

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI BLACKSTAR CLOTHING
YOGYAKARTA BERBASIS MULTIMEDIA**

SKRIPSI



disusun oleh

Hari Prastiyanto

11.12.5995

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI BLACKSTAR CLOTHING
YOGYAKARTA BERBASIS MULTIMEDIA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Hari Prastiyanto

11.12.5995

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI BLACKSTAR CLOTHING
YOGYAKARTA BERBASIS MULTIMEDIA**

yang disusun oleh

Hari Prastiyanto

11.12.5995

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 November 2014

Dosen Pembimbing,

Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI BLACKSTAR CLOTHING
YOGYAKARTA BERBASIS MULTIMEDIA**

yang disusun oleh

Hari Prastiyanto

11.12.5995

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Januari 2016

Susunan Dewan Penguji

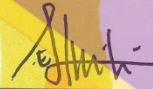
Nama Penguji

Erni Seniwati, M.Cs
NIK. 190302231

Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom
NIK. 190302047

Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 20 Januari 2016

KETUA STM IK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

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, 11 Februari 2016



Hari Prastyanto
11.12.5995

MOTTO

- "Bunuh mereka dengan kesuksesan kamu, kemudian kubur mereka dengan sebuah senyuman"
- "Jangan mencoba untuk menjadi sama, tetapi jadilah lebih baik"
- " Kewajiban kamu sebagai seorang anak adalah mengangkat harga diri keluarga"
- " Jangan bersedih ketika orang membicarakan kamu dibelakang, kamu harus bergembira karena kamu adalah orang yang didepan"
- "Bekerjalah bagaikan tak butuh uang. Mencintailah bagaikan tak pernah disakiti. Menarilah bagaikan tak seorang pun sedang menonton."
- "Hidup terarah dengan agama, hidup mudah dengan ilmu, dan hidup indah dengan seni. "
- "Hasil tidak akan pernah mengkhianati prosesnya "

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karuniaNYA, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, Serta tak lupa shalawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku Bapak Margo dan Ibu Sawitri yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga besar OLkru (11.S1SI09) yang selalu saling menyemangati dan telah menjadi teman serta sahabat selama kuliah di STMIK AMIKOM Yogyakarta
3. Dan seluruh pihak yang sudah membantu saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terutama untuk youtube saya ucapkan **TERIMAKASIH.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada setiap hamba-Nya dan tak lupa sholawat serta salam kepada junjungan Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata-1 Jurusan Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi yang berjudul *Pembuatan Iklan Televisi Blackstar Clothing Yogyakarta Berbasis Multimedia* ", dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak saran, bantuan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, MM, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Ibu dan Bapak tercinta, kakak, adik dan sahabat-sahabat yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dorongan kepada penulis.
5. Teman-teman Kelas S1SI09 yang telah berjuang bersama selama ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pengembangan pada bidang multimedia.

Yogyakarta, 11 Febuari 2016

Penulis,



Hari Prastiyanto

DAFTAR ISI

COVER	I
HALAMAN PERSETUJUAN.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN.....	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
INTISARI.....	XVI
<i>ABSTRACT</i>	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Metode Penelitian	3
1.5.1 Metode pengumpulan Data.....	3
1.5.1 Metode Analisis.....	3
1.5.2 Metode Perancangan	3
1.5.3 Metode Pengembangan.....	4
1.5.4 Metode Testing.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Iklan	7
2.2.1 Pengertian Iklan.....	7
2.2.2 Jenis-Jenis Iklan.....	7
2.2.3 Fungsi dan Tujuan Iklan.....	8

2.2.4	Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi.....	11
2.2.5	Manajemen Periklanan	12
2.3	Strategi perancangan Iklan Televisi	13
2.3.1	Strategi Menetapkan Audien Sasaran.....	13
2.3.2	Strategi Pembidikan Pasar Dan Penentuan Posisi	13
2.3.3	Strategi Mencari Keunggulan Produk	14
2.3.4	Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi	14
2.3.5	Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi.....	14
2.3.6	Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan Televisi	14
2.3.7	Strategi Merancang Slogan, Logo, dan Simbol Dalam Eksekusi Pesan Iklan Televisi	15
2.3.8	Strategi Merancang Naskah Dan Storyboard Iklan Televisi	15
2.3.9	Strategi Memproduksi Iklan Televisi	15
2.4	Teknik Pengambilan Gambar.....	16
2.4.1	Pengambilan Gambar (<i>camera angel</i>).....	16
2.4.2	Bidikan Kamera (<i>shoot</i>).	19
2.4.3	Gerakan Pada Kamera	21
2.5	Merekam Suara	22
2.6	Motion Tracking	23
2.7	Software yang digunakan.....	27
2.7.1	Adobe Premiere Pro CS6.....	27
2.7.2	Adobe After Effect CS6	28
2.7.3	Adobe Audition CS6	28
2.7.4	CorelDRAW X6	29
2.7.5	Canon EOS 600D	30
BAB III ANALISI DAN PERANCANGAN SISTEM		32
3.1	Tinjauan Umum	32
3.2	Analisis.....	32
3.2.1	Analisi SWOT	32
3.2.1.1	Kekuatan (Strengths).....	33
3.2.1.2	Kelemahan (Weakness).....	34

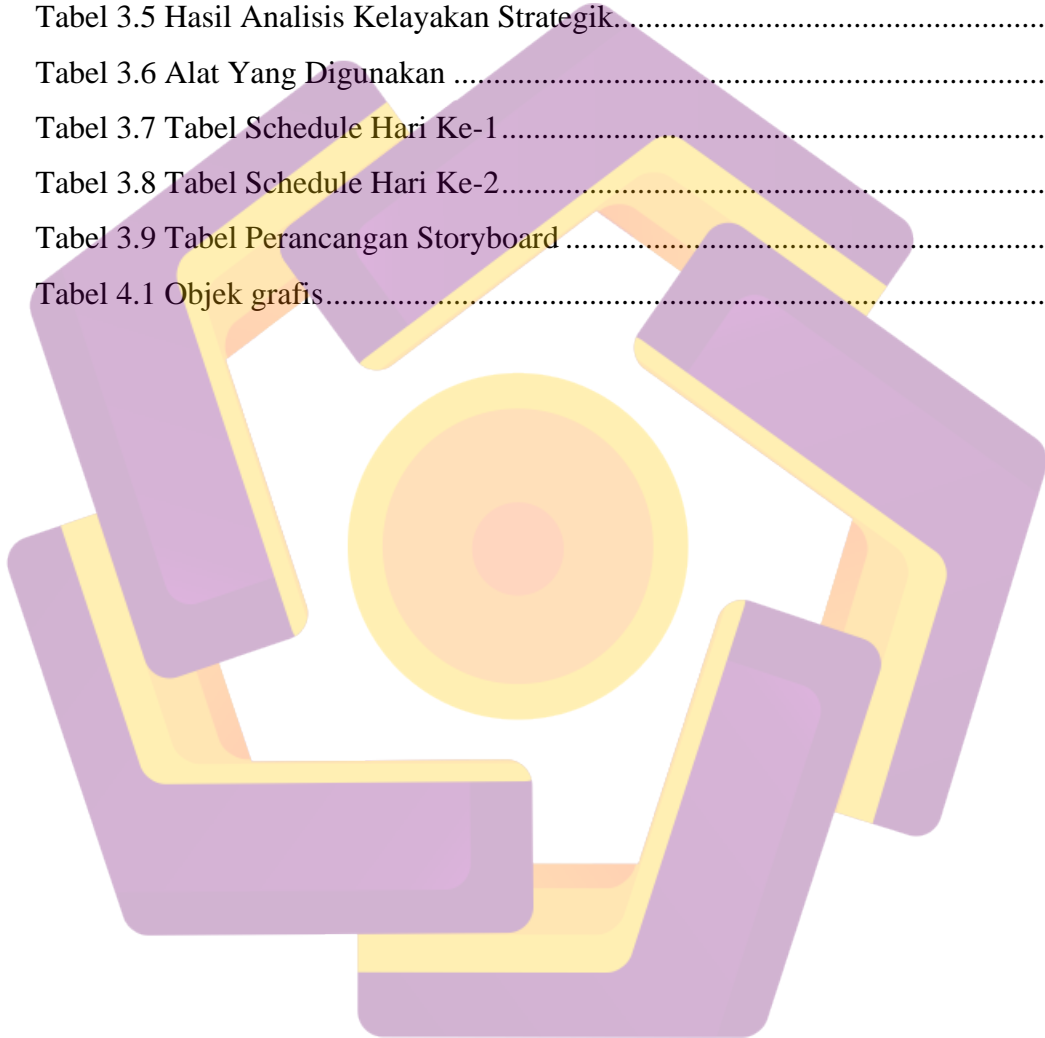
3.2.1.3	Peluang (Opportunities)	35
3.2.1.4	Ancaman (Threats)	35
3.2.2	Analisis Kebutuhan	36
3.2.2.1	Kebutuhan Perangkat Lunak Informasi	36
3.2.2.2	Kebutuhan Perangkat Keras	37
3.2.2.3	Kebutuhan Perangkat Lunak	37
3.2.2.4	Kebutuhan Brainware	37
3.3	Perancangan Video Iklan	38
3.3.1	Rancangan konsep Video Iklan	38
3.3.2	Kelayakan Ekonomi	39
3.3.3	Kelayakan Operasional	40
3.3.4	Kelayakan Hukum	41
3.3.5	Kelayakan Jadwal	42
3.3.6	Kelayakan Strategik	42
3.4	Tahap Pra Produksi	43
3.4.1	Perancangan Ide Cerita	44
3.4.2	Persiapan Alat Yang digunakan	44
3.4.3	Perancangan Naskah Iklan	45
3.4.5	Perancangan Storyboard	50
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Implementasi	54
4.2	Produksi	54
4.2.1	Skema Pembuatan Video	54
4.2.2	Pengambilan Gambar	55
4.2.3	Editing Video	57
4.2.3.1	Pembuatan Desain Grafis	57
4.2.3.2	Rekaman Narasi dan Editing Backsound	59
4.2.3.3	Pembuatan Efek Vidio di After Effect	62
4.2.3.4	Penggabungan Video,audio dan Proses Rendering di Premiere Pro .	72
4.2.3	<i>Rendering</i>	74
4.3	Pembahasan	76

BAB V PENUTUP.....	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

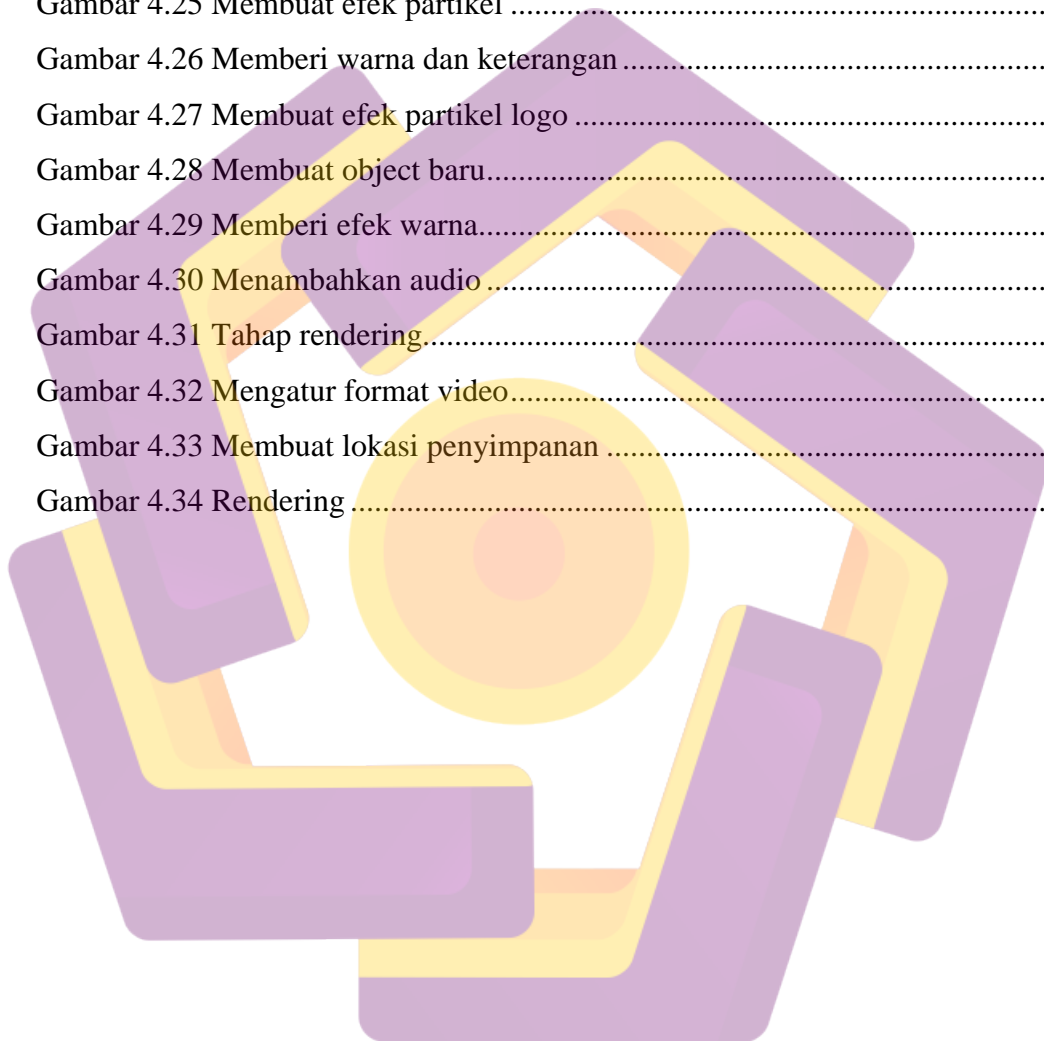
Tabel 3.1 Hasil Analisis Kelayakan Teknis	38
Tabel 3.2 Hasil Analisis Kelayakan Operasional.....	40
Tabel 3.3 Hasil Analisis Kelayakan Hukum.....	41
Tabel 3.4 Hasil Analisis Kelayakan Jadwal.....	42
Tabel 3.5 Hasil Analisis Kelayakan Strategik.....	43
Tabel 3.6 Alat Yang Digunakan	44
Tabel 3.7 Tabel Schedule Hari Ke-1.....	48
Tabel 3.8 Tabel Schedule Hari Ke-2.....	49
Tabel 3.9 Tabel Perancangan Storyboard	50
Tabel 4.1 Objek grafis.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajemen Periklanan	13
Gambar 2.2 <i>Bird Eye View</i>	17
Gambar 2.3 <i>High Angle</i>	17
Gambar 2.4 <i>Low Angel</i>	18
Gambar 2.5 <i>Eye Level</i>	18
Gambar 2.6 <i>Frog Level</i>	19
Gambar 2.7 Tampilan Adobe Premiere Pro CS6.....	27
Gambar 2.8 Tampilan Adobe After Effect CS6.....	28
Gambar 2.9 Tampilan Adobe Audition CS6.....	29
Gambar 2.10 Tampilan CorelDRAW X6.....	30
Gambar 2.11 Tampilan Kamera Canon EOS 600D.....	31
Gambar 4.1 Skema Pembuatan Video	54
Gambar 4.2 Kamera Canon EOS 600D	55
Gambar 4.3 Tripord.....	55
Gambar 4.4 Memory	56
Gambar 4.5 Lighting.....	56
Gambar 4.6 Ruang Greenscreen	56
Gambar 4.7 Toko Blackstar	57
Gambar 4.8 Membuat Dokumen Baru	57
Gambar 4.9 Membuat objek dengan Pen Tool.....	58
Gambar 4.10 Lokasi Penyimpanan	58
Gambar 4. 11 Hasil rekaman mentah.....	60
Gambar 4.12 Capture noise print	61
Gambar 4.13 Efek noise reduction.....	61
Gambar 4.14 Proses noise reduction.....	62
Gambar 4.15 Hasil akhir rekaman narasi.....	62
Gambar 4.16 Membuat Compotition baru	63
Gambar 4.17 Membuat lokasi penyimpanan	64
Gambar 4.18 Mengimport file	64
Gambar 4.19 Mendrag file ke jendele timeline.....	65

Gambar 4.20 Menghilangkan background greenscreen.....	65
Gambar 4.21 Membuat Background.....	66
Gambar 4.22 Membuat Logo Pembuka	66
Gambar 4.23 Membuat motion tracking	68
Gambar 4.24 Membuat motion tracking	68
Gambar 4.25 Membuat efek partikel	70
Gambar 4.26 Memberi warna dan keterangan	70
Gambar 4.27 Membuat efek partikel logo	71
Gambar 4.28 Membuat object baru.....	72
Gambar 4.29 Memberi efek warna.....	73
Gambar 4.30 Menambahkan audio	73
Gambar 4.31 Tahap rendering.....	74
Gambar 4.32 Mengatur format video.....	75
Gambar 4.33 Membuat lokasi penyimpanan	75
Gambar 4.34 Rendering	76



INTISARI

Multimedia adalah media paling disukai oleh masyarakat dalam menyampaikan informasi karena paling menarik minat seseorang. Semua orang dapat memahami apa yang disampaikan melalui multimedia karena dalam multi media terdapat gambar, teks, animasi, audio dan video.

Semua orang tidak dapat terlepas dari pakaian terutama kalangan anak muda atau remaja. Black Star Clothing Yogyakarta adalah merek pakaian dalam negeri yang memproduksi pakaian untuk anak muda atau remaja. Penyampaian informasi pada Black Star Clothing Yogyakarta sudah melalui media sosial namun belum terlanjur menunjang penjualan. Disini Iklan dibuat semenarik mungkin untuk menarik minat konsumen.

Iklan dibuat untuk menarik minat konsumen karena disini sebagian besar konsumen adalah remaja atau mahasiswa. Iklan yang mengandung unsur multimedia ini diharapkan menarik minat konsumen karena konsumen biasanya lebih menyukai penyampaian informasi mengandung unsur multimedia. Sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli produk Black Star Clothing Yogyakarta.

Kata kunci : Multimedia, Black Star Clothing Yogyakarta, Informasi, Iklan



ABSTRACT

Multimedia is most favored by the public media in conveying information because most attract someone. Everyone can understand what is delivered through multimedia for the multi-media embedded graphics, text, animation, audio and video.

Everyone can not be separated from the clothes, especially among young children or teenagers. Black Star Clothing Yogyakarta is a domestic clothing brand that produces clothing for young children or teenagers. Submission of information on the Black Star Clothing Yogyakarta has been through social media but have not terlau penjualan support. Here Advertising made as attractive as possible to attract customers.

Ads are created to attract customers because here most of the customers are teenagers or college students. Ads that contain multimedia elements is expected to attract consumer interest because consumers typically prefer an element of multimedia information delivery. So that consumers would be interested in buying the product Black Star Clothing Yogyakarta.

Keywords: Multimedia, Black Star ClothingYogyakrta, Information, Advertising

