

**PEMBUATAN IKLAN MIE AYAM MAS YUDI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI BERBASIS MULTIMEDIA**

SKRIPSI



disusun oleh

Sulastri

10.12.4815

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

**PEMBUATAN IKLAN MIE AYAM MAS YUDI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI BERBASIS MULTIMEDIA**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Sulastri

10.12.4815

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN MIE AYAM MAS YUDI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI BERBASIS MULTIMEDIA**


yang dipersiapkan dan disusun oleh

Sulastri

10.12.4815

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 9 Oktober 2013

Dosen Pembimbing,


Hanif Al Fatta, M.Kom
NIK. 190302096

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN MIE AYAM MAS YUDI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI BERBASIS MULTIMEDIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Sulastri

10.12.4815

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 11 Febuari 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Joko Dwi Santoso, M.Kom
NIK. 190302181

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Hanif Al Fatta, M.Kom
NIK. 190302096



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 28 Februari 2014

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



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

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan 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, 25 Februari 2014

Sulastri
10.12.4815

MOTTO

- “Selalu libatkan Tuhan dalam setiap kegiatan apapun”
- “Hidup Yang tidak di pertaruhkan, maka tidak akan pula di Menangkan”
- “Jangan Bangga, jika hidup hanya di Maklumi”
- “Pedang terbaik yang Anda miliki adalah kesabaran tanpa batas.”
- “Lakukan yang terbaik pada setiap saat yang kamu miliki.”
- “Sukses bukanlah sebuah akhir dan kegagalan bukanlah sebuah awal.”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Setelah berjuang dan menghadapi berbagai rintangan dalam pengerjaan. Akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis Mempersembahkan Skripsi ini kepada :

- ✓ Maha Segalanya Allah SWT. Yang telah memberikan yang terbaik, kesehatan, kebahagiaan, ilmu, rezeki serta kelancaran dalam menyelesaikan Skripsi ini.
- ✓ Orang Tua terkasih, “Pae” Sukadi Hadi Wiyono dan “Mae” Lasiyem, yang selalu mengarahkan, memberi nasehat serta mengasihi hingga penulis dapat bertumbuh dewasa.
- ✓ Saudaraku tersayang, Mbak Sulis, Mbak @v3_machi , dan dek @sigit_tanto , yang memberikan Keceriaan bahkan tangisan di setiap harinya.
- ✓ Dan yang di dalam hati, yang memicu penulis untuk berusaha melakukan yang terbaik untuk hari ini, esok dan seterusnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji dan syukur alhamdulillahirobbil'alamin kepada Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pembuatan Iklan Mie Ayam Mas Yudi Sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia”.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Komputer pada STMIK AMIKOM Yogyakarta dan atas apa yang telah diajarkan selama perkuliahan baik teori maupun praktik.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer “AMIKOM” Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, M.M. ketua jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih banyak atas bantuan, dukungan, semangat, kesabaran, dan pengetahuannya dalam membimbing, serta kemudahan yang telah diberikan.
4. Pihak Mie Ayam Mas Yudi yang telah memberikan ijin penelitian, Terimakasih Mas Imam selaku Manager Outlet Seturan dan Mas Fandy selaku Karyawan yang membantu dalam pengumpulan data.

5. Crew crew yang terlibat dalam Produksi @ipi_MF ,@fathullahsyauqi , @kplie_ , @welly_putri , @aghustinna , @ikhaciel , @mn_habibye , @kmatty, @trifirdhaus dan dek Aldie.
6. Konco kenthel ku, @Desy_Ve , @Nna_Litta , @dheadhenr_ yang bersedia di repotkan bahkan jatuh bangun bersama sampai sejauh ini.
7. Bebeb @lisakyu , @nonnanisha , @niapadma , @RissaPasaribu . @Kandani_og, @Wyna_Kodong yang selalu menghibur di saat kegalauan melanda.
8. Anak anak “Shumbuk Community” @deewiiratnasari dkk. Yang selalu memberikan tawa canda bahkan suka dan duka.
9. Teman teman, 10S1SI 06 super “ketjeh-able” yang udah sama sama berjuang.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan, kemampuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk memperbaiki tugas akhir ini semoga dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 28 Februari 2014

Sulastris

10.12.4815

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Pengumpulan Data	3
1.6.1 Metode Observasi.....	3
1.6.2 Metode Wawancara.....	3
1.6.3 Metode Kepustakaan.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Konsep dasar Multimedia.....	6
2.1.1 Pengertian Multimedia.....	6
2.1.2 Definisi Multimedia	7
2.1.3 Obyek- Obyek Multimedia	8

2.1.3.1	Teks.....	8
2.1.3.2	Grafis	8
2.1.3.3	Audio	9
2.1.3.4	Video.....	9
2.1.3.5	Animasi.....	9
2.2	Pengertian Iklan.....	9
2.2.1	Jenis-jenis Iklan.....	10
2.2.1.1	Iklan Nasional.....	10
2.2.1.2	Iklan Lokal.....	10
2.2.1.3	Iklan Primer dan Selektif.....	11
2.3	Tujuan Iklan Televisi.....	11
2.3.1	Iklan Informative.....	11
2.3.2	Iklan Persuasive	11
2.3.3	Iklan Peningat.....	12
2.3.4	Iklan Penambah Nilai.....	12
2.3.5	Iklan Bantuan Aktivitas Lain	12
2.4	Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi.....	13
2.4.1	Kekuatan Iklan Televisi	13
2.4.2	Kelemahan Iklan Televisi	13
2.5	Managemen Periklanan	13
2.6	Strategi Perancangan Iklan Televisi.....	14
2.6.1	Strategi Menetapkan Audien Sasaran	14
2.6.2	Strategi Pembidikan Pasar Dan Penentuan Posisi.....	15
2.6.3	Strategi Mencari Keunggulan Produk.....	15
2.6.4	Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi	15
2.6.5	Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi.....	15
2.6.6	Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan Televisi.....	16
2.6.7	Strategi Merancang Slogan, Logo, Dan Symbol Dalam Eksekusi Pesan Iklan Televisi.....	16
2.6.8	Strategi Merancang Naskah Dan Stroryboard Iklan Televisi	16

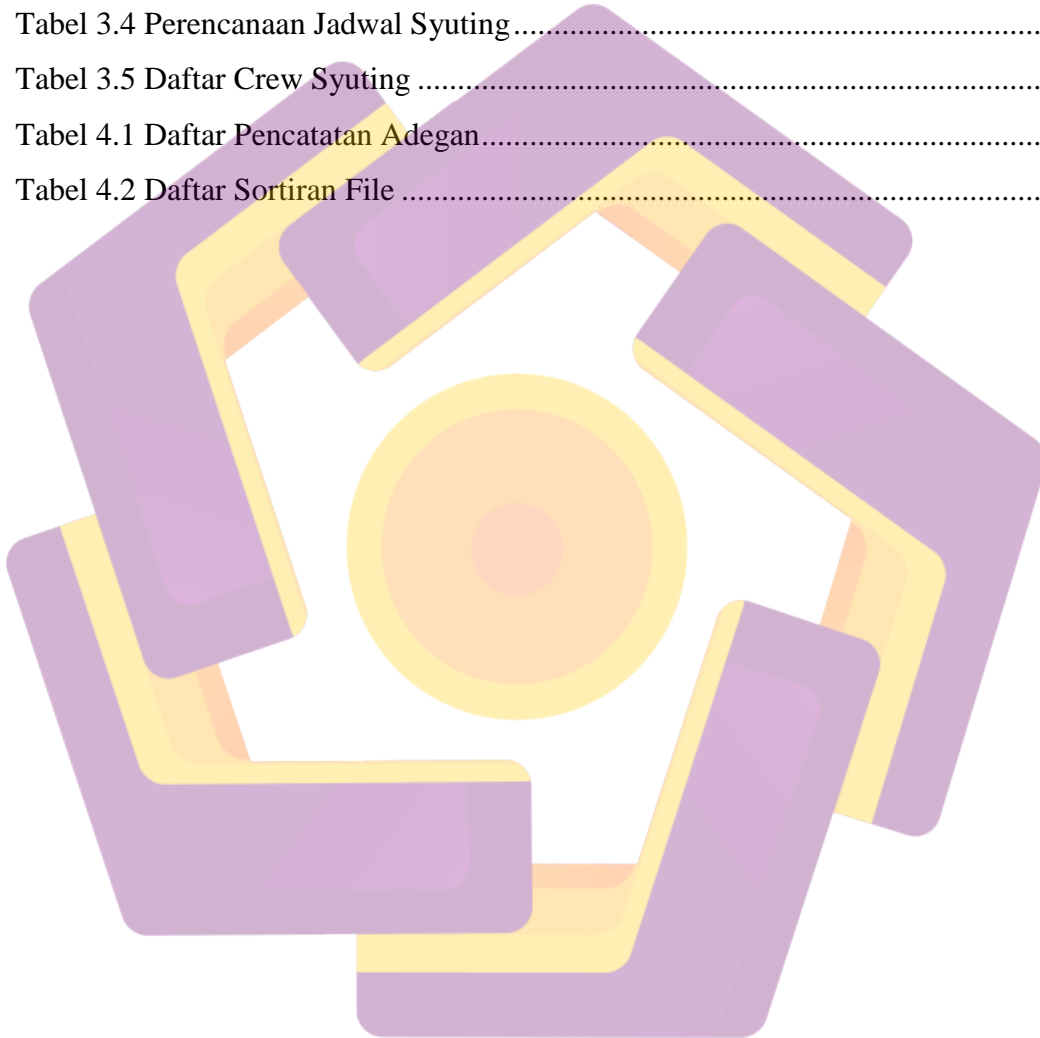
2.6.9	Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	16
2.7	Promosi.....	16
2.8	Strategi Kreatif Iklan	18
2.8.1	Proses Kreatif.....	18
2.8.2	Kreativitas Iklan	18
2.9	Memproduksi Iklan Televisi.....	19
2.9.1	Tahap Pra Produksi	19
2.9.1.1	Penetapan Ide Cerita	19
2.9.1.2	Penuangan Ide Dalam Bentuk Naskah (Script)	20
2.9.1.3	Pembuatan Storyboard.....	20
2.9.2	Tahap Produksi	20
2.9.2.1	Tahap Pasca Produksi	20
2.9.3	Spesifikasi Perangkat LunakMultimedia Broadcasting yang Digunakan 21	
2.9.3.1	Adobe Premier Pro CC	21
2.9.3.2	Adobe Affer Effects Pro CC.....	22
2.10	Spesifikasi Perangkat Keras Multimedia Broadcasting yang Digunakan	23
2.10.1	Prosesing Unit.....	23
2.10.2	Kamera	24
BAB III	25
ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	25
3.1	Tinjauan Umum.....	25
3.1.1	Latar Belakang Mie Ayam Mas Yudi	25
3.2	Visi dan Mie Ayam Mas Yudi	25
3.2.1	Visi Usaha.....	26
3.2.2	Misi Usaha	26
3.3	Mie Ayam Mas Yudi dikelola oleh beberapa divisi, yaitu :.....	27
3.4	Menu makanan dan minuman Mie Ayam Mas Yudi	27
3.4.1	Makanan.....	27
3.4.2	Minuman	30

3.5	Ruangan Mie Ayam Mas Yudi.....	32
3.6	Persaingan Usaha	33
3.7	Analisis Masalah	33
3.7.1	Identifikasi Masalah.....	33
3.7.2	Analisis kelemahan system	34
3.7.3	Analisis SWOT	35
3.7.4	Hasil Analisis Swot.....	36
3.7.4.1	Analisis Strengths (kekuatan)	36
3.7.4.2	Analisis Weakness (kelemahan)	36
3.7.4.3	Analisis Opportunity (peluang)	37
3.7.4.4	Analisis Threat (Ancaman).....	37
	Analisis ancaman dari pembuatan iklan Mie Ayam Mas Yudi adalah :.....	37
3.8	Analisis Kebutuhan Sistem	38
3.8.1	Perangkat Keras (Hardware).....	38
3.8.1.1	Komputer	38
3.8.2	Perangkat Lunak (Software)	39
3.8.3	Sumber Daya Manusia (Brainware).....	39
3.8.4	Data Penayangan Iklan di RBTv	40
3.9	Studi Kelayakan Sistem.....	40
3.10	Proses Pembuatan Iklan Mie Ayam Mas Yudi sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia	42
3.10.1	Tahap pra produksi.....	42
3.10.1.1	Perancangan Ide Cerita	42
3.10.1.2	Konsep Iklan Televisi	43
3.10.1.3	Media Iklan	44
3.10.1.4	Naskah Iklan Televisi	44
3.10.1.5	Perencanaan Jadwal Syuting.....	51
3.10.1.6	Pembentukan Crew Syuting.....	53
BAB IV	55
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	55

4.1	Implementasi	55
4.2	Tahap Produksi.....	55
4.2.1	Proses Pengambilan Gambar Gerak (<i>Video Shooting</i>).....	55
4.2.2	Peralatan Syuting yang Digunakan	56
4.2.2.1	Shooting.....	56
4.2.2.2	Mensortir File Video Hasil Syuting.....	59
4.3	Tahap Pasca Produksi.....	60
4.3.1	Proses Capturing	60
4.3.1.1	Capturing Video.....	60
4.3.2	Proses Editing	61
4.3.2.1	Animasi Logo Mie Ayam Mas Yudi	61
4.3.2.2	Render File Adobe After Effects Pro CC	67
4.3.2.3	Adobe Premiere Pro Cc	68
4.3.3	Tampilan Iklan	72
4.3.4	Rencana Penayangan Iklan	74
BAB V	75
PENUTUP	75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

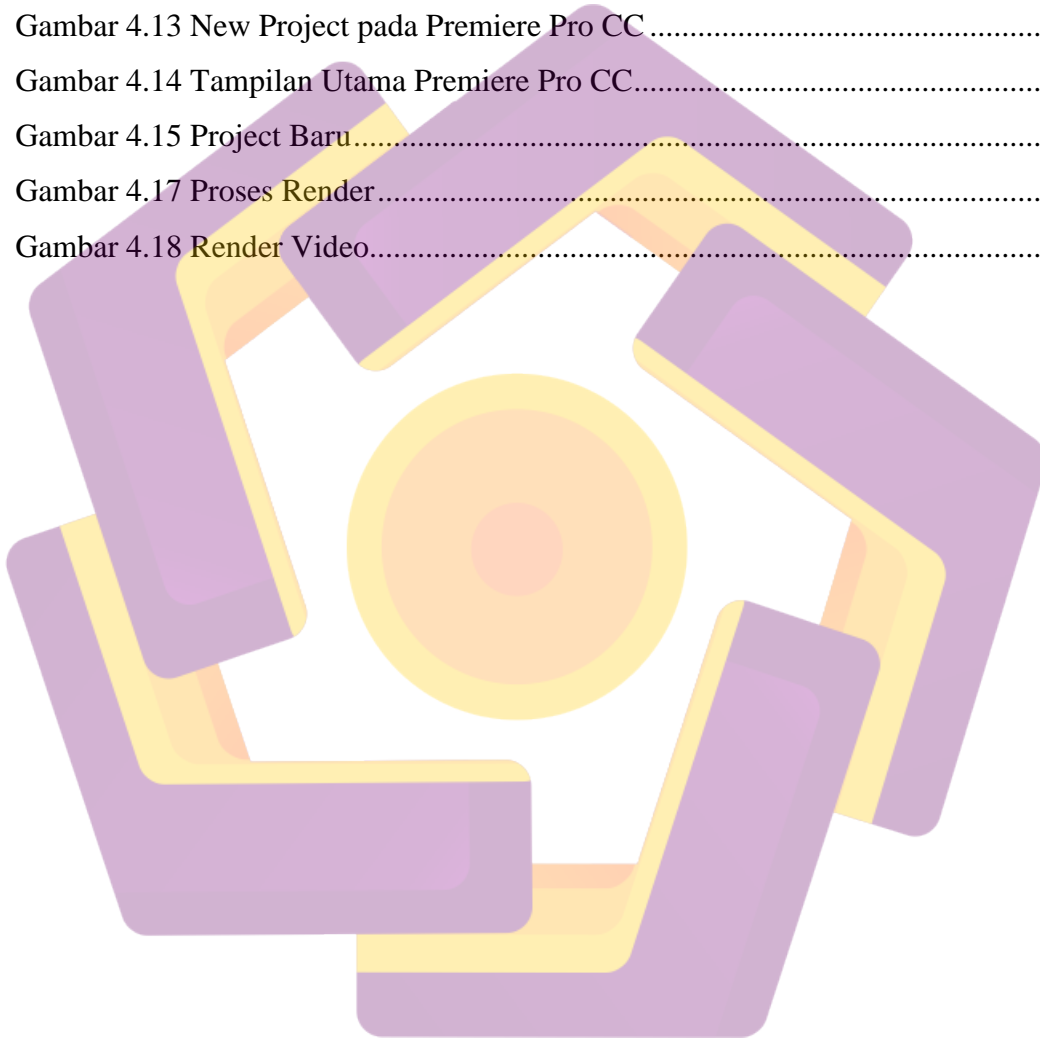
Tabel 3.1 Faktor Kelayakan	40
Tabel 3.2 Naskah Iklan	44
Tabel 3.3 Storyboard Iklan.....	47
Tabel 3.4 Perencanaan Jadwal Syuting.....	52
Tabel 3.5 Daftar Crew Syuting	53
Tabel 4.1 Daftar Pencatatan Adegan.....	56
Tabel 4.2 Daftar Sortiran File	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Managemen Periklanan.....	14
Gambar 2.2 Elemen Bauran Promosi.....	17
Gambar 2.3 Tiga Tahap Produksi Iklan Televisi	21
Gambar 2.4 Adobe Premier Pro CC.....	22
Gambar 2.5 Adobe Affer Effects Pro CC	23
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Mie Ayam Mas Yudi.....	27
Gambar 3.2 Combo Yamie	27
Gambar 3.3 Combo Tasty	28
Gambar 3.4 Paket Asin	28
Gambar 3.5 Paket Ayam	28
Gambar 3.6 Paket Manis	29
Gambar 3.7 Mie Ayam.....	29
Gambar 3.8 Yammie	30
Gambar 3.9 Topping	30
Gambar 3.10 Es Teh.....	30
Gambar 3.11 Juice Strawberi	31
Gambar 3.12 Juice Tomat	31
Gambar 3.13 Ruang kerja / Dapur Mie Ayam Mas Yudi	32
Gambar 3.14 Ruang Makan Mie Ayam Mas Yudi Lantai bawah.....	32
Gambar 3.15 Ruang Makan Mie Ayam Mas Yudi Lantai atas.....	32
Gambar 3.16 Tahap Pekerjaan	42
Gambar 4.1 Logo1	62
Gambar 4.2 Logo 2	62
Gambar 4.3 Logo Mie Ayam Mas Yudi	63
Gambar 4.4 Text Mie Ayam	63
Gambar 4.5 Pembuatan Logo Mie Ayam Mas Yudi.....	64
Gambar 4.6 Logo Mie Ayam Mas Yudi baru	64
Gambar 4.7 Menu Compotition	65

Gambar 4.8 Import File.....	65
Gambar 4.9 Mendrag layer	66
Gambar 4.10 Properti Animasi	67
Gambar 4.11 Proses Render After Effect.....	68
Gambar 4.12 Premiere Pro CC.....	69
Gambar 4.13 New Project pada Premiere Pro CC	69
Gambar 4.14 Tampilan Utama Premiere Pro CC.....	70
Gambar 4.15 Project Baru.....	70
Gambar 4.17 Proses Render.....	71
Gambar 4.18 Render Video.....	72



INTISARI

Saat ini media promosi yang sudah di padukan dengan teknologi telah menyentuh kehidupan manusia 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 positive kepada Mie Ayam Mas Yudi yang selama ini masih kurang pada bagian pemasarannya.

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

Dari hasil analisis di dapat bahwa dengan melakuakn pemasaran melalui iklan terhadap Mie Ayam Mas Yudi akan lebih efektif dan efisien, selain itu juga hasil yang di dapat lebih maksimal dan dapat meningkatkan pemasaran di Mie Ayam Mas Yudi.

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

ABSTRACT

Current media promotion that has been in the mix with human technology has touched the lives of radio, television, cinema, internet, mobile phone and etc, even now people are able to access without leaving behind the world of advertising. Television very effective means of advertising for media promotion very quickly known by the public. this research will provide a positive impact to the Mie Ayam Mas Yudi which is still lacking on the part of marketing.

Advertising creation is done by using media advertising strategies on television that are the result of the fusion process of editing images, sound and text via multimedia applications.

From the analysis in the can that the marketing launch an Advertising through the Mie Ayam Mas Yudi would be more effective and efisien, but it also can result in more leverage and can increase marketing in Mie Ayam Mas Yudi .

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

