

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN EASTERN KOPI  
TM SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Widiyanto**

**11.11.5065**

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2015**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN EASTERN KOPI  
TM SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

**Widiyanto**

**11.11.5065**

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2015**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN EASTERN KOPI  
TM SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Widiyanto**

**11.11.5065**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 07 Mei 2015

**Dosen Pembimbing,**



**Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng**  
**NIK. 190302105**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN EASTERN KOPI  
TM SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang disusun oleh

**Widiyanto**

**11.11.5065**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 November 2015

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng.**  
**NIK. 190302105**

**Kusnawi, S.Kom, M. Eng.**  
**NIK.190302112**

**Andi Sunyoto, M.Kom.**  
**NIK.190302052**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 7 Desember 2015

**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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 8 Desember 2015

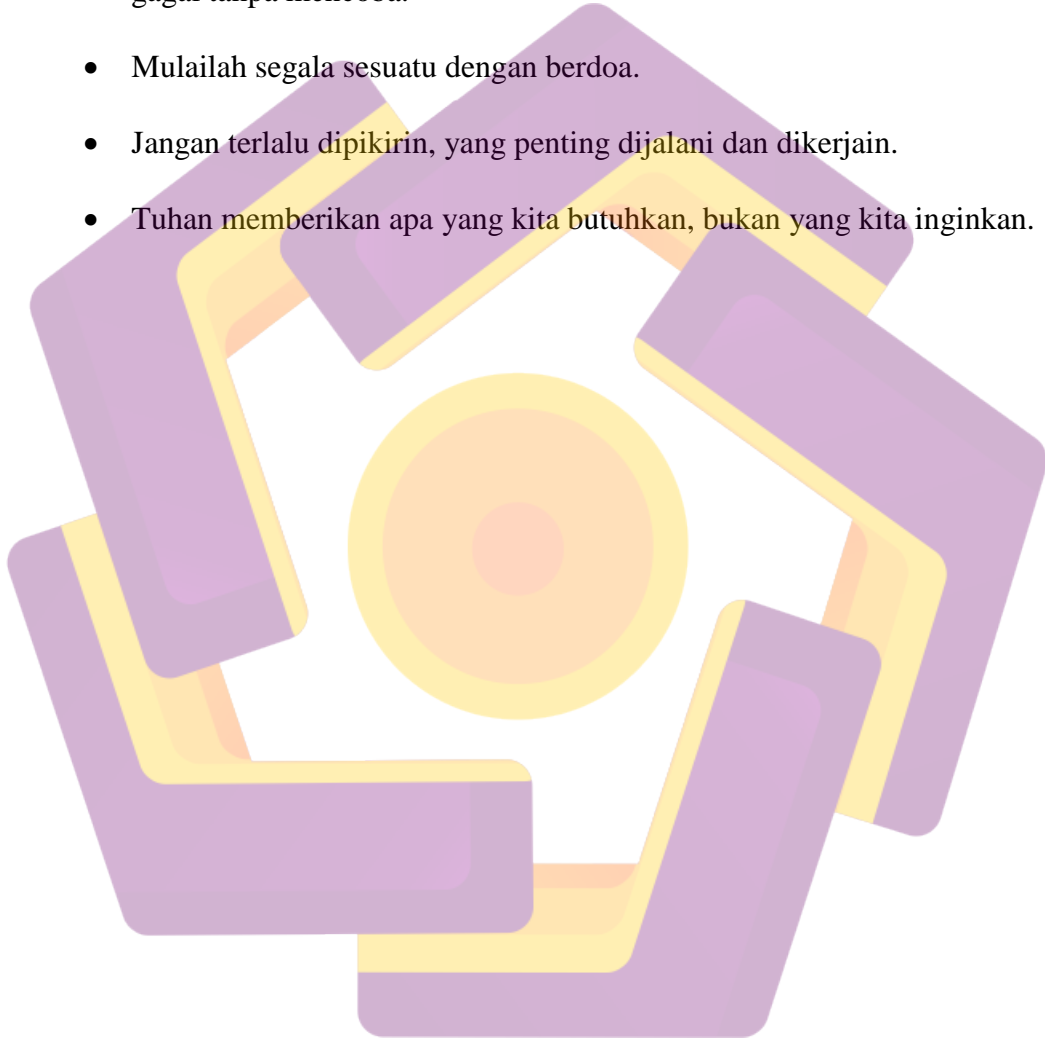


Widiyanto

NIM. 11.11.5065

## MOTTO

- Usaha dan berdoa adalah kunci sukses dalam berjuang.
- Jangan pernah takut gagal, kegagalan dalam mencoba lebih baik dari pada gagal tanpa mencoba.
- Mulailah segala sesuatu dengan berdoa.
- Jangan terlalu dipikirin, yang penting dijalani dan dikerjain.
- Tuhan memberikan apa yang kita butuhkan, bukan yang kita inginkan.





## PERSEMBAHAN

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah swt. Tuhan semesta alam, karena hanya dengan rida-nya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. dengan ini saya persembahkan karya kecil ini untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku, Bapak Wiyono dan Alm. Ibu Sadiyah, yang selalu memberikan do'a dan motivasi kepada saya.
3. Dosen pembimbing saya Pak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng. yang telah membantu, memberikan pengarahan, memberikan kemudahan dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Sahabat-sahabatku Andri Yulio Artanto, Patria Nusa Nanta, Shendy Nugrogo, Leni Nirwana, Wida, Idham Arif, Nandar Naro, Ziki. terima kasih banyak atas semua hal yang telah kalian berikan.
5. Terimakasih untuk seseorang yang sudah memberi motivasi kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini, yaa walaupun sekarang gak tau dimana dia berada.
6. Terimakasih kepada Eastern Kopi Tm selaku tempat observasi atau penelitian dari skripsi saya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Teman – teman seperjuangan angkatan 2011, khususnya S1-TI-07 sudah 4 tahun berjuang bersama akhirnya berpisah juga untuk melangkah ketahap hidup selanjutnya semoga kita sukses semua amin.

## KATA PENGANTAR

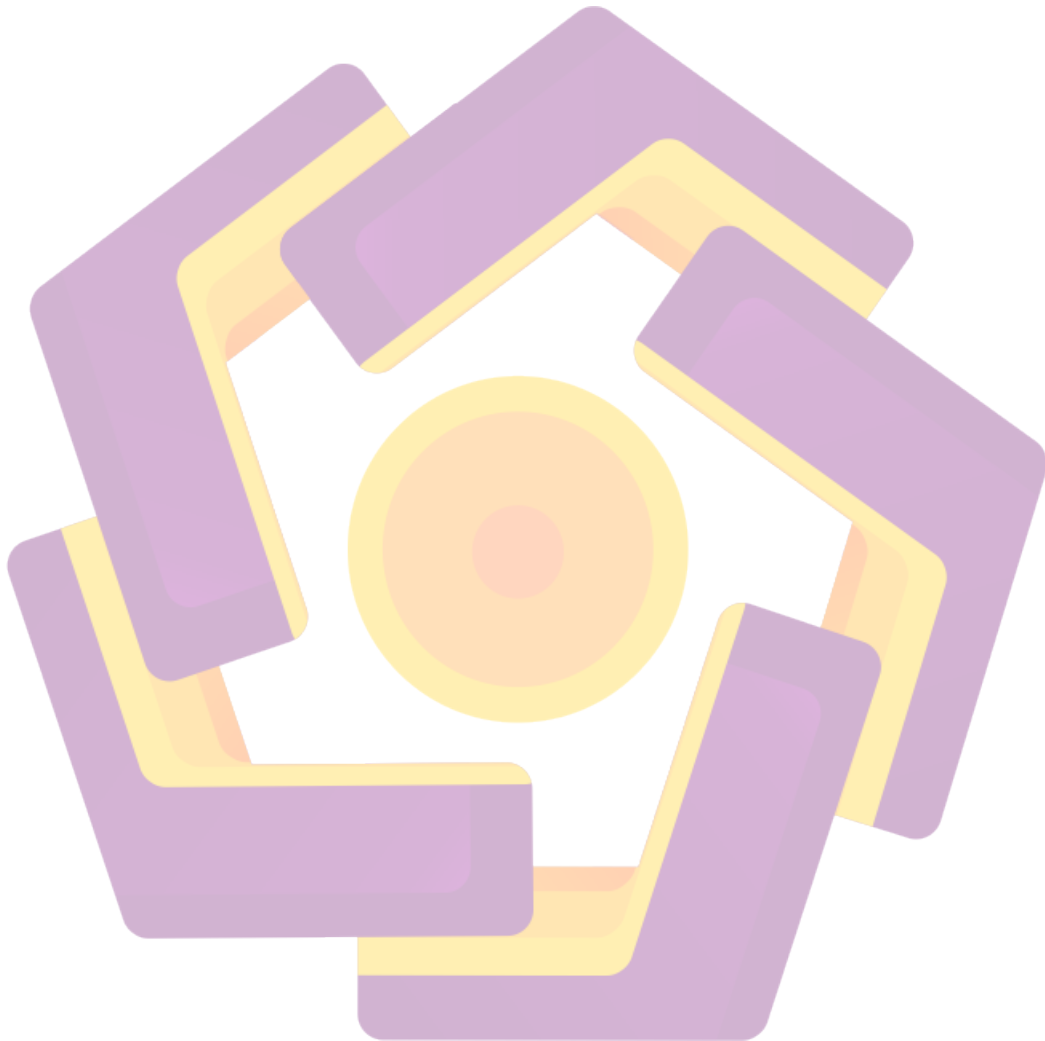
Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah Nya serta shalawat dan salam penulis curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sehingga skripsi ini yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Eastern Kopi Tm Sebagai Media Promosi” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala – kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Suyanto, MM, selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, MT, selaku ketua jurusan STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng. selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Kedua orang tua saya yang tidak henti – hentinya memberikan dukungan baik secara moril maupun materi, dan doa yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.



5. Eastern Kopi Tm, yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.



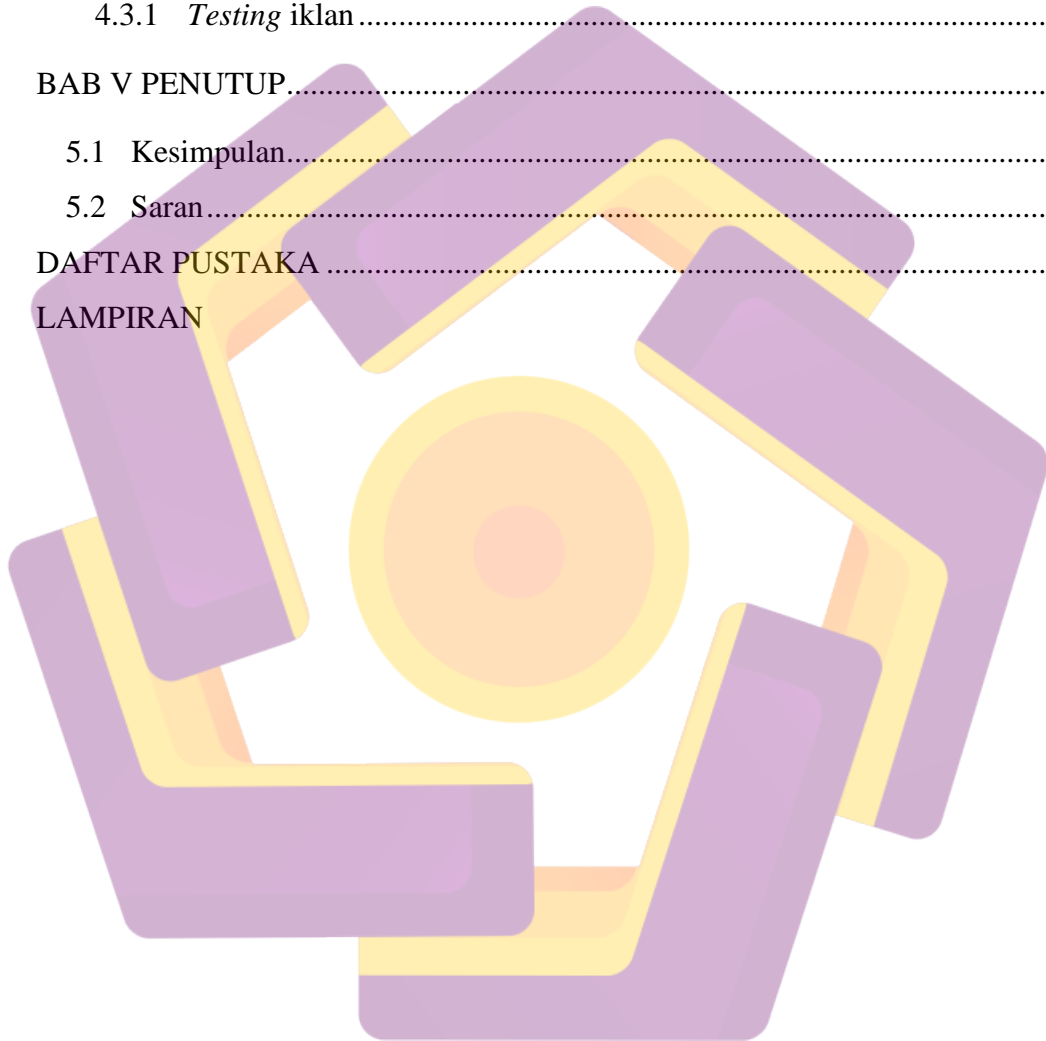
## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
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 .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.2 Metode Analisis.....	4
1.5.3 Metode Perancangan Iklan.....	4
1.5.4 Metode <i>Testing</i> .....	5
1.5.5 Memproduksi iklan .....	5
1.5.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.2 Multimedia .....	7

2.2.1	Pengertian Multimedia .....	7
2.2.2	Elemen Multimedia .....	8
2.3	Periklanan .....	10
2.3.1	Pengertian Iklan .....	10
2.3.2	Tujuan Iklan .....	10
2.4	<i>Hyperlapse</i> .....	11
2.4.1	Pengertian <i>Hyperlapse</i> .....	11
2.5	<i>Motion Graphics</i> .....	12
2.5.1	Pengertian <i>Motion Graphics</i> .....	12
2.5.2	Karakteristik <i>Motion Graphics</i> .....	13
2.6	Alat yang di Gunakan .....	14
2.7	Teknik Pngambilan Gambar .....	15
2.7.1	<i>Camera angle</i> (Sudut Pengambilan Gambar) .....	15
2.7.2	<i>Moving Camera</i> (Gerakan Kamera) .....	16
2.7.3	Teknik Bidikan Kamera .....	18
2.8	Lensa .....	23
2.8.1	Jenis-Jenis Lensa .....	23
2.9	Jenis-jenis Video .....	24
2.9.1	Standar Rekam Video .....	25
2.9.2	Standar Format File Video .....	26
2.10	Metode Analisis .....	27
2.10.1	Analisi SWOT .....	27
2.10.2	Analisis Kebutuhan .....	29
2.11	Memproduksi Iklan .....	30
2.11.1	<i>Tahap Pra</i> Produksi .....	30
2.11.2	Tahap Produksi .....	30
2.11.3	<i>Tahap Pasca</i> Produksi .....	30
2.12	Prinsip Dasar Menulis Naskah Iklan Televisi .....	31
2.13	<i>Storyboard</i> .....	31

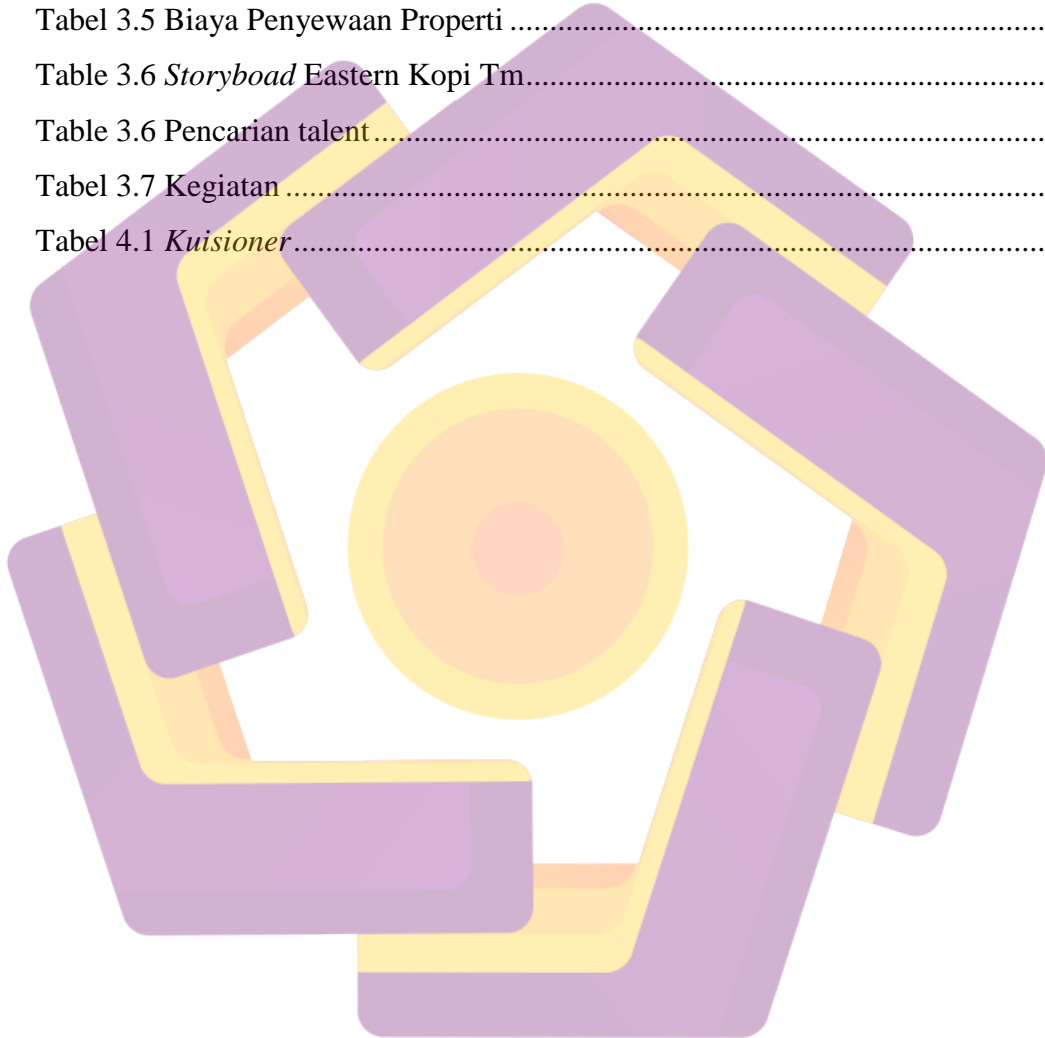
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....	32
3.1 Tinjauan Umum Perusahaan .....	32
3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	32
3.1.2 Promosi Yang Sekarang Dilakukan .....	33
3.2 Analisis Masalah .....	33
3.2.1 Identifikasi Masalah .....	33
3.2.2 Rumusan/Kesimpulan dari permasalahan yang dihadapi.....	34
3.2.3 Solusi yang Dapat Diterapkan.....	34
3.3 Tahapan Analisis .....	35
3.3.1 Analisis S.W.O.T .....	35
3.3.2 Analisis Kebutuhan .....	36
3.3.3 Analisis Biaya dan Manfaat .....	39
3.4 Analisis Studi Kelayakan .....	42
3.4.1 Analisis Kelayakan Teknologi .....	42
3.4.2 Analisis Kelayakan Hukum.....	42
3.5 Perancangan Video Iklan .....	42
3.5.1 Informasi Penayangan Iklan.....	42
3.5.2 Perancangan Ide Cerita.....	43
3.6 Naskah Dan Storyboard Eastern Kopi TM .....	43
3.6.1 Naskah .....	43
3.6.2 <i>Storyboard</i> Eastern Kopi Tm .....	47
3.7 Pencarian Pemain ( <i>Casting Talent</i> ).....	50
3.8 Lokasi .....	51
3.9 Rencana Kegiatan Shooting .....	52
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....	54
4.1 Implementasi .....	54
4.2 Alur Produksi .....	54
4.2.1 Tahap <i>Pra</i> Produksi.....	54
4.2.2 Tahap Produksi.....	55

4.2.3 Tahap <i>Pasca</i> Produksi.....	60
4.2.4 Penggabungan Narasi dan Video Final .....	71
4.2.5 <i>Rendering</i> .....	71
4.2.6 Hasil Akhir.....	72
4.3 Pembahasan.....	73
4.3.1 <i>Testing</i> iklan.....	74
BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 3 SWOT / SWOT <i>Matriks</i> .....	29
Tabel 3.1Tabel SWOT (Eastern Kopi Tm) .....	35
Tabel 3.3 Spesifikasi Perangkat (Keras <i>Hardware</i> ).....	38
Tabel 3.4 Rincian Biaya Produksi.....	40
Tabel 3.5 Biaya Penyewaan Properti .....	40
Table 3.6 <i>Storyboard</i> Eastern Kopi Tm.....	47
Table 3.6 Pencarian talent.....	51
Tabel 3.7 Kegiatan .....	53
Tabel 4.1 <i>Kuisiонер</i> .....	74

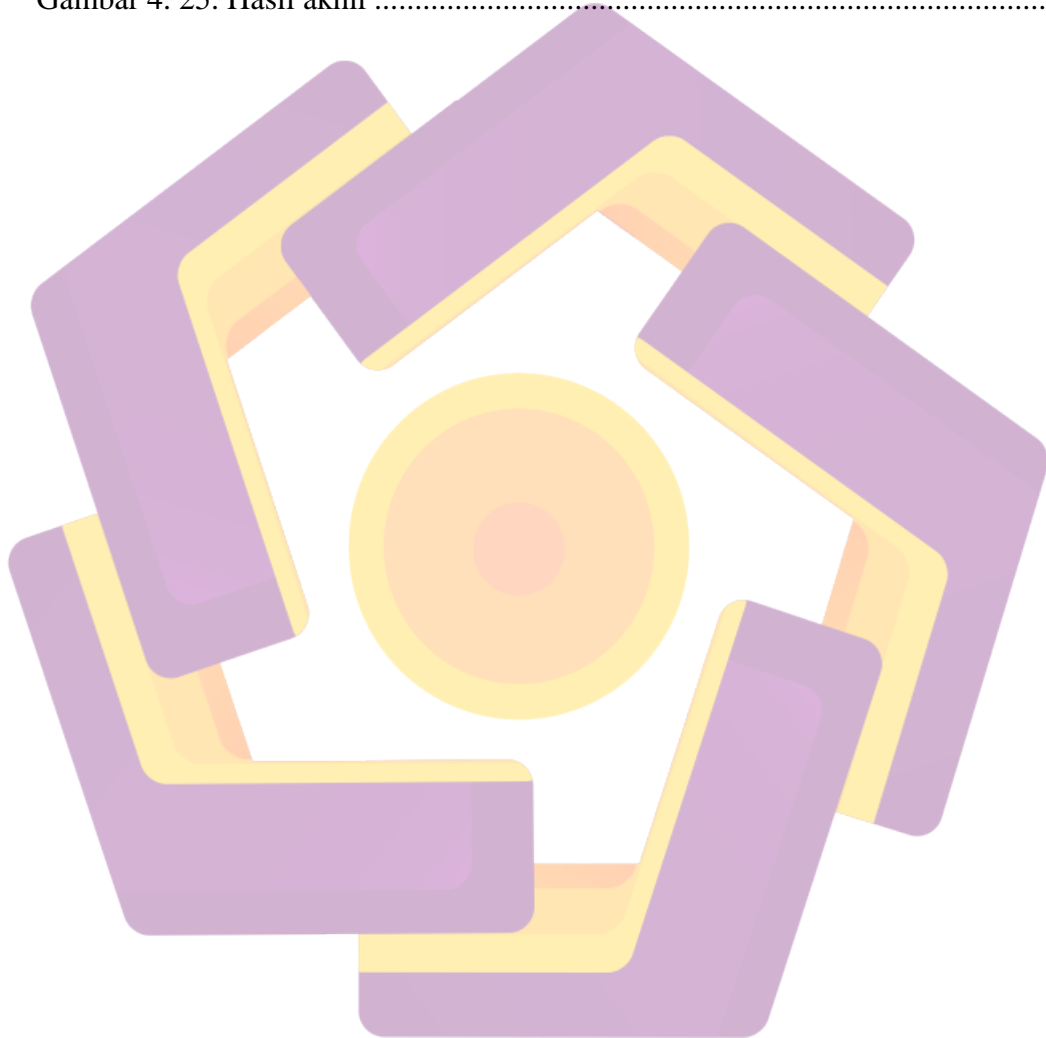




## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia .....	8
Gambar 2.2 Contoh <i>Hyperlapse</i> .....	12
Gambar 2.3 Contoh <i>Motion Graphics</i> .....	13
Gambar 2.3 Sudut Pengambilan Gambar .....	15
Gambar 2.4 Contoh <i>Close Up (CU)</i> .....	18
Gambar 2.5 Contoh <i>Medium Close Up (CU)</i> .....	19
Gambar 2.6 Contoh <i>Medium Shot</i> .....	19
Gambar 2.7 Contoh <i>Shot (LS)</i> .....	20
Gambar 2.8 Contoh <i>Extreme Close Up (ECU)</i> .....	20
Gambar 2.9 Contoh Gambar <i>Cut In</i> .....	21
Gambar 2.10 Contoh <i>Over The Shoulder Shot (OSS)</i> .....	21
Gambar 2.11 Contoh Gambar <i>Point Of View Shoot (POV)</i> .....	22
Gambar 2.12 Contoh Gambar <i>Two Shot</i> .....	22
Gambar 3.1 Cuplikan Naskah .....	46
Gambar 4.1 <i>Scene 1</i> .....	56
Gambar 4.2 <i>Scane 3</i> .....	56
Gambar 4.3 <i>Scane 5</i> .....	57
Gambar 4.4 <i>Capture Scane 11</i> .....	58
Gambar 4.5 Proses pemilihan <i>file</i> .....	59
Gambar 4.6 Proses rekaman narasi .....	59
Gambar 4.7 <i>New squence</i> .....	60
Gambar 4.8 Proses penggabungan video .....	61
Gambar 4.9 Jendela <i>project</i> .....	61
Gambar 4.10 Konfigurasi Komposisi .....	62
Gambar 4.11 <i>Import Foto</i> .....	63
Gambar 4.12 <i>Compotition hyperlapse</i> .....	63
Gambar 4.13 <i>Collor corection</i> .....	64
Gambar 4.17 Pembuatan desain pita .....	67
Gambar 4.18 Konfigurasi Komposisi .....	68
Gambar 4.19 Penganimasian desain pita .....	68

Gambar 4.20 Penerapan <i>motion graphic</i> dengan <i>hyperlapse</i> .....	69
Gambar 4.21 <i>Collor corection</i> .....	70
Gambar 4.22 Pengeditan <i>Sound</i> Narasi.....	71
Gambar 4.23 Editing Penggabungan Narasi Dan Video.....	71
Gambar 4. 24. Proses <i>Rendering</i> .....	72
Gambar 4. 25. Hasil akhir .....	73



## INTISARI

Eastern Kopi Tm merupakan perusahaan yang baru berdiri sejak oktober 2014 di kota yogyakarta. Usaha ini bergerak dalam bidang kuliner yang menyajikan hidangan-hidangan Asian favorit dengan variasi menu yang sangat beragam. yang menjadi masalah utama yaitu masih banyak dari masyarakat yang belum mengetahui Eastern Kopi Tm, karena Sejauh ini promosi yang di lakukan hanya sebatas penerapan media promosi tradisional yakni dari mulut kemulut hingga media cetak , Dalam usaha mempromosikan menggunakan media cetak dan tradisional tentu hasil yang didapat tentu masih kurang maksimal.

Pada Skripsi ini, peneliti mencoba untuk menganalisis pokok-pokok permasalahan yang ada, Menggunakan metode penelitian yang meliputi metode pengumpulan data, metode analisis dan metode perancangan iklan. metode ini di maksudkan agar dapat lebih mudah dalam merancang sebuah video iklan televisi sebagai media promosi.

media promosi yang di terapkan yaitu video iklan televisi, dengan menerapkan metode promosi menggunakan video, di harapkan lebih mampu menjadi media informasi dan mempermudah dalam hal penyampaian, memperkenalkan, dapat membantu menambah nilai jual dan menambah kekuatan dalam bersaing.

**Kata Kunci:** Eastern Kopi Tm, Iklan Televisi.

## **ABSTRACT**

*Eastern Kopi Tm is a newly established company since October 2014 in the city of Yogyakarta. This venture is engaged in culinary serving favorite Asian dishes with a variety of very diverse menu.*

*the main problem is still a lot of people who do not know the Eastern Kopi Tm, as far as this promotion will be undertaken only limited application of media promotion of traditional namely from mouth to mouth until the print media alone, In an effort to promote the use of print media and traditional of the results obtained would still be less than the maximum.*

*In this thesis, the researcher tried to analyze the problem issues that exist, using research methods that include data collection methods, methods of analysis and design methods of advertising. These methods are intended to be easier to design a television advertisement video as a promotional medium.*

*media campaign implemented, namely video television commercials, by applying the method of using the promotional video, in hope the more capable of being a medium of information and ease in terms of delivery, introduce, can help add value and increase the competitive strength.*

**Keyword:** *Eastern Kopi Tm, Television Advertising.*