

**PEMBUATAN IKLAN CANTIKA CATERING SEBAGAI MEDIA
PROMOSI MELALUI TELEVISI**

Skripsi



M. Bima Sakti. W

07.12.2198

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMENINFORMATIKA DAN
KOMPUTERAMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

**PEMBUATAN IKLAN CANTIKA CATERING SEBAGAI MEDIA
PROMOSI MELALUI TELEVISI**

SKRIPSI



disusun oleh

Mauritius Bima Sakti Wijanarko

07.12.2198

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

**PEMBUATAN IKLAN CANTIKA CATERING SEBAGAI MEDIA
PROMOSI MELALUI TELEVISI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Mauritius Bima Sakti Wijanarko

07.12.2198

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN CANTIKA CATERING SEBAGAI MEDIA
PROMOSI MELALUI TELEVISI**

yang disusun oleh

Mauritius Bima Sakti Wijanarko

07.12.2198

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 16 Januari 2014

Dosen Pembimbing,



Tonny Hidayat, M.Kom

NIK. 190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN CANTIKA CATERING SEBAGAI MEDIA
PROMOSI MELALUI TELEVISI**

yang disusun oleh

Mauritius Bima Sakti Wijanarko

07.12.2198

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 September 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Pandan P Purwa Candra, M.Kom
NIK. 190302190

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Tonny Hidavat, M.Kom
NIK. 190302182

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 November 2014



KETUA SEMKAM AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suvanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi yang berjudul :

“PEMBUATAN IKLAN CANTIKA CATERING SEBAGAI MEDIA PROMOSI MELALUI TELEVISI”

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 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, 25 Oktober 2014

Meterai
Rp. 6.000

Mauritius Bimasakti Wijanarko

NIM. 07.12.2198

MOTTO

“JIKA DUNIA TERNYATA KEJAM TERHADAPMU, MAKA TIDAK ADA JALAN LAIN SELAIN MELAWANNYA. KARENA TIDAK AKAN ADA SEORANGPUN YANG AKAN MENOLONGMU JIKA KAMU TIDAK BERUSAHA.” - RORONOA ZORO

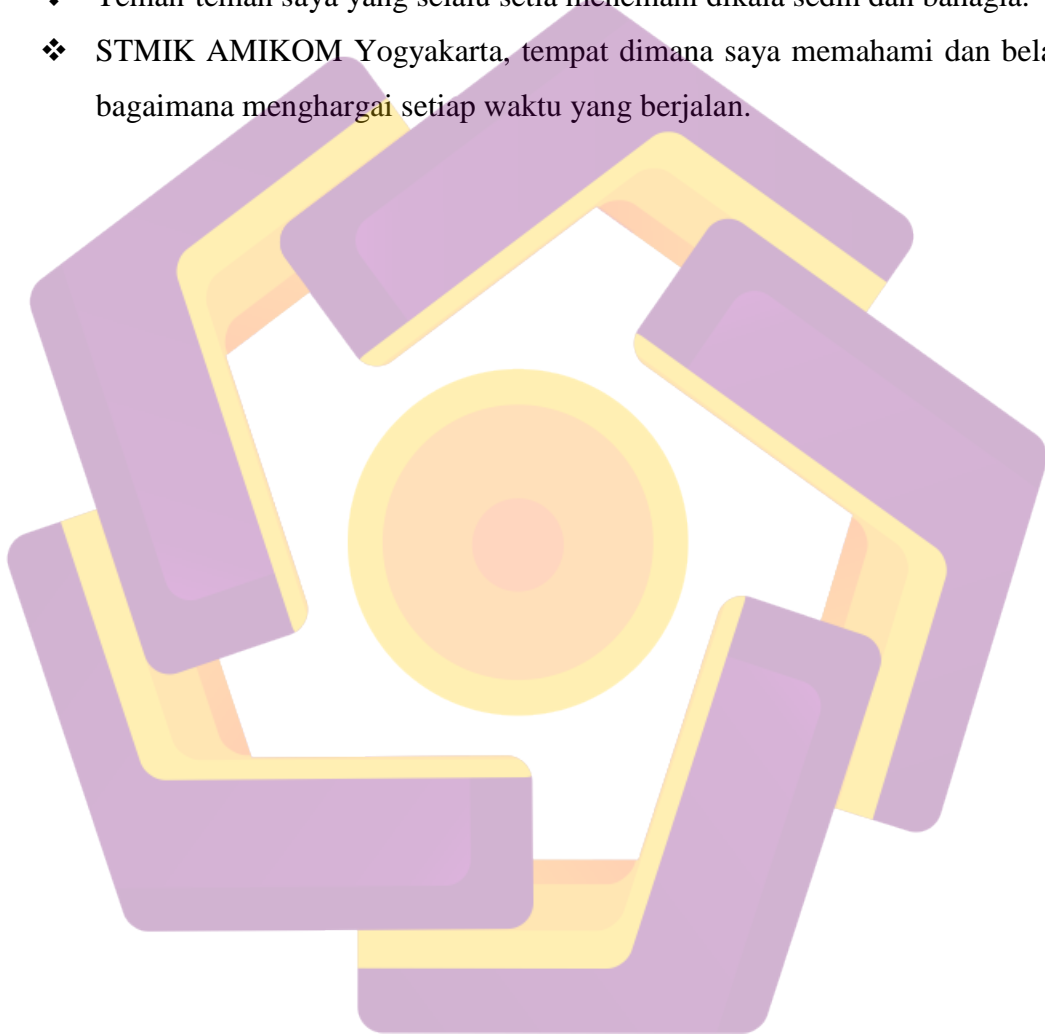
“DUNIA INI SANGATLAH LUAS, DAN SEGALA KEBEBASANNYA ADA DILUAR SANA. MAKA TETAPLAH HIDUP! PAHAMILAH BAGAIMANA DUNIA INI BEKERJA DAN BIARKAN MIMPI TERBESARMU MEMBIMBINGMU SAMPAI AKHIR. PILIHLAH JALAN HIDUPMU SENDIRI DAN LAKUKAN SEMUA DENGAN BANGGA.” - MAURITIUS BIMA S.W

“JIKA KAMU MERASA TIDAK MAMPU MENJADI ORANG YANG PINTAR, MAKA JADILAH ORANG BAIK YANG CERDIK.” - MAURITIUS BIMA S.W

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Kota Yogyakarta, tempat dimana saya belajar tentang banyak hal.
- ❖ Keluarga yang saya kasihi dan hormati, tempat dimana saya bersandar berbagi dan saling peduli.
- ❖ Teman-teman saya yang selalu setia menemani dikala sedih dan bahagia.
- ❖ STMIK AMIKOM Yogyakarta, tempat dimana saya memahami dan belajar bagaimana menghargai setiap waktu yang berjalan.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah Bapa yang ada di surga, karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pembuatan Iklan Cantika Catering sebagai Media Promosi Melalui Televisi”** ini. Dengan adanya skripsi ini, salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer, STMIK AMIKOM Yogyakarta sudah terpenuhi.

Penulis sadar bahwa masih banyak sekali kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Hal ini dikarenakan keterbatasan daya nalar ilmiah penulis yang belum memadai. Semoga pada penelitian yang akan datang, skripsi ini dapat lebih disempurnakan lagi. Tak lupa penulis ucapkan beribu-ribu terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada orang-orang di sekitar penulis yang telah memberikan bantuan baik secara moral maupun material kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan terutama kepada:

1. Ayah, Ibu, dan Kakak tercinta, Alb.Bambang Wijanarko, Emiliana Juwariyah, Oktavianus Kunto Sakti Wijanarko yang telah memberikan perhatian dan kasih sayang yang begitu besar, mendoakan serta membiayai penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Tony Hidayat dosen pembimbing yang telah dengan sabar membantu penulis, memberikan pengetahuan dan arahnya guna kesempurnaan skripsi ini.

3. Bapak Melwin Syafrizal, yang pernah memberikan semangat dan tujuan-tujuan baru melalui seminarnya yang beliau selenggarakan untuk mahasiswa yang perlu bimbingan.
4. Teman-temanku yang luar biasa, yang telah bersedia membantu penulis menyelesaikan skripsinya, Pepen, Yogi Santoso, Vivian Claire Honan, Yohanes Dimas Pradana, Risal Cahya Saputra, dkk (maaf jika ada yang belum disebutkan berhubung keterbatasan memori penulis).
5. Segenap jajaran dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis dan teman-teman lainnya selama perkuliahan guna menjadikan kami pribadi yang lebih baik.
6. Seluruh teman-teman STMIK AMIKOM Yogyakarta 2007 S1_SI B, Muhamad Ilyas.P , Agam Sakajati, Rico panjaitan, Edwindaru, Doi, Ihsan (kucing) , Rangga, Didik.P , Mardo Pelupessy, Marcal, Alpon, mas Haryoko, dkk.
7. Seluruh teman-teman bermain, bertukar pikiran, dan teman yang menginspirasi, Alfon, Daniel Pay Halim, Berry, Ery, Leon, Tjoa, Chandra, Hanung, Febri, Adit, Benson, Viktor, Kirby, Tattit, Abi, Yefta, Fernandes, Bang Valen, Harida, Anggono, Ipung , Pepen Purnama, Meidawati, Lilis suryani, Paulina, Claudia. C.C, Victoria Jhonson, Anteja Kovacic.
8. Teman-teman berkarya Antonius Purwanto, Mikael Yudi, Elisabeth Nenny, Pepen, Pay, Grace Irsat, Yohanes Seno, Benadeta Susilo, Ari Kristianto, Kelompok Kroncong Bakmi Pak Kadin Pak Jimbo, Pak Yan, dkk.

9. Teman kos Joho, Adi Suneo, Priamuda Yudi, Mahendra Arry, Adit, Ryan, Kuncoro;

10. Teman-teman Jambon Gesikan, Alif, Afif, Affan, Adi, Ade, Doti, Wisnu, Awan, Bokir, dan semua teman-teman yang belum disebut. Semuanya, persahabatan kita tak akan pernah luntur meski jarak dan waktu memisahkan kita. Aku percaya, hari esok kita akan bisa bersenang-senang kembali seperti dulu kala.

11. Teman dan pengajar EME yogyakarta Rinda, seli, Carmen, Santi, Paska, Ridho, Fariz, Dimas, Risal, Zu, Merry, Intan, Melly, Mas Arga, Dian, Diah.

12. Segenap staf dan karyawan STMIK AMIKOM Yogyakarta, terima kasih atas bantuannya sehingga selama perkuliahan dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Akhir kata, semoga Tuhan senantiasa menyertai kita semua, baik saat suka maupun duka. Banyak hal yang tidak dapat kita lakukan dan hanya dengan rahmat-Nya semua itu dapat terselesaikan dengan baik. Semoga penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Yogyakarta, 25 September 2014

Penulis

Mauritius Bima S.W

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Metodologi Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.2. Konsep Dasar Periklanan	7
2.3. Sejarah Periklanan	8
2.3.1 Masa setelah ditemukannya mesin cetak	9
2.4. Manajemen Periklanan	12
2.5 Jenis-jenis Iklan	12

2.6	Proses Pembuatan Iklan	13
2.6.1	Mengenali Khalayak	13
2.6.2	Penetapan Tujuan Pemasangan Iklan.....	13
2.6.3	Penyusunan Naskah Iklan	14
2.6.4	Penyusunan Anggaran Biaya	14
2.6.5	Jadwal Pemasangan Iklan	16
2.6.6	Pemilihan Media yang Tepat	17
2.7	Aturan Beriklan di Televisi Lokal.....	17
2.8	Pengertian Promosi	20
2.8.1	Tujuan Promosi	22
2.9	Pengertian Animasi	23
2.10	Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	20
2.11	Software Yang Digunakan	
2.11.1	Adobe Premiere Pro CS3	25
2.11.2	Adobe After Effect.....	26
2.11.3	Adobe Photoshop	26
2.12	Dasar Video.....	27
2.13	Teknik Pembidikan Kamera.....	28
2.14	Jenis Penelitian.....	31
2.14.1	Penelitian Deskriptif.....	31
2.14.1.1	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	31
2.14.1.2	Design Pengukuran	31
2.14.1.3	Skala Guttman.....	31
2.15	Syarat Sampel Yang Baik	32
2.16	Ukuran Sampel.....	35
2.17	Teknik Pengambilan Sampel.....	37
2.18	Simple Random Sampling.....	37
2.19	Teknik Pengumpulan Data	39
2.19.1	Teknik Pengumpulan Data dengan Angket atau Kuesioner	39

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

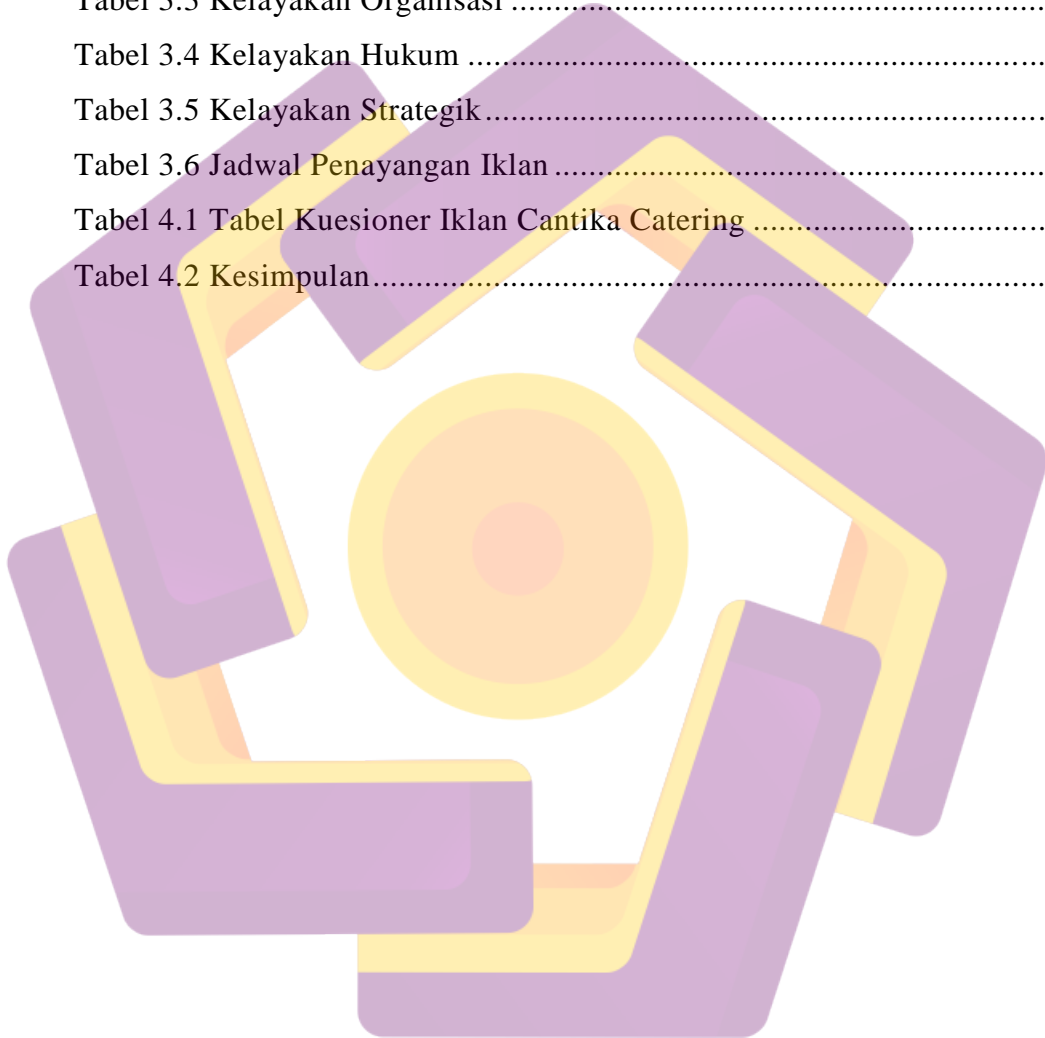
3.1. Gambaran Umum	42
3.1.1 Sejarah Cantika Catering.....	42
3.1.2 Visi dan Misi	43
3.2 Logo Cantika.....	44
3.3 Proses Analisis	45
3.3.1 Indentifikasi Masalah	45
3.3.2 Analisis Kebutuhan Sistem Baru	46
3.3.2.1 Analisis SWOT	46
3.4 Analisis Kebutuhan Sistem.....	49
3.4.1 Analisis Kebutuhan Informasi	49
3.4.2 Kebutuhan Hardware	50
3.4.3 Kebutuhan Software	50
3.4.4 Kebutuhan Brainware	51
3.5 Rancangan Konsep Iklan	51
3.6 Tahap Pembuatan Iklan	52
3.7 Tahap Praproduksi	52
3.7.1 Naskah	52
3.7.1.1 Naskah Iklan Cantika Catering	52
3.7.2 Story Board	54
3.8 Perencanaan Jadwal Syuting.....	58
3.9 Analisis Studi Kelayakan.....	59
3.9.1 Kelayakan Teknis	59
3.9.2 Kelayakan Operasi/ Organisasi.....	60
3.9.3 Kelayakan Hukum	61
3.9.4 Kelayakan Strategik.....	62
3.10 Jadwal Penayangan Iklan	63
3.11 Media Penyampaian Iklan.....	63
3.11.1 Jangkauan Media	63

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

4.1. Implementasi Sistem	65
4.1.1 Pengambilan Gambar	65
4.1.2 Manajemen File	66
4.1.3 Hasil Pengambilan Gambar	67
4.1.4 Pembuatan Intro Iklan	69
4.1.5 Pembuatan Materi Iklan	71
4.1.6 Pembuatan Jingle Iklan	72
4.1.7 Penggabungan Materi Iklan	74
4.2 Hasil Implementasi	76
4.2.1 Tampilan Intro	76
4.2.2 Tampilan Materi Iklan	77
4.2.3 Tampilan Outro	81
4.3 Uji Iklan	82
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Marketing Price List RBTBTV	20
Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT	49
Tabel 3.2 Perencanaan Jadwal Syuting	59
Tabel 3.3 Kelayakan Organisasi	61
Tabel 3.4 Kelayakan Hukum	61
Tabel 3.5 Kelayakan Strategik	62
Tabel 3.6 Jadwal Penayangan Iklan	63
Tabel 4.1 Tabel Kuesioner Iklan Cantika Catering	83
Tabel 4.2 Kesimpulan	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Adobe Premiere Pro CS3.....	25
Gambar 2.2 Adobe After Effect CS3	26
Gambar 2.3 Adobe Photoshop CS3.....	27
Gambar 3.1 Logo Cantika.....	44
Gambar 4.1 Kamera Cannon EOS 1100D	66
Gambar 4.2 Sandisk8Gb	66
Gambar 4.3 Proses pemindahan file.....	67
Gambar 4.4 Tampilan Hasil Pengambilan Gambar Penataan meja	68
Gambar 4.5 Tampilan Hasil Pengambilan Gambar Hidangan	68
Gambar 4.6 Tampilan Hasil Pengambilan Gambar Keakraban	69
Gambar 4.7 Tampilan Size Intro Iklan Cantika Catering	70
Gambar 4.8 Tampilan Pembuatan Intro Iklan Cantika Catering	70
Gambar 4.9 Tampilan Proses Pembuatan Materi Iklan	71
Gambar 4.10 Tampilan Penggabungan Materi Iklan Cantika Catering.....	72
Gambar 4.11 Tampilan Pembuatan Jingle Iklan.....	73
Gambar 4.12 Tampilan Proses Audio Mixdown Jingle	73
Gambar 4.13 TampilanTampilan Proses Convert Data Jingle	74
Gambar 4.14 Tampilan Import data	75
Gambar 4.15 Import Penggabungan Data	76
Gambar 4.16 Tampilan Intro Cantika Catering	77
Gambar 4.17 Tampilan Interior Cantika Catering	78
Gambar 4.18 Tampilan Produk Cantika Catering	78
Gambar 4.19 Tampilan Properti Cantika Catering	79
Gambar 4.20 Tampilan Penyajian Meja	79
Gambar 4.21 Tampilan Keakraban	80
Gambar 4.22 Tampilan Hidangan	80
Gambar 4.23 Tampilan Copy Iklan.....	81
Gambar 4.24 Tampilan Outro Iklan	81

ABSTRACT

Cantika Catering requires a media campaign to better known to the public and to increase the value of sales. So that media can be a strategy to compete with other Catering companies. This Ad Creation picks interviews, observation and documentation to obtains the data.

An attractive television design ad and creativity in ad creation is expected to improve of the good brand image and positive for the company. The final selection results by using the video format is due to the delivery of visual and audio information would be better than just using one of them.

These ads will be video lasts approximately 40 seconds indicates a positive image to make it more widely known to increase the sales value of the company. And the results of making these ads is expected to be a reference, or benchmarks in the creation and design of advertisements by the student, novice, teachers, etc.

Keywords : *Cantika Catering, televison advertising*

INTISARI

Cantika Catering membutuhkan media promosi untuk lebih dikenal masyarakat dan untuk meningkatkan nilai penjualan. Sehingga media tersebut dapat menjadi strategi untuk bersaing dengan perusahaan Catering yang lain. Pembuatan Iklan Cantika Catering ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memperoleh data. Perancangan iklan televisi yang menarik dan kreatifitas dalam pembuatan iklan diharapkan dapat meningkatkan citra yang baik dan positif untuk perusahaan.

Pemilihan hasil akhir dengan menggunakan format video adalah karena penyampaian informasi secara visual dan audio akan lebih baik daripada hanya menggunakan salah satunya.

Pembuatan Iklan ini akan berupa video berdurasi kurang lebih 40 detik yang menunjukkan citra positif supaya lebih dikenal masyarakat luas guna meningkatkan nilai jual perusahaan. Dan hasil dari pembuatan Iklan ini diharapkan dapat menjadi acuan, atau tolak ukur dalam pembuatan dan perancangan iklan oleh mahasiswa, pemula, pengajar, dan lain sebagainya.

Kata Kunci : *Cantika Catering, Periklanan Televisi*