

**PERANCANGAN IKLAN “OMAH TENTREM” MENGGUNAKAN  
TEKNIK LIVE SHOOTING DAN ANIMASI 3D**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Rangga Prasetya Adhi**

**09.12.4118**

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

**PERANCANGAN IKLAN “OMAH TENTREM” MENGGUNAKAN  
TEKNIK LIVE SHOOTING DAN ANIMASI 3D**

**SKRIPSI**

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



**disusun oleh**

**Rangga Prasetya Adhi**

**09.12.4118**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IKLAN “OMAH TENTREM” MENGGUNAKAN  
TEKNIK LIVE SHOOTING DAN ANIMASI 3D**

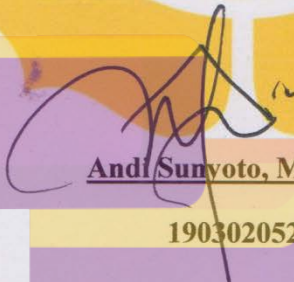
yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rangga Prasetya Adhi**

**09.12.4118**

telah disetujui oleh oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 8 September 2014

**Dosen Pembimbing,**

  
**Andi Sunyoto, M.Kom.**

**190302052**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IKLAN “OMAH TENTREM” MENGGUNAKAN  
TEKNIK LIVE SHOOTING DAN ANIMASI 3D**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rangga Prasetya Adhi**

**09.12.4118**

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
pada tanggal 12 Mei 2015

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

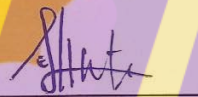
**Andi Sunyoto, M.Kom.**  
190302052



**Sudarmawan, MT.**  
190302035



**Erni Seniwati, M.Cs.**  
190302231



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 20 Mei 2015

**KETUA STMIK AMIROM 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, 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.

Yogyakarta, 20 Mei 2015



Rangga Prasetya Adhi

09.12.4118

## MOTTO

❖ Ucap basmalah sebelum memulai, ucap hamdalah begitu selesai

❖ "Wahai *orang-orang* yang beriman, Mohonlah pertolongan dengan *sabar* dan shalat. *Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.*" (Al Baqarah : 153)

❖ "Cukup Allah sebagai penolong kami dan Dia adalah sebaik-baiknya Pelindung." (QS. Ali Imran:173)

❖ Kematian ilmu pengetahuan ialah ketika ia hanya menjadi ilmu pengetahuan itu sendiri

❖ Hanya waktu yang bisa menjawab investasi sebuah perjuangan

❖ The future starts today, not tomorrow

❖ Dalam sebuah perjuangan tidak ada yang namanya kegagalan yang ada hanya pelajaran

❖ Bersyukur adalah kunci kebahagiaan

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah* *robbil 'alamin*, Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT atas terselesainya skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ♣ Allah SWT, satu-satu tempat meminta dan pemberi pertolongan.  
Terima kasih ya Allah
- ♣ Kedua orang tua *dankedua kakakku*, Mba Diant dan Mas Gege yang senantiasa memberikan dukungan baik materil maupun moril.  
Terimakasih untuk bapak dan ibu yang telah menjaga saya dengan doa doanya.
- ♣ Bapak M. Suyanto, Prof. Dr, M.M., selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- ♣ Bapak Drs, Bambang Sudaryanto, M.M., selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- ♣ Bapak Andi Sunyoto M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan selama proses penyusunan laporan skripsi ini hingga selesai.
- ♣ Tim penguji, segenap dosen dan karyawan STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kritik dan sarannya.
- ♣ Mas Robie, Kenny, Endah, Pak Hendri yang telah membantu proses shuting berlangsung.
- ♣ *Keluarga Omah Tentrem*, Pak Hendri, Pak Bayu, Endah, Arum.

- ♣ Teman-Teman Yayasan Lentera Sahabat Mas Robie, Bayu, Addemo, Santi, Anna, Kenny, Sarah dan Relawan-Relawan Yayasan Lentera Sahabat yang sudah memberikan semangat serta bantuannya untuk terselesaikannya skripsi ini.
- ♣ Mba Upi yang sudah bantu ngebimbing penyelesaian skripsi ini.
- ♣ Anak-anak kos yang sudah duluan meninggalkan saya dan lulus duluan, Bambang, Harry, Dona dan anak2 kos yang masih berada dikosan, Nindar, Burhan, Iwan, Dolly.
- ♣ Kepada Keluarga SI 09 yang sangat gokil, terima kasih atas bantuannya selama proses kuliah di amikom dan yang telah lulus duluan, kalian luar biasa.
- ♣ Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penyusunan laporan skripsi ini.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik walaupun disadari banyak sekali kekurangan yang itu semua tidak lepas karena keterbatasan penulis.

Penyusunan skripsi yang dimaksud ini diharapkan dapat menjadi solusi konkrit untuk kendala yang dihadapi *Omah Tentrem* sesuai dengan penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh penulis. Adapun laporan skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan Strata Satu (S1) jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, dan juga memohon maaf jika dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan laporan skripsi ini terdapat kesalahan atau hal yang kurang berkenan. Besar harapan penulis agar laporan skripsi ini dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya. Akhir kata, penulis ucapkan sukses untuk kita semua.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 11 Mei 2014

**Rangga Prasetya Adhi**  
**09.12.4118**

## DAFTAR ISI

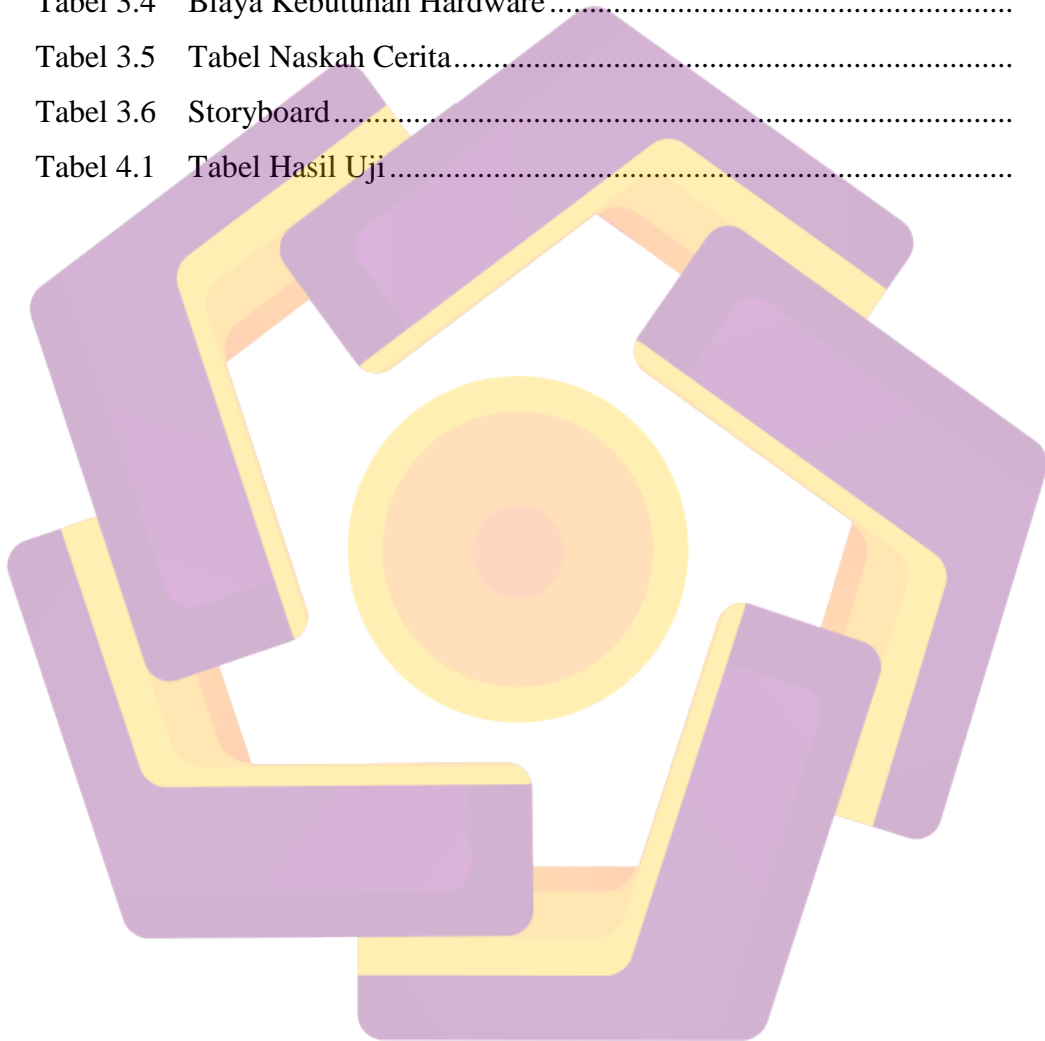
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Maksud dan Tujuan .....	4
1.5 Metodologi Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Iklan .....	8
2.1.1 Pengertian Iklan.....	8
2.1.2 Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	9
2.1.3 Langkah-Langkah Memproduksi Iklan.....	10
2.2 Multimedia.....	11

2.2.1	Pengertian Multimedia .....	11
2.2.2	Elemen Multimedia .....	11
2.2.3	Jenis Multimedia .....	13
2.2.4	Kelebihan Multimedia dibidang Bisnis/Iklan .....	14
2.3	Animasi .....	14
2.3.1	Definisi Animasi .....	14
2.3.2	Sejarah Animasi .....	15
2.3.3	Jenis-jenis Animasi .....	16
2.4	Live Shoot .....	17
2.4.1	Pengertian Live Shoot .....	17
2.4.2	Contoh Teknik Live Shoot .....	17
2.4.3	Unsur Teknis dalam Live Shoot .....	19
2.5	Software yang digunakan .....	21
2.5.1	Autodesk 3Dmax .....	21
2.5.2	Adobe After Effect .....	22
2.5.3	Adobe Soundbooth .....	23
2.5.4	Adobe Premiere Pro .....	24
2.5.5	Format Factory .....	25
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM .....</b>		<b>27</b>
3.1	Tinjauan Umum .....	27
3.1.1	Sejarah dan Perkembangan Omah Tentrem .....	27
3.1.2	Visi dan Misi Omah Tentrem .....	28
3.1.3	Struktur Organisasi .....	29
3.1.4	Kegiatan Promosi Omah Tentrem .....	30
3.2	Matrik Analisis <i>SWOT</i> .....	33
3.2.1	<i>Strengths</i> (Kekuatan) .....	33
3.2.2	<i>Weakness</i> (Kelemahan) .....	33
3.2.3	<i>Oportunity</i> (Peluang) .....	33
3.2.4	<i>Threats</i> (ancaman) .....	33
3.2.5	<i>Strategi SO</i> (Strenght-Opportunity) .....	34
3.2.6	<i>Strategi WO</i> (Weakness - Opportunity) .....	34

3.2.7	<i>Strategi ST</i> (Strenght – Threat) .....	34
3.2.8	<i>Strategi WT</i> (Weakness - Threat) .....	34
3.3	Analisis Kebutuhan .....	36
3.3.1	Kebutuhan Perangkat Keras ( <i>Hardware</i> ) .....	36
3.3.2	Sistem .....	36
3.4	Analisis Biaya Pembuatan Iklan .....	37
3.5	Perancangan Iklan .....	38
3.5.1	Perancangan Ide Cerita.....	38
3.5.2	Perancangan Naskah Cerita.....	38
3.5.3	Storyboard .....	41
<b>BAB IV IMPLEMENTASI SISTEM DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	Implementasi .....	45
4.1.1	Produksi.....	45
4.1.2	Pasca Produksi.....	46
4.1.3	Manajemen File.....	46
4.1.4	Editing .....	48
4.1.4.1	Proses Editing Pada Format Factory .....	48
4.1.4.2	Proses Editing Pada Autodesk 3Dmax.....	49
4.1.4.3	Penggabungan Object 3D dengan video .....	49
4.1.4.4	Editing Sensor Pada Video.....	50
4.1.4.5	Pemotongan backsound untuk video.....	51
4.1.4.6	Hasil Editing .....	51
4.1.4.7	Export Video .....	52
4.1.4.8	Merubah Ukuran File Video.....	53
4.1.4.9	Hasil Akhir Editing .....	54
4.1.5	Uji Iklan.....	55
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>56</b>
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Struktur Organisasi .....	29
Tabel 3.2	Matrik Analisis Swot .....	35
Tabel 3.3	Biaya Produksi Iklan .....	37
Tabel 3.4	Biaya Kebutuhan Hardware .....	37
Tabel 3.5	Tabel Naskah Cerita .....	39
Tabel 3.6	Storyboard .....	41
Tabel 4.1	Tabel Hasil Uji .....	55



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Film yang menggunakan teknik live shot dan animasi 2D .....	18
Gambar 2.2 Film yang menggunakan teknik live shot dan animasi 3D .....	19
Gambar 2.3 Autodesk 3Dmax .....	22
Gambar 2.4 Adobe After Effect .....	23
Gambar 2.5 Adobe Soundbooth .....	24
Gambar 2.6 Adobe Premiere Pro .....	25
Gambar 2.7 Format Factory .....	26
Gambar 3.1 Promosi Omah Tentrem Menggunakan Facebook .....	30
Gambar 3.2 Promosi Omah Tentrem Menggunakan Twitter .....	31
Gambar 3.3 Promosi Omah Tentrem Menggunakan Brosur .....	31
Gambar 3.4 Promosi Omah Tentrem Menggunakan Website .....	32
Gambar 4.1 Proses Produksi .....	45
Gambar 4.2 Alur Penggunaan Software .....	46
Gambar 4.3 Manajemen File .....	47
Gambar 4.4 Proses pengubahan format pada Format Factory .....	48
Gambar 4.5 Object di Autodeks 3ds Max .....	49
Gambar 4.6 Penggabungan object 3D kedalam video .....	50
Gambar 4.7 Editing Sensor Pada Video .....	50
Gambar 4.8 Pemotongan backsound untuk video .....	51
Gambar 4.9 Hasil Editing .....	52
Gambar 4.10 Export Video .....	53
Gambar 4.11 Proses Convert Video .....	54
Gambar 4.12 Hasil Akhir Editing .....	54

## INTISARI

Omah Tentrem atau yang lebih dikenal Tentrem Hipnoterapi Jogja adalah Pusat Pelatihan, Konsultasi dan Terapi berbasis Hipnoterapi dan Neuro Linguistic Programming (NLP). Misi Omah Tentrem adalah mengajak masyarakat Indonesia untuk kembali menemukan mata air ketentraman dalam hatinya agar bisa menjalani kehidupan di dunia dengan penuh berkah dan manfaat. Untuk mencapai misi tersebut, Omah Tentrem harus didukung dalam segi promosi, salah satunya dengan media iklan.

Teknik promosi dengan menggunakan media iklan live shoot, selain familiar dengan media tersebut, penulis menambahkan teknik animasi 3D untuk para penikmat iklan agar lebih mudah berimajinasi dan hafal dengan iklannya.

Berdasarkan pengamatan penulis, penulis menemukan bahwa media promosi yang dilakukan Omah Tentrem saat ini masih menggunakan kampanye media sosial yaitu berupa facebook, twitter, dan G+. Media ini dinilai masih minim dan kurang luas cakupannya. Dengan demikian diharapkan, media berbasis iklan teknik live shoot dan animasi 3D dapat menyebarkan informasi tentang Omah Tentrem agar lebih efektif, efisien dan bisa terkenal tidak hanya mencakup di jogja saja.

Kata Kunci : Omah Tentrem, Iklan, live shoot, 3D

## ABSTRACT

*Omah Tentrem or better known as Tentrem Hipnoterapi Jogja is a Training Centre, Consultation and Therapy based on Hypnotherapy and Neuro Linguistic Programming (NLP). Omah Tentrem mission is to invite people to rediscover Indonesia springs peace in their heart in order to live a full life in the world with blessings and benefits. To achieve this mission, Omah Tentrem must be supported in terms of the promotion, one with media advertising.*

*Techniques media advertising campaign using a live shoot, in addition to familiar with the media, the author adds a 3D animation techniques to the audience of the ad to make it easier to imagine and memorized by their ads.*

*Based on the author's observation, the authors found that the media campaign carried out Omah Tentrem currently use social media campaign in the form of facebook, twitter, and G +. This media is still considered minimal and less wide-ranging. It is expected, ad-based media techniques and shoot live 3D animation can disseminate information about Omah Tentrem to be more effective, efficient and can be well-known not only in Jogja cover only.*

*Keywords: Omah Tentrem, Commercials, live shoot, 3D*