

**PEMBUATAN IKLAN VIDEO UNTUK WAROENK RAMEN KLATEN
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Anita

11.12.5790

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**PEMBUATAN IKLAN VIDEO UNTUK WAROENK RAMEN KLATEN
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Anita

11.12.5790

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN VIDEO UNTUK WAROENK RAMEN KLATEN
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Anita

11.12.5790

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 03 November 2015

Dosen Pembimbing,



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

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN VIDEO UNTUK WAROENK RAMEN KLATEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Anita

11.12.5790

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Juni 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

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

Ferry Wahyu Wibowo, S.Si, M.Cs
NIK. 190302235

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 26 Agustus 2016

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Sayanto, 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 atau kelompok 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 atau kelompok 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, 22 Juni 2016

Anita

NIM. 11.12.5790

MOTTO

“Jadilah orang yang kakinya menapak di tanah tetapi cita-citanya setinggi bintang”

“Kegagalan itu biasa, Tetapi kesuksesan itu luar biasa”

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”(QS Al-Baqarah: 153)

“Takut hanya akan menghalangi kesuksesan kamu”

PERSEMBAHAN

Alhandulillah, Segala puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang tiada henti memberikan jalan dengan masing-masing hikmahnya serta memberikan kelancaran dan kemudahan dalam pengerjaan skripsi ini.

Dengan sepenuh hati saya persembahkan karya ini untuk :

1. Kedua orang tua tercinta yang tiada tandingannya (ibu Bapak) yang tiada pernah menyerah dan terus percaya, yang terus mendoakan dan mendukung dalam keadaan apapun, sehingga dapat dengan lancar menyelesaikan skripsi ini. Untuk Om saya terimakasih untuk dukungan dan biaya kuliah selama ini dan terimakasih juga untuk seluruh keluarga besar saya.
2. Bapak dan ibu dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta, terimakasih atas segala ilmu yang telah diberikan semoga ilmu yang didapat dapat bermanfaat.
3. Terimakasih kepada dosen pembimbing Bapak Melwin Syafrizal, yang telah dengan sabar membimbing hingga skripsi ini selesai.
4. Terimakasih kepada semua teman kelas S1-SI-06, buat kebersamaan kita selama ini, keceriaan dan kesedihan yang telah mewarnai hari-hari kita.
5. To all my member ANTADELETA (Meta Tari Dinda Leni Me) terimakasih telah memberi warna yang berbeda selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan berjudul “Pembuatan Iklan Video untuk Waroenk Ramen Sebagai Media Promosi”.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan kelulusan jenjang Program Sarjana Strata 1 pada jurusan Sistem Informasi pada STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Melwin Syafrizal selaku dosen pembimbing.
4. Bapak dan Ibu Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
5. Semua keluarga besar penulis terutama untuk kedua orang tua yang tiada pernah lelah memberi dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.
6. Teman-teman senasib dan seperjuangan yang sangat luar biasa, terutama Meta.

7. Semua pihak yang tiada dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu baik dukungan moril maupun material, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca. Atas saran dan kritik penulis ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 19 Agustus 2016

Anita

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
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
1.5 Metode Penelitian	3
1.5.1 Pengumpulan Data.....	3
1.5.1.1 Wawancara	3
1.5.1.2 Observasi	3
1.5.1.3 Pustaka.....	4
1.5.2 Analisis	4
1.5.3 Perancangan	4
1.5.4 Pengembangan	5
1.5.5 Testing	5
1.6 Sistem Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7

2.2	Konsep Dasar Multimedia.....	8
2.2.1	Pengertian Multimedia.....	8
2.2.2	Pentingnya Multimedia.....	9
2.2.3	Elemen Multimedia	9
2.2.3.1	Teks.....	9
2.2.3.2	Image.....	9
2.2.3.3	Audio.....	10
2.2.3.4	Video.....	10
2.2.3.5	Animasi	11
2.3	Pengertian Promosi.....	11
2.4	Konsep Dasar Iklan	12
2.4.1	Pengertian Iklan.....	12
2.4.2	Tujuan Periklanan.....	12
2.4.3	Manfaat Iklan.....	13
2.4.4	Jenis-jenis Iklan	13
2.4.4.1	Iklan Komersial.....	14
2.4.4.2	Iklan Non Komersial.....	14
2.4.4.3	Iklan Corporate	14
2.4.5	Iklan Yang Baik.....	15
2.4.5.1	<i>Simple</i>	15
2.4.5.2	<i>Unexpected</i>	15
2.4.5.3	<i>Persuasive</i>	15
2.4.5.4	<i>Entertaining</i>	16
2.4.5.5	<i>Relevant</i>	16
2.4.5.6	<i>Acceptable</i>	17
2.4.6	Menejemen Periklanan	17
2.4.7	Merancang Iklan	18
2.4.7.1	Menetapkan Audien Sasaran.....	18
2.4.7.2	Menetapkan Sasaran dan Anggaran Iklan.....	18
2.4.7.3	Mencari Keunggulan Produk yang Dipasarkan	19
2.4.7.4	Perancangan Daya Tarik Pesan Iklan	20

2.5 Teknik Bidikan Kamera	20
2.6 Strategi Memproduksi Iklan	25
2.6.1 Tahap Pra Produksi	25
2.6.2 Tahap Produksi	27
2.6.3 Tahap Pasca Produksi	28

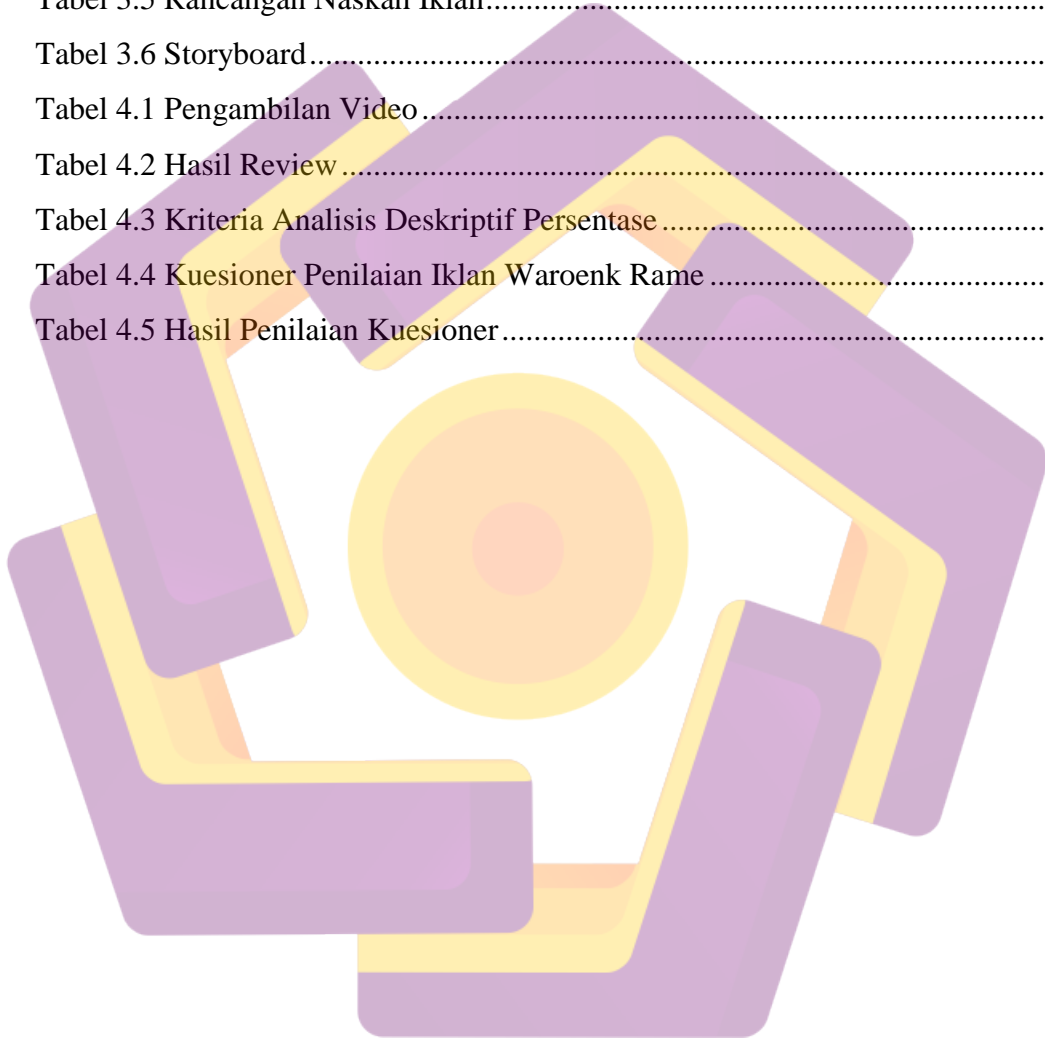
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN **29**

3.1 Tinjauan Pustaka	29
3.1.1 Latar Belakang Waroenk Ramen	29
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	29
3.2 Analisis Masalah	30
3.2.1 Identifikasi Masalah	30
3.2.2 Analisis SWOT	31
3.2.3 Solusi yang Dapat Dilaksanakan	33
3.2.3.1 Solusi Jangka Panjang	33
3.2.3.2 Solusi Jangka Menengah	33
3.2.3.3 Solusi Jangka Pendek	34
3.2.1 Solusi Yang Dipilih	34
3.3 Analisis Kebutuhan Sistem	34
3.2.1 Kebutuhan Fungsional	35
3.2.2 Kebutuhan Non Fungsional	35
3.2.3.1 Perangkat Keras	36
3.2.3.2 Perangkat Lunak	36
3.2.3.3 Sumber Daya Manusia	37
3.4 Studi Kelayakan	37
3.4.1 Kelayakan Teknis	37
3.4.2 Kelayakan Operasional	38
3.4.3 Kelayakan Ekonomi	39
3.4.4 Kelayakan Hukum	40
3.5 Perancangan Iklan	40
3.6 Tahap Pra Produksi	42

3.6.1	Perancangan Ide Cerita	42
3.6.2	Tema Video.....	42
3.6.3	Storyboard.....	42
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Tahapan Produksi	47
4.1.1	Pengambilan Gambar.....	48
4.1.2	Hasil Pengembalian Video.....	51
4.1.3	Tata Cahaya	53
4.2	Tahap Pasca Produksi.....	53
4.2.1	Capturing	53
4.2.2	Editing.....	54
4.2.2.1	Proses Pengeditan dan Perekaman Suara	54
4.2.2.2	Proses pengeditan di Adobe Premier Pro	59
4.2.2.3	Proses Pengeditan di Adobe Affer Effects	63
4.2.3	Rendering.....	66
4.2.4	Testing	68
4.2.5	Uji Kuesioner.....	69
BAB V PENUTUP.....		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT	31
Tabel 3.2 Hasil Analisis Kelayakan Teknis	38
Tabel 3.3 Rincian Biaya Produksi Waroenk Ramen.....	39
Tabel 3.4 Hasil Analisis Kelayakan Hukum	40
Tabel 3.5 Rancangan Naskah Iklan.....	41
Tabel 3.6 Storyboard.....	43
Tabel 4.1 Pengambilan Video	51
Tabel 4.2 Hasil Review	68
Tabel 4.3 Kriteria Analisis Deskriptif Persentase	69
Tabel 4.4 Kuesioner Penilaian Iklan Waroenk Rame	70
Tabel 4.5 Hasil Penilaian Kuesioner	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengambilan Extreme Close Up	21
Gambar 2.2 Pengambilan Close Up	21
Gambar 2.3 Pengambilan Medium Close Up	22
Gambar 2.4 Pengambilan Medium Shot	22
Gambar 2.5 Pengambilan Long Shot	23
Gambar 2.6 Pengambilan Extreme Long Shot	24
Gambar 2.7 Pengambilan Two Shot	25
Gambar 4.1 Bagan Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi	47
Gambar 4.2 Pengambilan Close Up	48
Gambar 4.3 Pengambilan Medium Close Up	49
Gambar 4.4 Pengambilan Medium Shot	49
Gambar 4.4 Pengambilan Long Shot	49
Gambar 4.6 Pengambilan Two Shot	50
Gambar 4.7 Pengambilan Extreme Close Up	50
Gambar 4.8 File Video Warung Ramen	54
Gambar 4.9 Tampilan New Audio File Adobe Audition	55
Gambar 4.10 Hasil Rekaman Dengan Adobe Audition	56
Gambar 4.11 Pengeditan Suara	56
Gambar 4.12 Tampilan Multitrack	57
Gambar 4.13 Tampilan Multitrack Mix Down	57
Gambar 4.14 Menghilangkan Noise	58
Gambar 4.15 Noise Reducation	58
Gambar 4.16 Proses Import File	59
Gambar 4.17 Proses Import Video	60
Gambar 4.18 Proses Menyusun Video	60
Gambar 4.19 Proses Menyusun Audio	61
Gambar 4.20 Cutting Video	61
Gambar 4.21 Cutting Audio	62
Gambar 4.22 Sebelum Coloring	63
Gambar 4.23 Hasil Coloring	63

Gambar 4.24 Pembuatan Garis	64
Gambar 4.25 Membuat animasi pada garis.....	65
Gambar 4.26 Proses Memperbanyak Garis.....	65
Gambar 4.27 Pembuatan Lingkaran.....	66
Gambar 4.28 Penambahan Teks.....	66
Gambar 4.29 Meng-export Project pada Adobe Premiere Pro	67
Gambar 4.30 Export Setting pada Adobe premiere Pro.....	67
Gambar 4.31 Proses Rendering.....	68



INTISARI

Waroenk Ramen merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner dengan konsep japanese yang berlokasi di wilayah klaten. Waroenk Ramen mencoba untuk memperkenalkan menu ramen ke masyarakat luas. Saat ini media promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut sehingga promosi yang dilakukan kurang. Kurangnya promosi menyebabkan tingkat penjualan turun.

Dengan menggunakan media iklan televisi merupakan salah satu cara yang bagus untuk mempermudah proses promosi. Dengan iklan masyarakat tidak hanya mendapat informasi teks seperti brosur tapi juga hasil dari gabungan editing gambar, suara, dan animasi yang saling mendukung satu sama lain sehingga menghasilkan sesuatu yang menarik perhatian masyarakat.

Hasil analisis masalah ditemukan banyak hal yang masih diabaikan seperti belum dimilikinya surat izin usaha (SIUP) yang bisa berakibat ditutupnya usaha dan belum banyaknya media promosi. Dengan adanya promosi melalui media iklan diharapkan dapat meningkatkan penjualan waroenk ramen.

Kata Kunci: Iklan, Promosi, Waroenk Ramen

ABSTRACT

Waroenk Ramen is a business engaged in the culinary with japanese concept are located in the region klaten. Waroenk Ramen tried to introduce general public to the ramen menu. This time, the media campaign carried out only on word of mouth so the promotion is done in less. The lack of promotions caused the level of sales fall.

By using the media of television advertising is one a great way to simplify the process of promotion. People are not only gets text information such as brochures but they also gets the result of a combination of editing images, sounds, and animations are mutually support each other and thus producing public attention.

Results of analysis of the problem is found a lot of things still ignored as not own a business license (SIUP) are can result in the closing of many businesses and not the media campaign. With the promotion through the media advertising are expected to increase sales of waroenk ramen.

Keywords : Advertisement, promotion, waroenk ramen