

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN KEDAI KOPI *ESPRESSO BAR*  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN ANIMASI**

**SKRIPSI**



disusun oleh :

**Mika Wati**

**13.22.1549**

**JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2014**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN KEDAI KOPI *ESPRESSO BAR*  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN ANIMASI**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
pada jurusan Sistem informasi



disusun oleh

**Mika Wati**

**13.22.1549**

**JURUSAN MANAJEMEN INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2014**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN KEDAI KOPI *ESPRESSO*  
BAR SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN ANIMASI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Mika Wati**

**13.22.1549**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 27 Maret 2014

**Dosen Pembimbing**



**Tonny Hidayat, M.Kom.**  
**NIK. 190302182**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN KEDAI KOPI *ESPRESSO*  
BAR SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN ANIMASI**

yang disusun oleh

**Mika Wati**

**13.22.1549**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 1 Desember 2014

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Tonny Hidayat, M.Kom.**  
**NIK. 190302182**



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

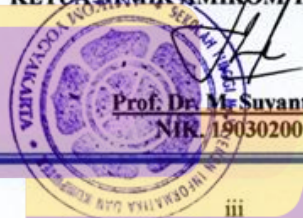


**Mei P Kurniawan, M.Kom.**  
**NIK.190302187**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 7 Desember 2014

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**



**Prof. Dr. M. Suvanto, MM.**  
**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, 1 Desember 2014

Mika Wati  
13.22.1549

## HALAMAN MOTTO

“Bobroknya bangsa ini karena moral yang telah mati”

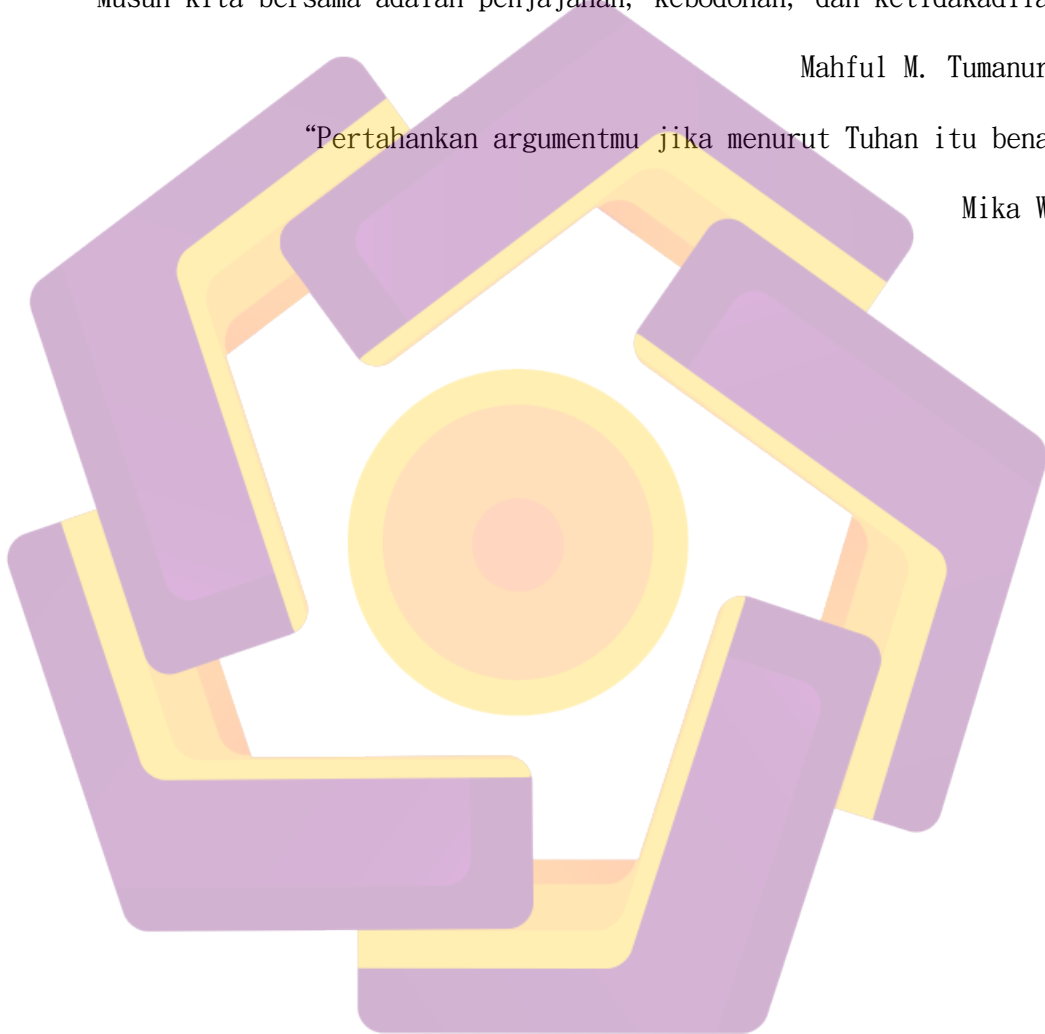
Yudistira Arif Rahman Hakim

“Musuh kita bersama adalah penjajahan, kebodohan, dan ketidakadilan”

Mahful M. Tumanurung

“Pertahankan argumentmu jika menurut Tuhan itu benar”

Mika Wati



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Semesta Alam Tuhan yang Maha Esa, yang sudah memberikan rahmat-Nya.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

**Bapak Sujono dan Mami Atik**

Kalian pendidik yang penuh kasih dan sayang

**Abang Warno dan Abang Prap**

Kalian abang yang selalu mengingatkan ku menjadi adik yang baik

**Mas Udi Rusdiansyah Mustafa**

Terima kasih sudah mengajarkan sebuah kesetiaan

**Tonny Hidayah, M. Kom**

Terima kasih atas bimbingan bapak dalam menyelesaikan skripsi ini

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih & sayangNya sehingga dapat terselesaikan Skripsi ini. Maksud dan tujuan Skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan program S1 pada jurusan Sistem Informasi di STMIK AMIKOM Yogyakarta. Selain itu penulis juga mencoba menerapkan dan membandingkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lingkungan kerja.

Penulis merasa dalam penyusunan laporan ini masih menemukan beberapa kesulitan dan hambatan, samping itu juga penulis menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak.

Menyadari penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto. MM. Selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta yang selama ini menjadi tempat menuntut ilmu.
2. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom. Sebagai Dosen Pembimbing yang telah bersedia untuk meluangkan waktu membimbing, memeriksa, serta memberikan saran dalam penyusunan laporan Skripsi ini.
3. Seluruh staf pengajar di STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan materi perkuliahan selama ini.
4. Kepada mas Nano selaku *Store Manajer* Kedai Kopi *Espresso Bar* yang telah mendukung dan memberikan izin penelitian di cafe tersebut.



5. Kepada mas Adhi dan mas Restu yang sudah membantu selesainya skripsi ini.
6. Kepada sahabat-sahabat terindahku kak Ayuta, kak Titah, kak Dewi, ayuk Emil, Maya, kak Merna dan Mitha makasih ya atas semangatnya.
7. Kepada Anak kost Beauty makasih yang buat dukungan dan omelan kalian tidak boleh bermalas-malasan.
8. Kepada Teman-teman S1-SI-TS yang selalu memotivasi.

Yogyakarta, 1 Desember 2014

Penulis

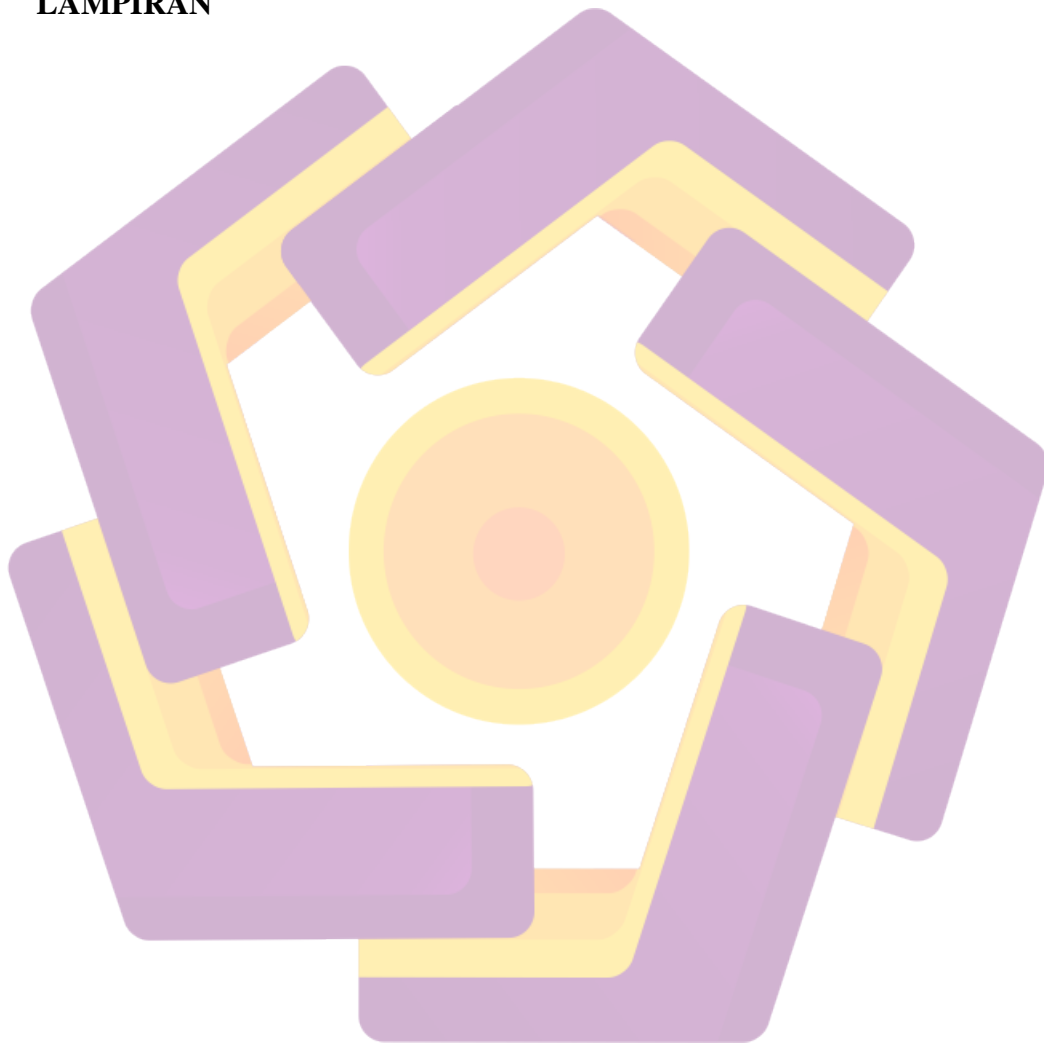
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN KATA MUATIARA.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.5.1 Manfaat Bagi Penulis.....	3
1.5.2 Manfaat Bagi Pihak Kedai Kopi.....	4
1.5.3 Manfaat Bagi Pengembang.....	4
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.1 Metode Observasi.....	4
1.6.2 Metode Wawancara.....	4
1.6.2 Metode Kepustakaan.....	5
1.7 Struktur Penulisan Laporan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 Pengertian Iklan.....	8

2.2 Jenis-jenis Iklan.....	8
2.2.1 Iklan Nasional.....	9
2.2.2 Iklan Lokal.....	9
2.2.3 Iklan Premier dan Selektif.....	9
2.3 Tujuan Iklan Televisi.....	10
2.4 Promosi.....	10
2.5 Strategi Kreatif Iklan.....	11
2.5.1 Proses Kreatif.....	11
2.6 Kreativitas Iklan.....	11
2.7 Perencanaan dan Produksi Iklan Televisi.....	12
2.8 Sejarah Multimedia.....	14
2.9 Definisi Multimedia.....	14
2.10 Pentingnya Multimedia.....	15
2.11 Strategi Positioning.....	15
2.12 Strategi Merancang Naskah dan Storyboard.....	15
2.12.1 Prinsip Dasar dalam Menulis Naskah Multimedia.....	15
2.13 Pengertian Animasi.....	16
2.14 Proses Pembuatan Animasi.....	17
2.15 Animasi 2D.....	17
2.16 Perbedaan Animasi 2D dengan 3D.....	18
2.17 12 Prinsip Dasar Animasi.....	18
2.18 Spesifikasi Perangkat Lunak Multimedia Broadcasting.....	22
2.18.1 Adobe Premier Pro CS6.....	22
2.18.2 Adobe After Effects CS6.....	23
2.20 Spesifikasi Perangkat Keras Multimedia.....	24
2.20.1 Proses Unit.....	24
2.20.2 Kamera.....	25
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Analisis Kebutuhan.....	26
3.1.1 Kebutuhan Fungsional.....	26
3.2 Analisis Segmented.....	26

3.3 Analisis Studi Kelayakan .....	27
3.3.1 Kelayakan Teknik.....	27
3.3.2 Kelayakan Operasional .....	27
3.3.3 Kelayakan Ekonomi.....	27
3.4 Analisis Penjadwalan .....	28
3.6 SWOT ANALISIS .....	34
3.8 Tinjauan Umum .....	48
3.8.1 Sejarah Kedai Kopi.....	48
3.8.2 Struktur Organisasi Kedai Kopi.....	49
3.8.3 Kegiatan Promosi Kedai Kopi .....	50
3.9 Spesifikasi Perangkat Keras.....	51
3.10 Kamera.....	51
3.11 Memproduksi Sistem Multimedia.....	52
3.12 Kamera yang Digunakan.....	57
3.13 Naskah Iklan Kedai Kopi.....	58
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Implementasi.....	66
4.4.1 Produksi Iklan .....	67
4.2 Keunggulan Iklan Kedai Kopi dengan Animasi .....	70
4.3 Tata Suara.....	71
4.4 Tata Cahaya.....	72
4.5 Akting Pemain.....	72
4.6 Tata Kostum.....	72
4.7 Tahapan Pasca Produksi.....	73
4.8 Membuat Proyek Baru .....	74
4.9 Karakter Kopi.....	78
4.10 Membuat Animasi Kopi.....	79
4.11 Mengatur Parent.....	80
4.12 Menganimasikan .....	82
4.13 Membuat Efek Video .....	84
4.14 Gabungan Video dengan Animasi .....	85

4.15 Rendering Videod dan Animasi .....	85
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



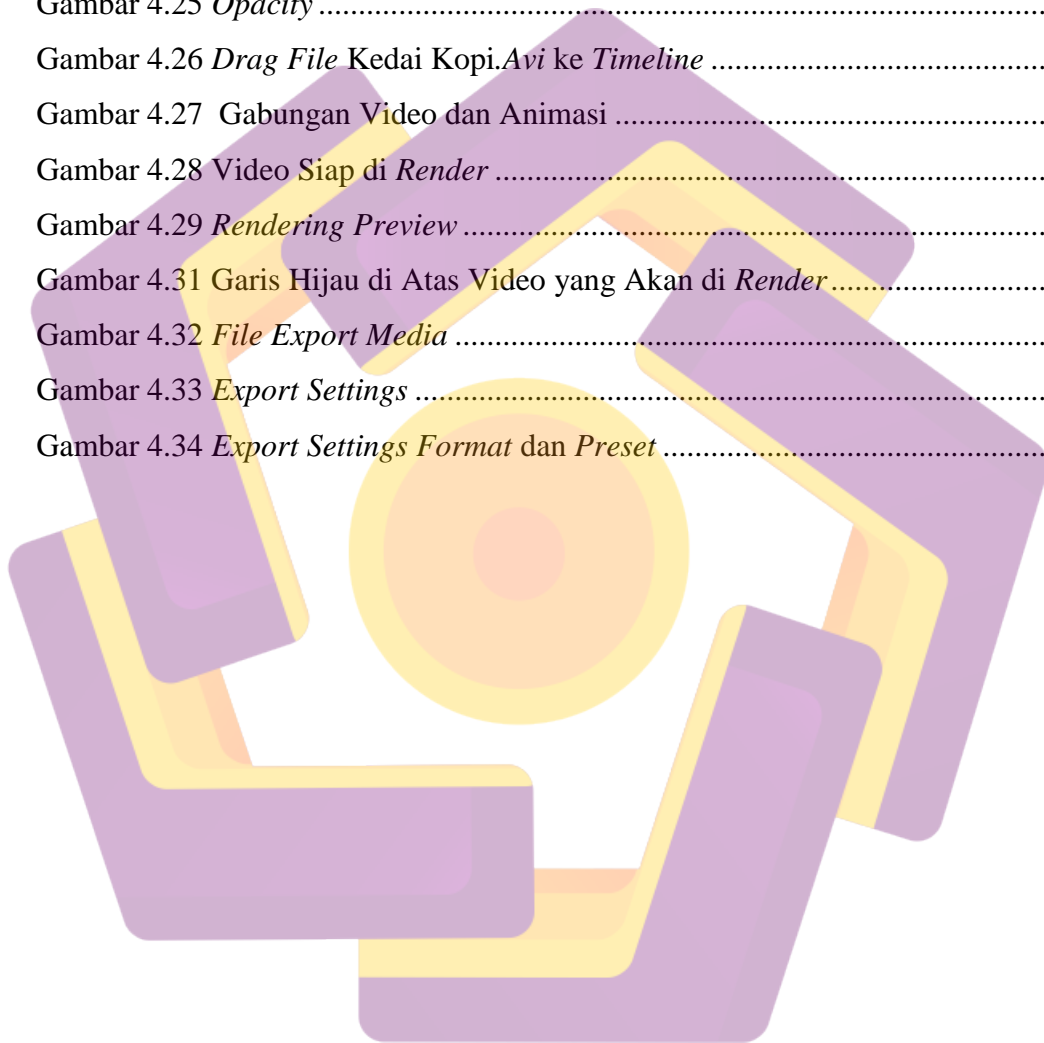
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Elemen Bauran Promosi .....	7
Tabel 2.1 Tabel Elemen Bauran Promosi .....	10
Tabel 2.2 Tabel Tiga Tahap Produksi Iklan Televisi .....	13
Tabel 3.1 Tabel Analisis dan Manfaat Biaya .....	28
Tabel 3.2 Tabel Penjadwalan Proyek .....	30
Tabel 3.3 Tabel Jaringan PERT .....	33
Tabel 3.4 Tabel Kombinasi Strategi .....	38
Tabel 3.5 Tabel Matrik Internal Factor Analysis Summary .....	41
Tabel 3.6 Tabel Matrik Eksternal Factor Analysis Summary .....	43
Tabel 3.7 Tabel Rumusan Kombinasi .....	43
Tabel 3.8 Tabel Kombinasi Strategi Matrik SWOT .....	46
Tabel 3.9 Tabel Matrik Perencanaan Kombinasi Strategi Kuntitatif .....	48
Tabel 3.10 Tabel Stuktur Organisasi .....	49
Tabel 4.1 Tabel Daftar Kegiatan Implementasi .....	61
Tabel 4.2 Tabel Quesioner Penilain Masyarakat Umum .....	84
Tabel 4.3 Tabel Quesioner Penilain Praktisi Multimedia .....	84
Tabel 4.4 Tabel Quesioner Penilain Pegawai Kedai Kopi .....	85
Tabel 4.5 Tabel Hasil Penilaian Masyarakat Umum 20 orang .....	86
Tabel 4.6 Tabel Hasil Penilaian Praktisi Multimedia .....	86
Tabel 4.7 Tabel Hasil Penilaian Pegawai Kedai Kopi .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Adobe Premiere Pro CS6 .....	23
Gambar 2.2 Adobe After Effects CS6 .....	24
Gambar 3.1 Bagan Jaringan PERT .....	33
Gambar 3.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT.....	37
Gambar 3.3 Diagram Cartesius Analisis SWOT Kedai Kopi .....	45
Gambar 3.4 Gambar <i>Billboard</i> Kedai Kopi Espresso Bar .....	50
Gambar 3.5 Gambar Brosur Kedai Kopi.....	51
Gambar 3.6 Gambar Iklan <i>Red Cafe</i> Kebab.....	56
Gambar 3.7 Gambar Iklan <i>Red Cafe</i> Ekspresi Bahagia .....	56
Gambar 3.8 Gambar Kamera Canon 60D .....	57
Gambar 4.1 Pengambilan Gambar Close up .....	63
Gambar 4.2 Pengambilan Gambar Close Up .....	63
Gambar 4.3 Pengambilan Gambar Medium Shot .....	64
Gambar 4.4 Pengambilan Gambar Medium Long Shot.....	64
Gambar 4.5 Pengambilan Gambar Medium Long Shot.....	65
Gambar 4.6 <i>Drive Memory Card</i> pada <i>Windows Explorer</i> .....	68
Gambar 4.7 Tiga Pilihan pada Tampilan Awal Premiere Pro.....	69
Gambar 4.8 Tampilan Form New Project .....	69
Gambar 4.9 Mendrag <i>File Opening Jpg</i> dari Jendela <i>Project</i> ke <i>Timeline</i> .....	70
Gambar 4.10 Menjalankan Video .....	70
Gambar 4.11 Menjalankan Video Gabungan .....	71
Gambar 4.12 <i>Razor Tool</i> .....	71
Gambar 4.13 Mencari <i>Razor Tool</i> di <i>Tool Bar</i> .....	72
Gambar 4.14 Karakter Kopi .....	73
Gambar 4.15 Karakter Kopi dalam CorelDraw .....	73
Gambar 4.16 Layer.....	74
Gambar 4.17 Gambar Awal Animasi Kopi.....	74
Gambar 4.18 Fasilitas Parent .....	75
Gambar 4.19 Klik Bagian Tanda Gembok.....	75

Gambar 4.20 Mengubah Pilihan pada Layer 12.....	76
Gambar 4.21 Memilih <i>Pan Behind tool</i> .....	76
Gambar 4.22 Menggeser Sumbu Tengah Layer 12 ke Kanan Atas .....	77
Gambar 4.23 Klik Segitiga di Sebelah Kiri Transform Pilih Rotation .....	77
Gambar 4.24 <i>Properti Animasi</i> .....	78
Gambar 4.25 <i>Opacity</i> .....	78
Gambar 4.26 <i>Drag File</i> Kedai Kopi.Avi ke <i>Timeline</i> .....	79
Gambar 4.27 Gabungan Video dan Animasi .....	80
Gambar 4.28 Video Siap di <i>Render</i> .....	81
Gambar 4.29 <i>Rendering Preview</i> .....	81
Gambar 4.31 Garis Hijau di Atas Video yang Akan di <i>Render</i> .....	82
Gambar 4.32 <i>File Export Media</i> .....	82
Gambar 4.33 <i>Export Settings</i> .....	83
Gambar 4.34 <i>Export Settings Format dan Preset</i> .....	83





## INTISARI

Saat ini media promosi yang sudah dipadukan dengan teknologi telah menyentuh kehidupan manusia dari radio, televisi, bioskop, internet, mobile phone dan lain sebagainya, bahkan kini orang mampu mengakses dunia periklanan tanpa meninggalkan rumah. Sarana iklan televisi begitu efektif untuk media promosi yang sangat cepat dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian penelitian ini akan memberikan dampak positif kepada "Kedai Kopi Espresso Bar" yang selama ini masih kurang pada bagian pemasarannya.

Pembuatan iklan ini dilakukan dengan menggunakan strategi periklanan media televisi yang merupakan hasil dari perpaduan proses editing gambar, suara dan juga teks lewat aplikasi multimedia.

Dari hasil analisis didapat bahwa dengan melakukan pemasaran melalui iklan terhadap "Kedai Kopi *Espresso Bar*" akan lebih efektif dan efisien, selain itu juga hasil yang didapat lebih maksimal dan dapat meningkatkan penjualan di "Kedai Kopi *Espresso Bar*".

**Kata Kunci :** Teknologi, Multimedia, Editing, Periklanan, Televisi

## **ABSTRACT**

*Currently, the media campaign that has been combined with the technology has touched the lives of radio, television, cinema, internet, mobile phone and so even today people are able to access the advertising world without leaving home. Means of television advertising so effective media campaign was quickly recognized by the public. Thus, this research will positively impact the "Espresso Bar" that is still lacking in the marketing.*

*Ad creation is done using the medium of television advertising strategies that are the result of the fusion process of editing images, sound and text via multimedia applications.*

*From the results of analyzes obtained that by marketing through ads to "Espresso Bar" will be more effective and efficient, but it also results obtained more leverage and can increase sales " Espresso Bar".*

**Keywords :** *Technology, Multimedia, Editing, Advertising, Television*

