

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH METRO MENGGUNAKAN METODE MDLC**

TUGAS AKHIR



OLEH

FAHMI CHAERIYANTAMA

NPM. 17410035

**PROGRAM STUDI D-III SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2020**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH METRO MENGGUNAKAN METODE MDLC**

TUGAS AKHIR

**Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Diploma III**

FAHMI CHAERIYANTAMA

NPM. 17410035

**PROGRAM STUDI D-III SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2020**

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Metro saat ini menggunakan media promosi melalui media cetak dan secara lisan. Sedangkan dalam multimedia, media cetak hanya bisa mencakup dua unsur saja yaitu gambar dan text, lebih sedikit dibandingkan dengan media periklanan yang dapat mencakup lima unsur multimedia. Seiring perkembangan teknologi informasi, suatu perguruan tinggi dalam hal ini Universitas Muhammadiyah Metro harus dapat menciptakan inovasi agar dapat terus berkembang menawarkan fakultas-fakultas yang dimilikinya. Untuk melengkapi media promosi yang telah ada, maka dibuatlah iklan sebagai media promosi baru pada Universitas Muhammadiyah Metro, dan diharapkan setelah adanya iklan ini dapat membantu memberikan kemudahan pada publik untuk mengenali fakultas-fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Metro. Perancangan ini media utama yang akan penulis gunakan adalah dalam bentuk video promosi yang akan di pulikasikan ke media sosial. Menggunakan promosi video sebagai media utama karena saat ini era globalisasi dan transformasi sistem informasi yang semakin canggih, karena video ini akan di promosikan melalui media sosial yang saat sekarang ini menjadi trend dan kebutuhan, seperti facebook, instagram, twitter, youtube, dan yang lainnya".Tujuan penelitian ini adalah merancang video promosi pada Universitas Muhammadiyah Metro. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan metode MDLC. Pengembangan metode multimedia ini dilakukan berdasarkan enam tahap, yaitu *concept* (pengonsepan), *design* (pendesignan), *material collecting* (pengumpulan materi), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (pendistribusian). Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan mengajukan sebuah tugas akhir dengan judul "PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO MENGGUNAKAN METODE MDLC".

Kata kunci : Media Promosi; Video Iklan; Adobe Premiere Pro CC 2015;MDLC

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Metro is currently using promotional media through print and oral media. Whereas in multimedia, print media can only include two elements, namely images and text, less than advertising media which can include five multimedia elements. Along with the development of information technology, a university, in this case Muhammadiyah Metro University, must be able to create innovations in order to continue to develop and offer its faculties. To complement the existing promotional media, an advertisement was made as a new promotional media at Muhammadiyah Metro University, and it is hoped that after this advertisement it can help make it easier for the public to recognize the faculties at Muhammadiyah Metro University. This design, the main media that the writer will use, is in the form of a promotional video which will be published on social media. Using video promotion as the main media because currently the era of globalization and the transformation of information systems is increasingly sophisticated, because this video will be promoted through social media which is currently a trend and necessity, such as Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, and others ". The aim of this research is to design a promotional video at Muhammadiyah Metro University. The research method used by the author is using the MDLC method. The development of this multimedia method is carried out based on six stages, namely concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. Based on the description above, the writer will submit a final project entitled "*MAKING ADVERTISING VIDEO AS A PROMOTION MEDIA MUHAMMADIYAH METRO UNIVERSITY USING MDLC METHOD.*"

Keywords: Promotion Media; Ad Video; Adobe Premiere Pro CC 2015;MDLC.

RINGKASAN

Chaeriyantama. Fahmi. 2020. *Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Metro Menggunakan Metode MDLC*. Tugas Akhir. Jurusan Diploma III, Program Studi Sistem Informasi, Diploma III Sistem Informasi Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Mustika, S.Kom., M.Kom. (2) M. Demsi Dupri, SE., MM.

Kata kunci: Media Promosi; Video Iklan; Adobe Premiere Pro CC 2015;MDLC.

Latar belakang masalah pada Universitas Muhammadiyah Metro saat ini menggunakan media promosi melalui media cetak dan secara lisan. Sedangkan dalam multimedia, media cetak hanya bisa mencakup dua unsur saja yaitu gambar dan text, lebih sedikit dibandingkan dengan media periklanan yang dapat mencakup lima unsur multimedia. Seiring perkembangan teknologi informasi, suatu perguruan tinggi dalam hal ini Universitas Muhammadiyah Metro harus dapat menciptakan inovasi agar dapat terus berkembang menawarkan fakultas-fakultas yang dimilikinya. Untuk melengkapi media promosi yang telah ada, maka dibuatlah iklan sebagai media promosi baru pada Universitas Muhammadiyah Metro, dan diharapkan setelah adanya iklan ini dapat membantu memberikan kemudahan pada publik untuk mengenali fakultas-fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Metro.

Tujuan penelitian ini adalah merancang video promosi pada Universitas Muhammadiyah Metro

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kualitatif yang bersifat deskriptif, data tersebut dapat berupa gambar, teks, foto dan obyek lain yang ditemukan selama studi lapangan dilakukan yang secara umum bukan data yang berbentuk angka. Pengumpulan data akan dilakukan melalui observasi yang menggunakan diri sendiri sebagai alat pengambilan data. Data yang diperoleh dengan teknik ini adalah teori mengenai definisi video iklan promosi, definisi Aplikasi Adobe Premiere Pro CC, definisi *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada Universitas Muhammadiyah Metro menghasilkan sebuah proses pembuatan Video iklan Sebagai media promosi universitas muhammadiyah metro menggunakan metode yang dipilih yaitu metode MDLC. Dengan adanya pembuatan ini dapat disimpulkan bahwa video iklan ini sangat bermanfaat bagi calon mahasiswa baru karena sebagai acuan pilihan yang tepat untuk bergabung karena adanya iklan video dari universitas.

PERSETUJUAN

Tugas Akhir oleh **FAHMI CHAERİYANTAMA** ini,

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diuji

Pada tanggal, September 2020

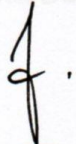
Metro, September 2020

Pembimbing I



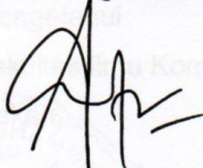
Mustika, S.Kom. M.Kom
NIDN. 0204038302

Pembimbing II



M. Demsi Dupri, SE., MM.
NIDN. 226125801

Ketua Program Studi,



Mustika, S.Kom. M.Kom
NIDN. 0204038302

Sudismanj, S. Kom. M.Mkom
NIDN. 0201087402

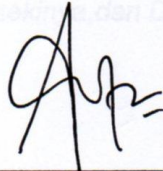
PENGESAHAN

Tugas Akhir oleh **FAHMI CHAERİYANTAMA** ini,

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal, September 2020

Tim Penguji



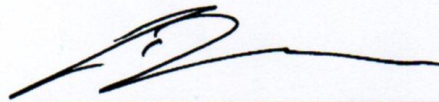
Mustika, S.Kom., M.Kom

, Penguji I



M. Demsi Dupri, SE., MM.

, Penguji II



Dedi Irawan, S.Kom., M.T.I.

, Penguji Utama

Mengetahui

Fakultas Ilmu Komputer

Dekan,



Sudarmaji, S. Kom., M.MKom
NIDN. 0201067402

MOTTO

افلئق ء لسوا مئءة عنه فع فء وقه رز فف له سع و فوه عمر فف له فمء ان ه اسر من
حمه ر لفصل او لله

Artinya : “Barang siapa yang ingin gembira dipanjangkan umurnya, Dilapangkan Rezekinya, dan Dihindarkan Dari Kematian Buruk , Maka Hendaklah Ia Bertaqwa Kepada Allah dan Rasulullah, Ia Menyambung Tali Persaudaraan”.

(H.R. Bazzar)

Buanglah jauh jauh sifat malas mu karena sifat itu jika masih kamu terapkan akan kesusahan dan kehilangan apa yang harusnya kamu dapatkan.

(FAHMI CHAERİYANTAMA)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah rabbil 'alamin, penulis persembahkan Tugas Akhir ini kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, petunjuk, serta kemudahan kepada penulis selama membuat video iklan promosi dan penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
2. Rasulullah SAW yang telah menyebarkan agama yang di ridhoi Allah SWT.
3. Kedua orang tuaku tercinta (Bapak Nino Andyanto dan Ibu Inok Masitoh) yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa dan juga nasihat kepada penulis.
4. Teman-teman seperjuanganku di Program Studi Diploma III Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Muhammadiyah Metro.
5. Ibu Mustika, S.Kom., M.Kom selaku Pembimbing 1 dan Bapak Muhammad Demsi Dupri, SE., MM. selaku Pembimbing 2 yang telah memberikan saran dan bimbingan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ilmu Komputer Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro.
8. Bapak Dr. Satrio Budi Wibowo., M.A. sekaligus pembimbing lokasi Kuliah Kerja Praktek.
9. Staff dan pegawai UPT Marketing & Promosi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman di dunia kerja selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Praktek selama 2 bulan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdu lillahi rabbil 'alamin puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Metro Menggunakan Metode MDLC”** ini. Sholawat serta salam penulis sanjungkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu dinantikan syafaatnya di akhir zaman nanti.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis mendapatkan bantuan, bimbingan dan dukungan yang luar biasa dari banyak pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Bapak Sudarmaji, S.Kom., M.MKom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Bapak Dedi Irawan, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Muhammadiyah Metro
4. Ibu Mustika, S.Kom., M.Kom., selaku Ketua Program Studi D-III Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Muhammadiyah Metro sekaligus sebagai Pembimbing I yang telah membimbing penulis hingga selesainya Tugas Akhir ini.
5. Bapak Muhammad Demisi Dupri, SE., MM. sebagai Pembimbing II yang telah membimbing penulis hingga selesainya Tugas Akhir ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta staff pada Program Studi D-III Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Untuk kedua orang tuaku (Bapak Nino Andiyanto dan Ibu Inok Masitoh) yang selalu mendoakan ku.
8. Bapak Dr. Satrio Budi Wibowo, M.A., selaku Kepala UPT Promosi yang telah mengizinkan dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta bimbingan selama melaksanakan Kuliah Kerja Praktek selama 2 bulan.

9. Staff dan pegawai UPT Marketing & Promosi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman di dunia kerja selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Praktek.

Semoga kebaikan Bapak dan Ibu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini akan dibalas oleh Allah SWT. Penulis pun berharap agar Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca.

Penulis

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : FAHMI CHAERİYANTAMA

NPM : 17410035

Fakultas : Ilmu Komputer

Jurusan : D-III Sistem Informasi

Program Studi : Diploma III Sistem Informasi

Menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO MENGGUNAKAN METODE MDLC”** adalah karya saya bukan hasil dari plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsure plagiat tugas akhir tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Metro, September 2020

Yang membuat pernyataan,

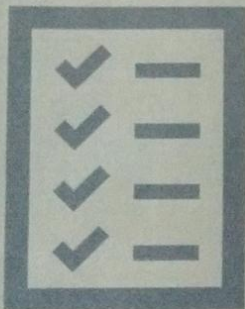


FAHMI CHAERİYANTAMA

NPM. 17410035



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 1640/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : FAHMI CHAERIYANTAMA
NPM : 17410035
Jenis Dokumen : TUGAS AKHIR

Judul :

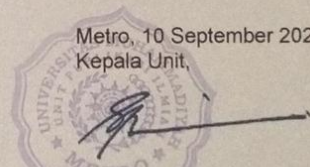
PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO MENGGUNAKAN
METODE MDLC

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 10 September 2020
Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No 116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK	iv
RINGKASAN.....	vi
PERSETUJUAN.....	vii
PENGESAHAN.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xiii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHECK</i>).....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Pembatasan Masalah.....	2
D. Tujuan Penelitian	2
E. Kegunaan Penelitian.....	3
F. Metode Penelitian	3
G. Sistematika Penulisan	4
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Definisi Iklan.....	6
B. Definisi Video	6
C. Definisi Promosi.....	7
D. Definisi Adobe Premiere Pro CC.....	7
E. <i>System Requirment</i> (Kebutuhan Sistem)	13
F. Definisi Media Promosi.....	16

G. Definisi MDLC	16
H. Definisi Multimedia.....	17
I. Definisi Editing	20
J. Definisi Data.....	20
K. Definisi flowchart.....	26
L. Definisi <i>Storyboard</i>	26
M. Definisi <i>Storyline</i>	26
N. Definisi <i>Render</i>	26
BAB III GAMBARAN UMUM INSTANSI	
A. Sejarah Singkat Tempat Perusahaan	27
B. Lokasi Universitas Muhammadiyah Metro	26
C. Struktur Organisasi Perusahaan	30
D. Manajemen Perusahaan	30
E. Analisis Sistem yang Berjalan	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Multimedia Development Life Cycle (MDLC)	37
1. Konsep	37
2. Design	37
3. Pengumpulan Bahan (<i>Material collecting</i>).....	44
4. <i>Assembly</i> (Pembuatan).....	46
5. <i>Testing</i> (Pengujian).....	55
6. <i>Distribution</i> (Pendistribusian).....	56
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	57
B. Saran.....	57
DAFTAR LITERATUR	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	