ( <i>Strength</i> ) .....	26
3.2.1.2. Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) .....	26
3.2.1.3. Peluang ( <i>Opportunities</i> ) .....	27
3.2.1.3. Ancaman ( <i>Threat</i> ) .....	27
3.3 Analisa Kebutuhan Sistem .....	28

3.3.1. Kebutuhan Perangkat Keras ( <i>Hardware</i> ) .....	28
3.3.2. Kebutuhan Perangkat Lunak ( <i>Software</i> ) .....	29
3.3.3. Kebutuhan <i>Brainware</i> .....	30
3.3.4. Kebutuhan Informasi .....	31
3.4 Studi Kelayakan Sistem .....	31
3.5 Tahap Perancangan .....	32
3.5.1 Tahap Pra Produksi .....	33
3.5.1.1. Penentuan Ide Cerita .....	33
3.5.1.2. Naskah Video Iklan .....	33
3.5.2.3 <i>Storyboard</i> .....	34
<b>BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Produksi .....	38
4.1.1 Pengambilan Video <i>Live Shot</i> .....	38
4.1.2 Pembuatan Asset 2D .....	39
4.1.3 Pembuatan Animasi .....	40
4.2 Pasca Produksi .....	50
4.2.1 <i>Editing</i> .....	50
4.2.2 <i>Compositing</i> .....	50
4.2.3 <i>Rendering</i> .....	51
4.3 Hasil Akhir Produk .....	53
4.4 Implementasi .....	54
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan ,, .....	55
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

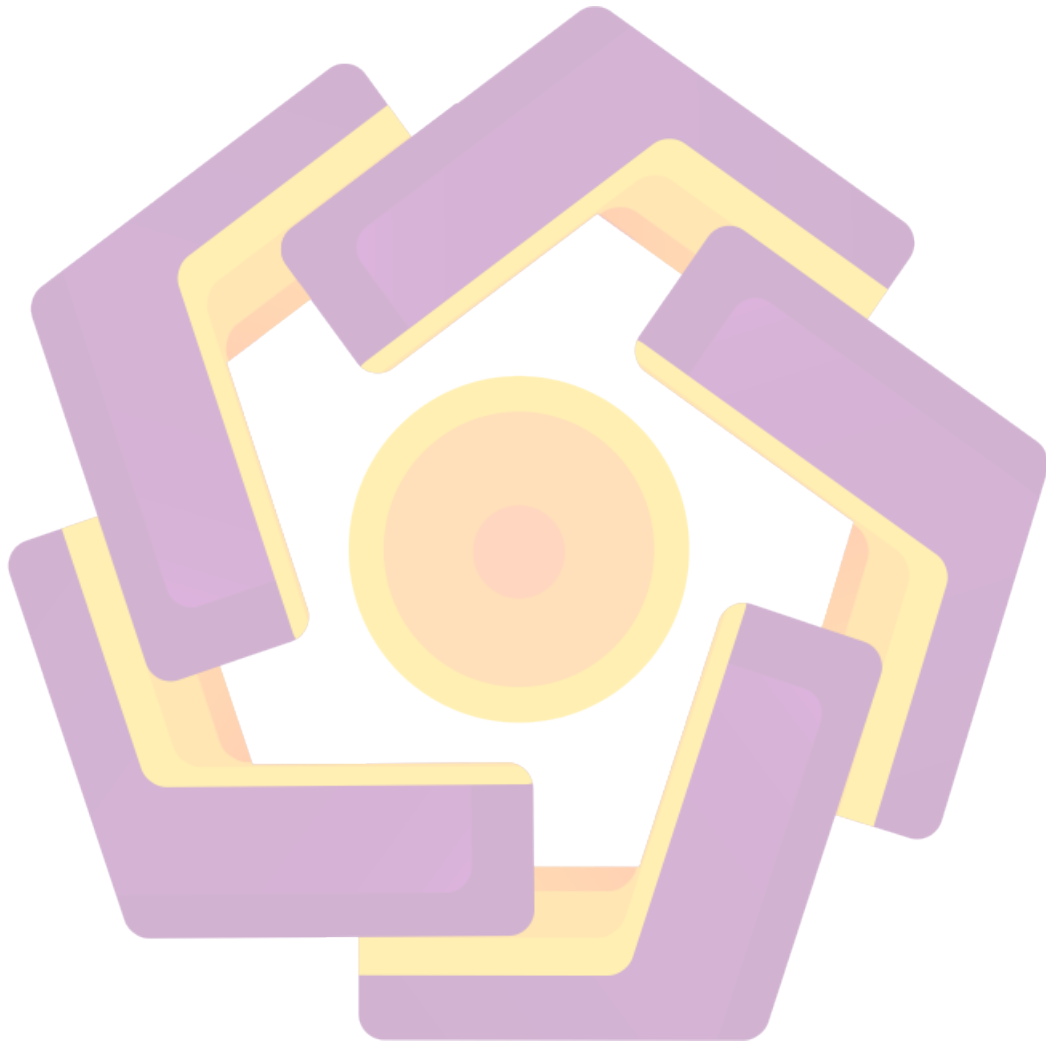
Tabel 2.1 Analisis SWOT .....	22
Tabel 3.1 Analisis SWOT MAKROM .....	27
Tabel 3.2 Kebutuhan Perangkat Keras .....	29
Tabel 3.3 Kebutuhan Perangkat Lunak .....	30
Tabel 3.4 Naskah Video Iklan .....	33
Tabel 3.5 <i>Storyboard</i> .....	34



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Timing</i> .....	18
Gambar 2.2 <i>Anticipation</i> .....	19
Gambar 2.3 <i>Slow In and Slow Out</i> .....	20
Gambar 2.4 <i>Squash and Stretch</i> .....	20
Gambar 2.5 <i>Exaggeration</i> .....	21
Gambar 3.1 Logo Perusahaan .....	25
Gambar 3.2 Alur Tahap Perancangan Iklan .....	32
Gambar 4.1 Tempat Pengambilan Gambar .....	38
Gambar 4.2 Membuat File Baru .....	39
Gambar 4.3 Membuat Objek dengan <i>Pen Tool</i> .....	40
Gambar 4.4 Menyimpan <i>File</i> .....	40
Gambar 4.5 <i>Import File</i> .....	41
Gambar 4.6 <i>Setting Composition</i> .....	41
Gambar 4.7 <i>Trim Path</i> .....	42
Gambar 4.8 <i>Motion Track</i> .....	43
Gambar 4.9 Mengatur Letak <i>Tracker</i> .....	43
Gambar 4.10 <i>Tracker Option</i> .....	44
Gambar 4.11 <i>Parenting Layer</i> .....	44
Gambar 4.12 <i>Scene 2</i> .....	45
Gambar 4.13 Membuat Animasi Dasar .....	45
Gambar 4.14 <i>Scene 4</i> .....	46
Gambar 4.15 Efek <i>Wrap</i> .....	47
Gambar 4.16 <i>Ray Trace 3D</i> .....	48
Gambar 4.17 <i>Extrusion Depth</i> .....	48
Gambar 4.18 <i>Masking Layer</i> .....	49
Gambar 4.19 <i>Editing Animasi</i> .....	50
Gambar 4.20 <i>Compositing Video</i> .....	51
Gambar 4.21 <i>Add to Render Queue</i> .....	51

Gambar 4.22 Memilih Extensi *File* .....52  
Gambar 4.23 Tombol *Render* .....53  
Gambar 4.24 *Preview Video* .....53



## INTISARI

Televisi adalah salah satu media komunikasi yang paling efektif dan efisien. Adanya iklan televisi memperbaiki keterbatasan penyiar radio dan kekakuan karakter iklan cetak. Selain itu, iklan televisi membuat jangkauan yang lebih luas dari penyiar dan membuat karakter menjadi hidup. Kelebihan televisi dari yang lain adalah kemampuannya untuk menyajikan beragam kebutuhan manusia, baik hiburan, informasi, maupun edukasi dengan hormat.

Televisi bisa dikatakan sebagai media yang efektif untuk melakukan quickward bisnis iklan. Fakta itu tak lepas dari karakter itu sendiri yang telah mewakili kemampuan realitas visual lebih natural, hingga iklan televisi seolah menjadi kenyataan yang mewakili citra 'dinamika masyarakat'.

Pada salah satu bukunya yang berjudul "Merancang Strategi Iklan Perusahaan Televisi Top Dunia", Prof. Dr. M. Suyanto menjadi inspirasi untuk melakukan penelitian pada produk makanan ringan makaroni Makrom dan mempertimbangkan strategi periklanan televisi yang tepat, efektif dan efisien. Dari terjemahan tersebut maka peneliti akan menyelidiki lebih lanjut tentang perancangan dan pembuatan iklan televisi makaroni Makrom.

**Kata Kunci :** Iklan Televisi, Makaroni Makrom, *Motion Graphic*, Animasi

## **ABSTRACT**

*Television is one of the most effective and efficient communication media. The existence of television advertisements improves the limitations of radio broadcasters and the rigidity of print advertising characters. In addition, television advertising makes a wider range of broadcasters and makes the characters come alive. The surplus of television from others is its ability to present a diverse range of human needs, both entertainment, information, and education with responsibility.*

*Television can be regarded as an effective medium to do a quickward advertising business. The fact that can not be separated from the character itself that has represented the ability of visual reality more natural, Until television advertising seems to be a reality that represents the image of 'community dynamics'.*

*In one of his books entitled "Designing Advertising Strategies for Top World Television Companies", Prof. Dr. M. Suyanto is an inspiration to do research on Macromar Macromony snack products and consider appropriate advertising strategies, effective and efficient. From these translations the researchers will investigate more about the design and manufacture of Makrom Macromony television commercials.*

**Keywords** : *Television Commercial, Makaroni Makrom, Motion Graphic, Animation.*