

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA BLACK CANYON COFFEE  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Ega Fellano**

**11.12.6124**

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

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA BLACK CANYON COFFEE  
YOGYAKARTA**

**Skripsi**

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



disusun oleh

**Ega Fellano**

**11.12.6124**

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

**2016**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA BLACK CANYON COFFEE  
YOGYAKARTA**

yang disusun oleh

**Ega Fellano**

**11.12.6124**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 21 Mei 2015.

Dosen Pembimbing,

Mei Parwanita Kurniawan, M.Kom  
NIK. 190302187

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA BLACK CANYON COFFEE  
YOGYAKARTA**

yang disusun oleh

**Egn Fellano**

**11.12.6124**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 27 Februari 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom  
NIK. 190302187

Bayu Setiaji, M.Kom  
NIK. 190302216

Barka Satya, M.Kom  
NIK. 190302126

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
pada tanggal 8 Maret 2016



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

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah inimenyatakan 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 disuatu 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, 10 Maret 2016



METERAI  
TEMPEL  
6000  
RUPIAH

ABFADF855053155

*Ega Fellano*

Ega Fellano  
NIM. 11.12.6124

## HALAMAN MOTTO

**"Menuju tak terbatas dan Melampauinya "**  
(Penulis)

**"Kejar Impianmu, raih cita-citamu"**  
(Penulis)

**"Jangan pernah menunda suatu pekerjaan, karena sekali tertunda maka akan selalu tertunda"**  
(Penulis)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah atas segala kekuatan, nikmat, dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pembuatan Iklan Televisi Pada Black Canyon Coffee Yogyakarta". Tidak lupa shalawat serta salam untuk Baginda Rasulullah Muhammad Shalallahu'alahi wassalam yang telah memberikan teladan sebaik baiknya teladan.

Karya tulis ini dengan bangga penulis persembahkan untuk :

1. Ibu saya tercinta, Dwi Wiwin Nurkumalarina yang telah memberikan segala doa, dukungan, serta semangat yang tak terhingga kepada penulis.
2. Mei Parwanto Kurniawan, S.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
3. Sahabat saya Yudo, Tomi, Nova yang selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan tugas saya.
4. Black Canyon Coffee Yogyakarta , yang sudah membantu dalam penelitian penulis.
5. Teman teman saya Sem, Venita, Sigit, Anggo, Hendri, Dani yang telah mendukung, membantu, dan memberikan saran kepada penulis.
6. Teman-teman kelas 11-SISI-11, teman seperjuangan menyelesaikan skripsi yang saling mendukung dan menyemangati.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum warahmatullah wabarakatuh*

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan rahmat, kekuatan, kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pembuatan Iklan Televisi Pada Black Canyon Coffee Yogyakarta".

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan kelulusan Program Pendidikan Strata-I di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta pada Jurusan Sistem Informasi.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku ketua jurusan Sistem Informasi STMIK "AMIKOM" Yogyakarta.
3. Bapak Mei Parwanto Kurniawan, S.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan ilmu saat penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua penulis, untuk doa dan dukungan yang terus mengalir.
5. Bapak Ibu dosen dan pegawai STMIK "AMIKOM" Yogyakarta.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi baik terlibat langsung maupun tidak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan maupun kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar bisa menjadi pembelajaran untuk penyusunan penelitian selanjutnya.

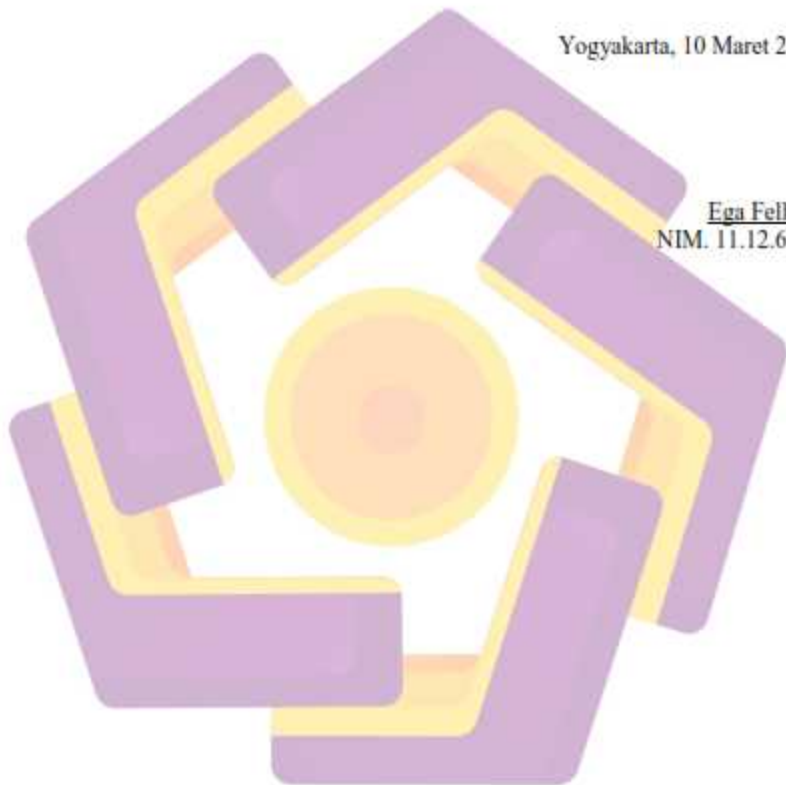


Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullah wabarakatuh*

Yogyakarta, 10 Maret 2016

Ega Fellano  
NIM. 11.12.6124



## DAFTAR ISI

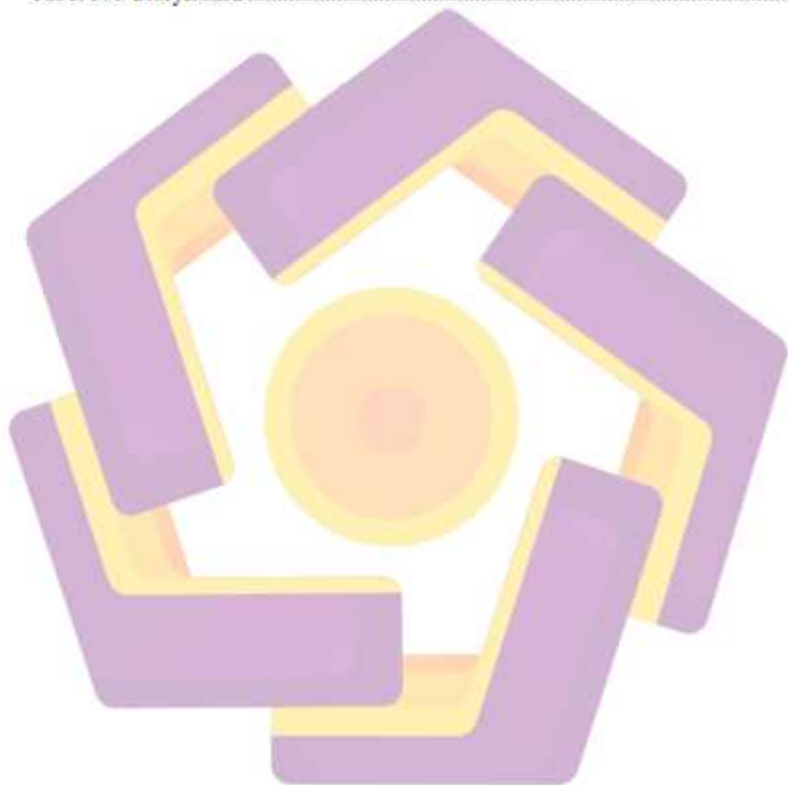
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metodologi Penelitian.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	5
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	6
2.2.1 Sejarah Multimedia.....	6
2.2.2 Definisi Multimedia.....	6
2.3 Konsep Dasar Iklan.....	7
2.3.1 Pengertian Periklanan.....	7
2.3.2 Tujuan Periklanan Televisi.....	8

2.4	Jenis Iklan.....	8
2.4.1	Iklan Bermerk (Brand advertising) .....	8
2.4.2	Ritel atau Iklan Lokal (Retail or Location Advertising).....	8
2.4.3	Iklan Politik (Political advertising).....	8
2.4.4	Iklan Direktori (Directory advertising).....	9
2.4.5	Iklan Langsung Respon (Direct-Response Advertising).....	9
2.4.6	Iklan Bisnis (Business to Business Advertising) .....	9
2.4.7	Iklan Institusional (Institutional Advertising).....	9
2.4.8	Iklan Layanan Masyarakat (Public Service Advertising) .....	10
2.4.9	Iklan Interaktif (Interactive Advertising).....	10
2.5	Strategi Memproduksi Iklan Televisi .....	10
2.5.1	Tahap Pra Produksi .....	10
2.5.2	Tahap Produksi .....	11
2.5.3	Tahap Pasca Produksi .....	11
2.6	Hyperlapse.....	11
2.6.1	Pengertian Hyperlapse .....	11
2.6.2	Perkembangan <i>Hyperlapse</i> .....	12
2.7	Animasi .....	12
2.7.1	Jenis Animasi .....	13
2.7.2	Prinsip Animasi.....	17
2.8	Perangkat Lunak yang digunakan .....	20
2.8.1	Adobe After Effect CS6.....	20
2.8.2	Adobe Audition CS6.....	20
2.8.3	Adobe Photoshop CS6 .....	21
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM .....</b>		<b>22</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	22
3.1.1	Latar Belakang Perusahaan .....	22
3.1.2	Visi dan Misi .....	23
3.1.3	Logo Black Canyon.....	23
3.1.4	Struktur Organisasi Black Canyon Coffee.....	24
3.1.5	Menu Black Canyon Coffee.....	24

3.2	Persaingan Usaha .....	37
3.2.1	Promosi yang sekarang digunakan .....	37
3.3	Analisis Masalah .....	37
3.3.1	Identifikasi Masalah .....	37
3.4	Analisis SWOT .....	38
3.5	Analisis Kebutuhan Sistem .....	42
3.6	Analisis Kelayakan Sistem .....	43
3.7	Tahap Praproduksi .....	45
<b>BAB IV MPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>51</b>
4.1	Implementasi .....	51
4.1.1	Produksi Iklan .....	51
4.1.2	Tahap Pasca Produksi .....	53
4.2	Perencanaan Media .....	61
4.3	Rekomendasi Jumlah dan Waktu Tayang .....	61
4.4	Asumsi Biaya .....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>64</b>
5.1	Kesimpulan .....	64
5.2	Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

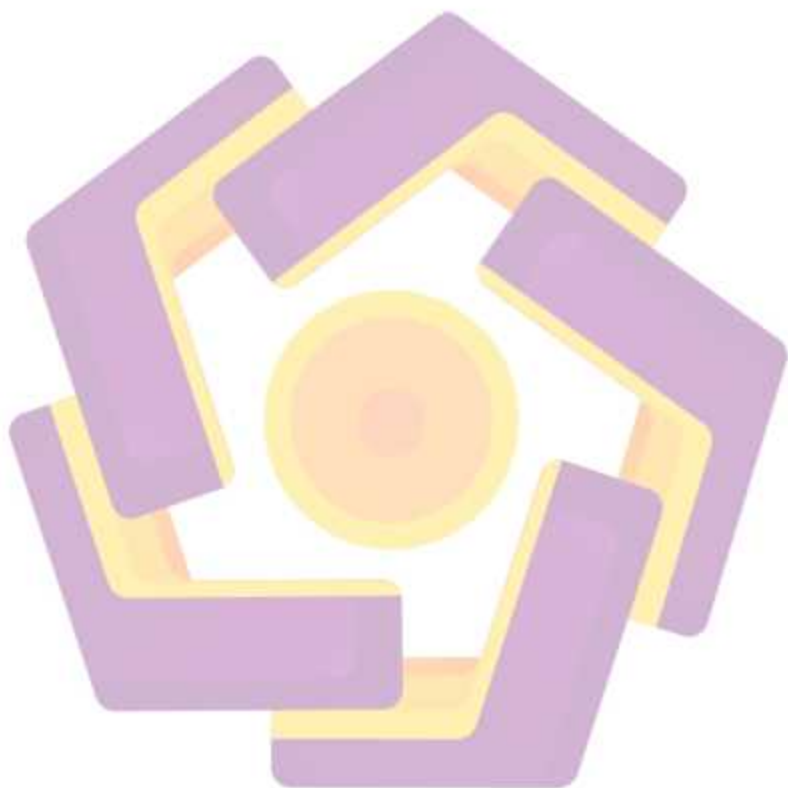
Tabel 3. 1 Analisis SWOT .....	41
Tabel 3. 2 Faktor Kelayakan Sistem .....	44
Tabel 3. 3 StoryBoard .....	47



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tokoh Yang Memperkenalkan Hyperlapse.....	12
Gambar 3. 1 Logo Black Canyon Coffee.....	23
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Black Canyon Coffee.....	24
Gambar 3. 3 Menu Black Canyon Coffee Hot Coffee dan Iced Coffee.....	25
Gambar 3. 4 Menu Black Canyon Coffee Fresh/Fruit Juice, Smoothies, dan softdrink.....	26
Gambar 3. 5 Menu Black Canyon Coffee Chocolate dan Milk.....	27
Gambar 3. 6 Menu Black Canyon Coffee Coffee Frappe, Classic Hot Tea, dan Iced Tea Frappe.....	28
Gambar 3. 7 Menu Black Canyon Coffee Soups.....	29
Gambar 3. 8 Menu Black Canyon Coffee Appetizers.....	30
Gambar 3. 9 Menu Black Canyon Coffee Indonesian Favorite.....	31
Gambar 3. 10 Menu Black Canyon Coffee Steaks dan Pasta.....	32
Gambar 3. 11 Menu Black Canyon Coffee Rice Dishes.....	33
Gambar 3. 12 Menu Black Canyon Coffee Sandwiches.....	34
Gambar 3. 13 Menu Black Canyon Coffee Noodles.....	35
Gambar 3. 14 Menu Black Canyon Coffee Dessert.....	36
Gambar 4. 1 Kegiatan Implementasi.....	51
Gambar 4. 2 Tampilan Manajemen File.....	53
Gambar 4. 3 Tampilan Adobe Photoshop CS6.....	54
Gambar 4. 4 Membuat Timelapse dan Animasi Logo.....	55
Gambar 4. 5 Membuat Hyperlapse.....	56
Gambar 4. 6 Mengedit Green Screen.....	57
Gambar 4. 7 Membuat Animasi Menu.....	57
Gambar 4. 8 Proses Perekaman Suara.....	58
Gambar 4. 9 Setting Render.....	59
Gambar 4. 10 Proses Render.....	59
Gambar 4. 11 Hasil Akhir.....	60

Gambar 4. 12 Bukti Kwitansi.....	62
Gambar 4. 13 Bukti Tayang.....	63



## INTISARI

Persaingan bisnis kuliner di Yogyakarta saat ini dapat dibbilang sangat padat. Kurangnya media promosi pada Black canyon coffee saat ini dapat dibbilang menjadi salah satu kurangnya pendapatan pada perusahaan tersebut. Periklanan pada saat ini sedang mendapat sorotan tajam semenjak aspek informasi menjadi wacana penting dalam bisnis, terutama dalam proses membangun merek atau branding.

Oleh karena itu, penulis membuat iklan televisi pada black canyon coffee yogyakarta yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen dan dapat meningkatkan pendapatan. Selain itu, media iklan televisi ini juga dapat mengenalkan produk dan memperluas pemasaran pada black canyon coffee.

Adapun software pendukung yang digunakan seperti: Adobe AfterEffect, Adobe Photoshop, Adobe Audition.

**Kata kunci:** Kuliner, Yogyakarta, Black Canyon Coffee, Periklanan.





## **ABSTRACT**

*Competition culinary business in Yogyakarta today can be considered very solid . The lack of media promotion on Black canyon coffee today can be said to be one of lack of income of the company. Advertising is currently under the spotlight since a discourse aspects of information important in business , especially in the process of building a brand or branding .*

*Therefore , the authors make a television commercial on black canyon coffee Yogyakarta, which aims to provide information to consumers and can increase revenue . In addition , television advertising media also can introduce products and expand marketing in the black canyon coffee .*

*As for the support used software such as Adobe After Effects , Adobe Photoshop , Adobe Audition .*

*Keywords : Culinary , Yogyakarta , Black Canyon Coffee , Advertising .*

