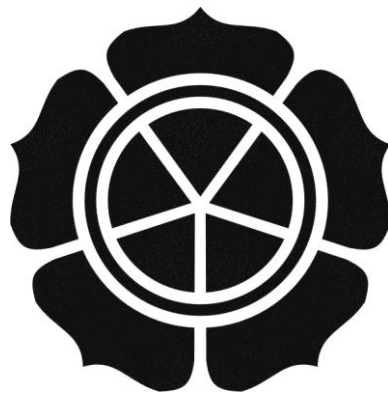


**PERANCANGAN TVC (*TELEVISION COMMERCIAL*) SEBAGAI MEDIA
PROMOSI TOKO JASMINE CAKERY**

SKRIPSI



disusun oleh

Akbar Pradipta

11.12.5954

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

**PERANCANGAN TVC (*TELEVISION COMMERCIAL*) SEBAGAI MEDIA
PROMOSI TOKO JASMINE CAKERY**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Akbar Pradipta

11.12.5954

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN TVC (*TELEVISION COMMERCIAL*) SEBAGAI
MEDIA PROMOSI TOKO JASMINE CAKERY**

yang di susun oleh

Akbar Pradipta

11.12.5954

telah di setujui oleh Dosen Pembimbing Sekripsi
Pada tanggal 31 Oktober 2014

Dosen Pembimbing



Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN TVC (*TELEVISION COMMERCIAL*) SEBAGAI
MEDIA PROMOSI TOKO JASMINE CAKERY**

yang di susun oleh

Akbar Pradipta

11.12.5954

telah dipertahankan di Dewan Penguji

Pada tanggal 30 Juni 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

M. Rudyanto Arief, MT
NIK. 190302098

Robert Marco, MT
NIK. 190302228

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 12 Agustus 2015

KETUA STMIK 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, 25 Agustus 2015


Akbar Praoctia
NIM. 11.12.5954



MOTTO

- "Jadikan agama menjadi alasan ketika akan melangkah. "

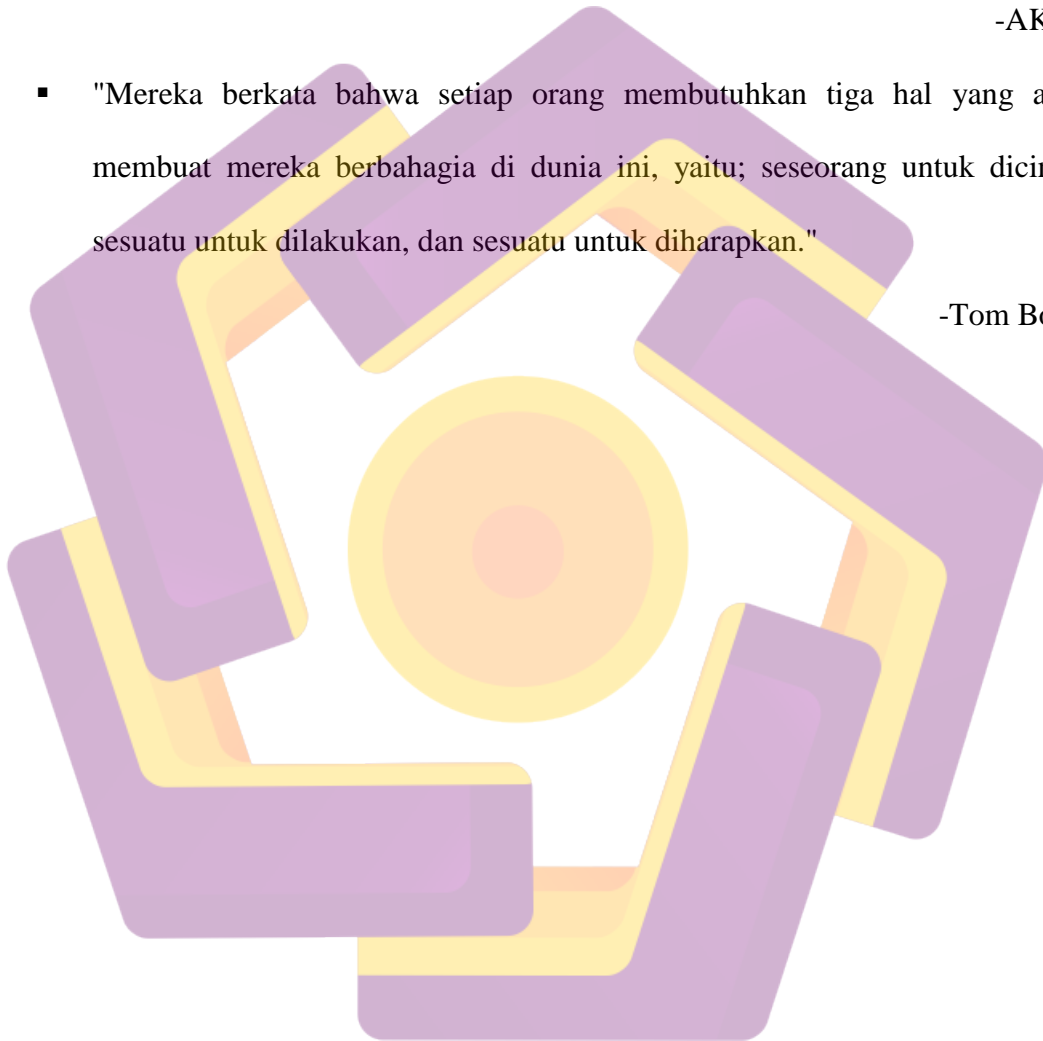
-AKBR

- "Lakukan yang terpusing dan positif. "

-AKBR

- "Mereka berkata bahwa setiap orang membutuhkan tiga hal yang akan membuat mereka berbahagia di dunia ini, yaitu; seseorang untuk dicintai, sesuatu untuk dilakukan, dan sesuatu untuk diharapkan."

-Tom Bodet



PERSEMBAHAN

Segala puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, anugerah, kesehatan, rezeki, ilmu, kelancaran dan *keajaiban* dalam pengerjaan skripsi ini.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi Bapak dan keluarga. Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas samapai kapanpun. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan keluarga bangga. Terima kasih yang tak terhingga buat kalian .

Buat temen-temen SI09, terima kasih banget atas semua yang udah kita jalanin. Banyak banget kebersamaan yang kita jalanin. **KALIAN LUAR BIASA**

Yang jelas, terima kasih buat semua yang sudah mendukung dan membantu, maaf mungkin tidak bisa disebutkan satu per satu. Kalian selalu aku ingat dan selalu jadi teman, sahabat dan keluarga. *Terimakasih semuanya :)*

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 "*TVC (TELEVISION COMMERCIAL) Sebagai Media Promosi Toko Jasmine Cakery*", dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Tonny Hidayat, 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. Bapak 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.

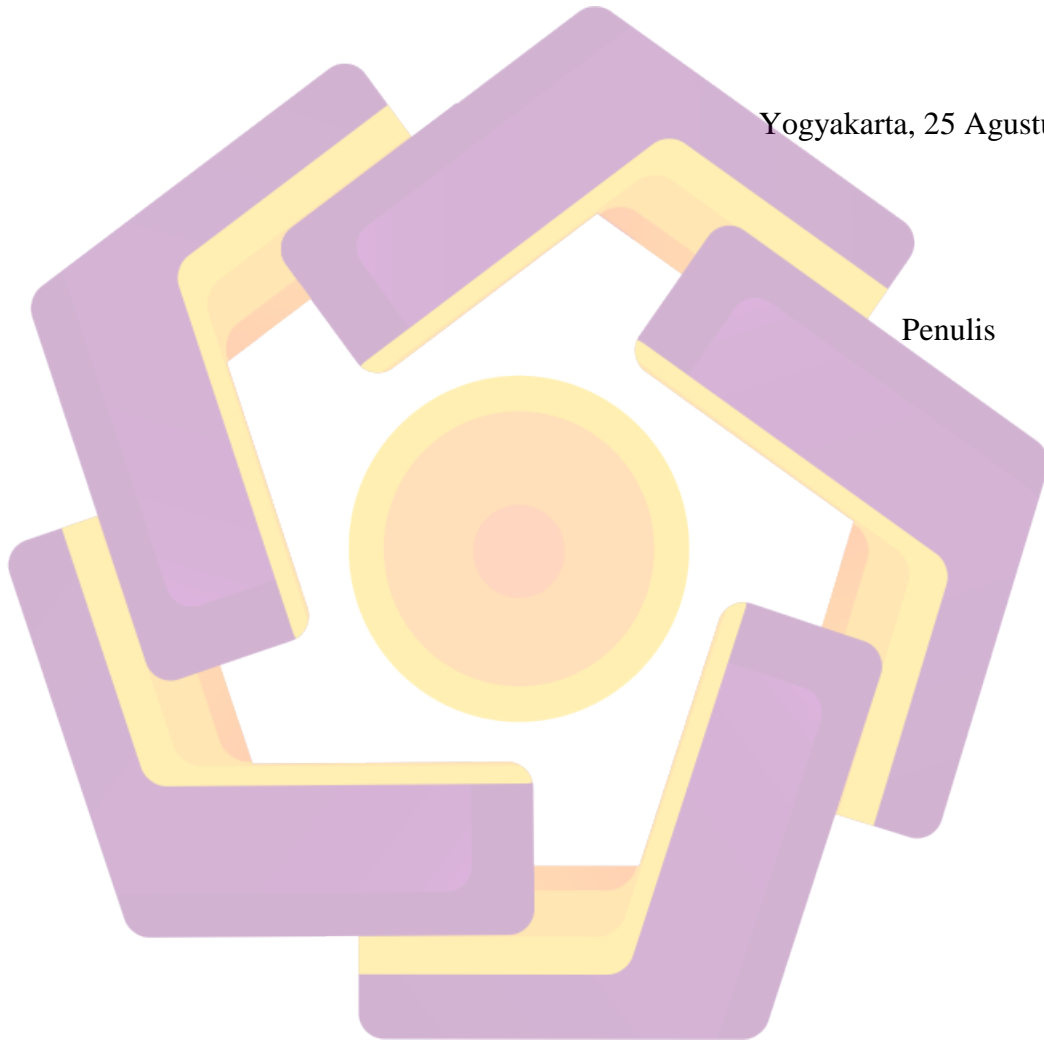
Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu saran dan

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, 25 Agustus 2015

Penulis



DAFTAR ISI

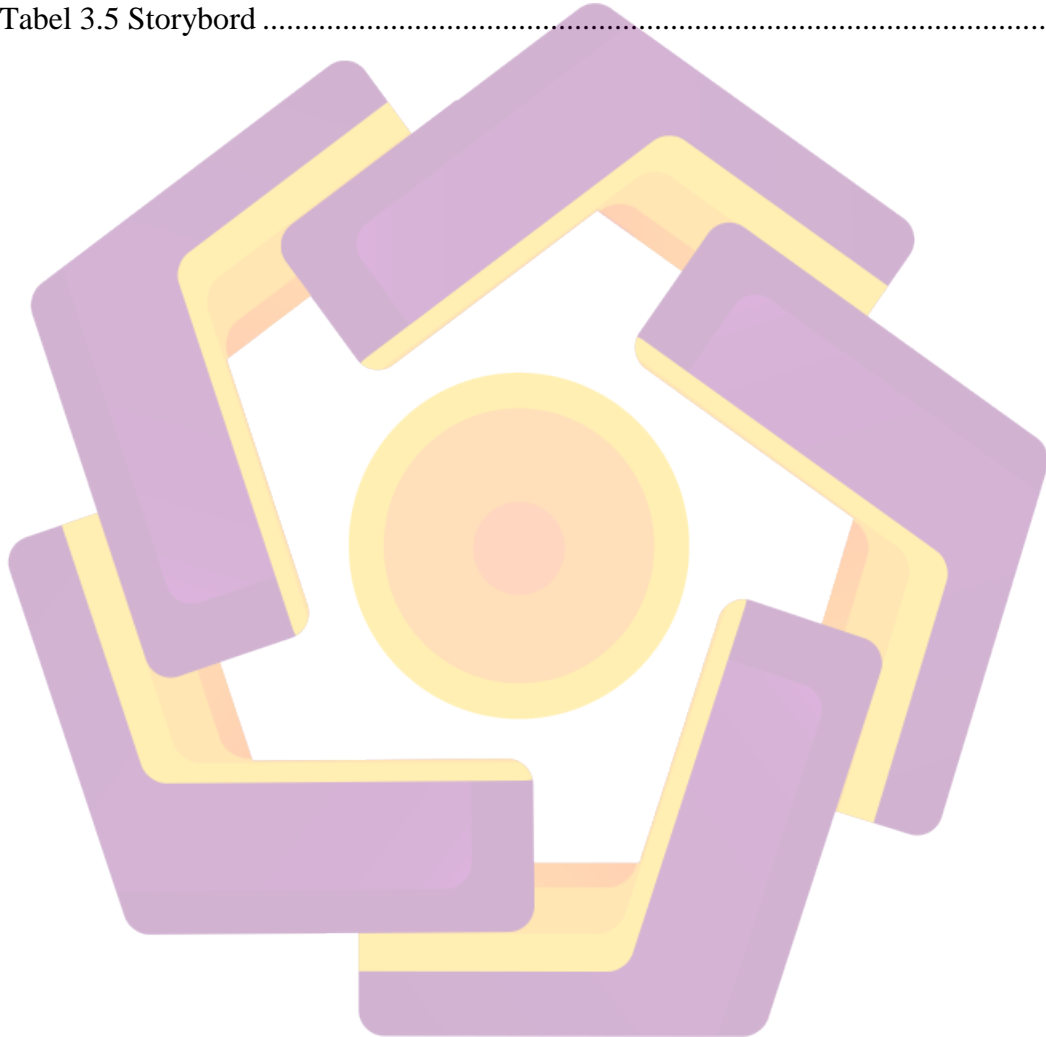
COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4.1 Maksud Penelitian	3
1.4.2 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metodologi Penelitian	3
1.6.1 Metode Observasi.....	3
1.6.2 Metode Analisis	4
1.6.3 Metode Interview	4
1.6.3 Metode Kepustakaan.....	4
1.6.3 Metode Pengembangan	4
1.6.3 Metode Testing.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka.....	6

2.1.1 Pengertian Iklan	7
2.1.2 Jenis-Jenis Iklan	8
2.1.3 Fungsi dan Tujuan iklan.....	9
2.1.4 Kelebihan dan Kelemahan IklanTelevisi	11
2.1.5 Proses Periklanan	12
2.2 Animasi	17
2.3 Motion Graphic	17
2.4 Strategi Perancangan Iklan di Televisi	18
2.4.1 Strategi Menetapkan Audien Sasaran.	18
2.4.2 Strategi Merancang Ide Kreatif.	18
2.4.3 Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Pada Iklan.	18
2.4.4 Strtegi merancang Gaya Eksekusi Pesan Ikan Televisi.....	18
2.4.5 Strategi Merancang Slogan, Logo dan Simbol.....	18
2.4.6 Strategi Merancang Naskah Iklan Televisi.	19
2.4.7 Stretegi Memproduksi Iklan Televisi.....	19
2.5 Petralatan Editing dan Peralatan Pengambilan Gambar.....	19
2.5.1 Laptop	19
2.5.2 Kamera DSLR.....	20
2.6 Tehnik Pengambilan Gambar.....	21
2.6.1 Pengambilan Gambar (<i>Camera Angle</i>) :.....	21
2.6.2 Bidikan Kamera	23
2.6.3 Pergerakan Kmera.....	25
2.7 Format File Video	27
2.8 Tim Dalam Pembuatan Iklan	27
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	29
3.1 Gambaran Umum.....	29
3.1.1 Jasmine Cakery	29
3.1.2 Visi dan Misi.....	30
3.1.3 Struktur organisasi Jasmine Cakery	30
3.1.4 Lokai tempat Jasmine cakery	31
3.1.5 Gambaran Umum Media Promosi Yang Sudah Digunakan	32
3.1.6 Identifikasi Masalah.....	32
3.2 Analisis SWOT	33
3.2.1 Hasil Analisis SWOT.....	33

3.3 Analisis Kebutuhan System	36
3.3.1 Kebutuhan Perangkat Keras	37
3.3.2 Kebutuhan Perangkat Lunak	37
3.4 Kebutuhan Pengguna	37
3.4.1 Analisis Kelayakan Sistem.....	38
3.4.2 Analisis kelayakan Teknologi	38
3.4.3 Analisis kelayakan Hukum	38
3.4.4 Analisis Kelayakan Operasional	39
3.4.5 Kelayakan Ekonomi	39
3.5 Perancangan	40
3.5.1 Perancangan Ide Cerita	40
3.5.2 Rancangan Naskah Cerita	41
3.5.3 Storybord.....	42
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Implementasi.....	46
4.2 Produksi	46
4.2.1 Skema Pembuatan Video	46
4.2.2 Pengambilan Gambar	47
4.2.3 Mengedit Audio Narasi dan Backgroun Sound.....	49
4.2.4 Pembuatan Motion Graphic	51
4.2.5 Perpindahan Frame.....	61
4.2.6 Composition Master	62
4.2.7 Rendering	63
4.3 Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67
Daftar Pustaka.....	68

DAFTAR TABEL

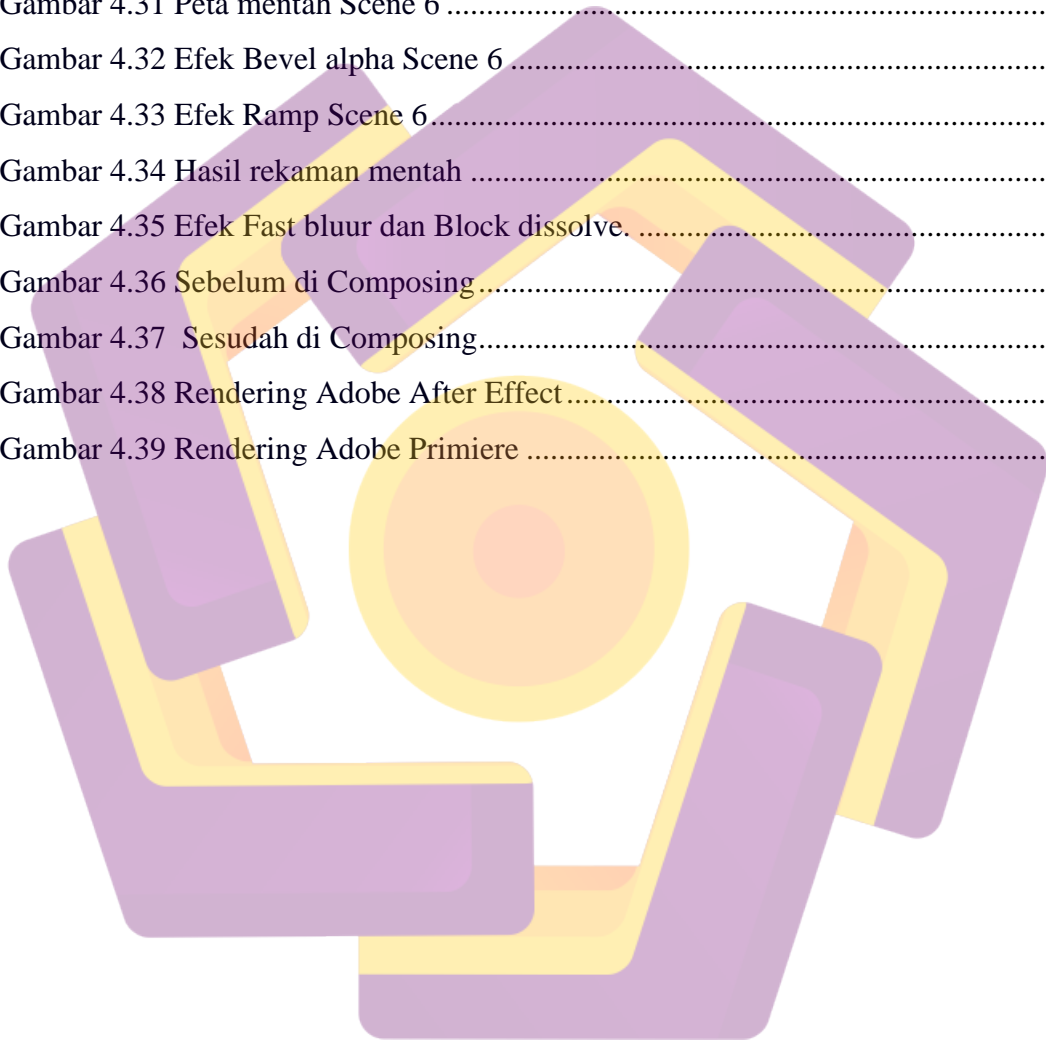
Tabel 3.1 Lokasi Jasmine Cakery	31
Tabel 3.2 Analisis Kelayakan Operasional.....	39
Tabel 3.3 Rincian Biaya Produksi	40
Tabel 3.4 Penayangan Iklan.....	40
Tabel 3.5 Storybord	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Pekerjaan.....	12
Gambar 2.2 High Angle.....	21
Gambar 2.3 Eye Level	22
Gambar 2.4 Low Angle	22
Gambar 2.5 Frog Level.....	22
Gambar 4.1 Skema Pembuatan Video.....	46
Gambar 4.2 Kamera Canon EOS 1100D.....	47
Gambar 4.3 Lensa Canon EOS 1100D.....	47
Gambar 4.4 Tripod.....	48
Gambar 4.5 Lighting.....	48
Gambar 4.6 Pengambilan.....	49
Gambar 4.7 Hasil rekaman mentah	50
Gambar 4.8 Capture noise print.....	50
Gambar 4.9 Efek noise reduction	50
Gambar 4.10 Proses Noise reduction.....	51
Gambar 4.11 Hasil akhir rekaman narasi	51
Gambar 4.12 Tampilan pengaturan Composition After Effect.....	52
Gambar 4.13 Import File	52
Gambar 4.14 Tampilan Scene 1.....	53
Gambar 4.15 Hasil rekaman mentah scene 2.....	53
Gambar 4.16 Efek color key scene 2	54
Gambar 4.17 Brightness&contrast scene 2.....	54
Gambar 4.18 Efek Matte Choker scene 2.....	54
Gambar 4.19 Hasil rekaman mentah Scene 3	55
Gambar 4.20 Efek Color key Scene 3	55
Gambar 4.21 Efek Brightness&contrast Scene 3.....	56
Gambar 4.22 Efek Matte Choker Scene	56
Gambar 4.23 Hasil Rekaman mentah Scene 4.....	57
Gambar 4.24 Efek Color cey Scene 4.....	57
Gambar 4.25 Efek Brightness&contrast Scene 4.....	57

Gambar 4.26 Efek Matte Choker Scene 4	58
Gambar 4.27 Hasil rekaman mentah Scene 5	58
Gambar 4.28 Efek Color cey Scene 5.....	59
Gambar 4.29 Efek Brightness&contrast Scene 5.....	59
Gambar 4.30 Efek Matte Choker Scene	59
Gambar 4.31 Peta mentah Scene 6	60
Gambar 4.32 Efek Bevel alpha Scene 6	60
Gambar 4.33 Efek Ramp Scene 6.....	61
Gambar 4.34 Hasil rekaman mentah	61
Gambar 4.35 Efek Fast blur dan Block dissolve.....	62
Gambar 4.36 Sebelum di Composing.....	62
Gambar 4.37 Sesudah di Composing.....	63
Gambar 4.38 Rendering Adobe After Effect.....	63
Gambar 4.39 Rendering Adobe Premiere	64



INTISARI

Jasmine Cakery merupakan toko roti yang pertama kali berdiri di Yogyakarta pada tahun 2007, tanggal 2 Agustus, berlokasi di Jl. Monjali no 199 B Yogyakarta. Jasmine Cakery menjual berbagai macam roti seperti cake, kue kering, taart, kue tradisional dan masih banyak lagi. Dan disini media promosi yang digunakan menggunakan koran, radio, web, banner yang di rasa masih kurang optimal.

Peneliti mencoba menganalisa pokok-pokok permasalahan yang terjadi pada Jasmine Cakery dan mencoba memberikan Solusi agar media publikasi lebih optimal dengan dibuatkan iklan televisi. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data, metode analisis berupa SWOT, dan perancangan iklan menggunakan *storyboard*. Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap finishing berupa *rendering* dan *distributing*.

Media promosi berupa video iklan ini bertujuan untuk mempromosikan dan memperkenalkan Jasmine Cakery 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, promosi, video, multimedia, Jasmine Cakery

ABSTRAK

Al Jasmine Cakery is a bakery that was first established in Yogyakarta in 2007 , on August 2 , located at No. 199 B Jl.monjali Yogyakarta . Jasmine Cakery selling various kinds of bread like cake , pastries , taart , cakes trdisonaldan more. And here a media campaign that used using newspapers , radio , web , bener which in a sense is still less than optimal

Researchers tried to analyze the problem issues that occur in Jasmine Cakery and try to provide solutions that optimally with a media publication created for television advertising . Researchers used data collection methods, methods such as SWOT analysis , and design of advertising using the storyboard . Researchers using methods developed by the stages of production which includes the manufacture of images to animate the image . After that, the next model of the post- production phase which includes a review of the results of editing , sound effects giving up finishing stages such as rendering and distributing .

. Media campaign in the form of video advertising aims to promote and introduce Jasmine Cakery to the general public . In addition, advertising can attract the senses and interests , because it is a combination of many media such as images , sounds , and text , so that the company can deliver multimedia information about the company well .