

**PEMBUATAN IKLAN EPLUS
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN INFORMASI**

SKRIPSI

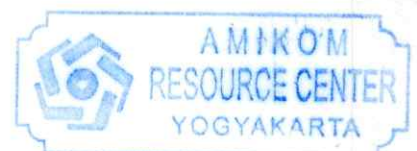


disusun oleh

Shivonni Nawang Wulan

15.11.9001

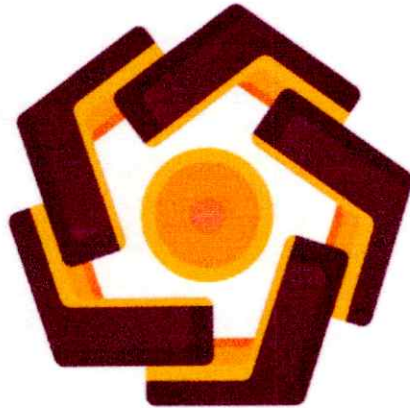
**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**



**PEMBUATAN IKLAN EPLUS
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN INFORMASI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Shivonni Nawang Wulan

15.11.9001

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**



**PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN EPLUS
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN INFORMASI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Shivonni Nawang Wulan
15.11.9001**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 6 November 2018

Dosen Pembimbing,



Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN EPLUS
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN INFORMASI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Shivonni Nawang Wulan

15.11.9001

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 April 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Hanif Al Fatta, S.Kom, M.Kom
NIK. 190302096

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 30 April 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 190302038

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 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, 30 April 2019

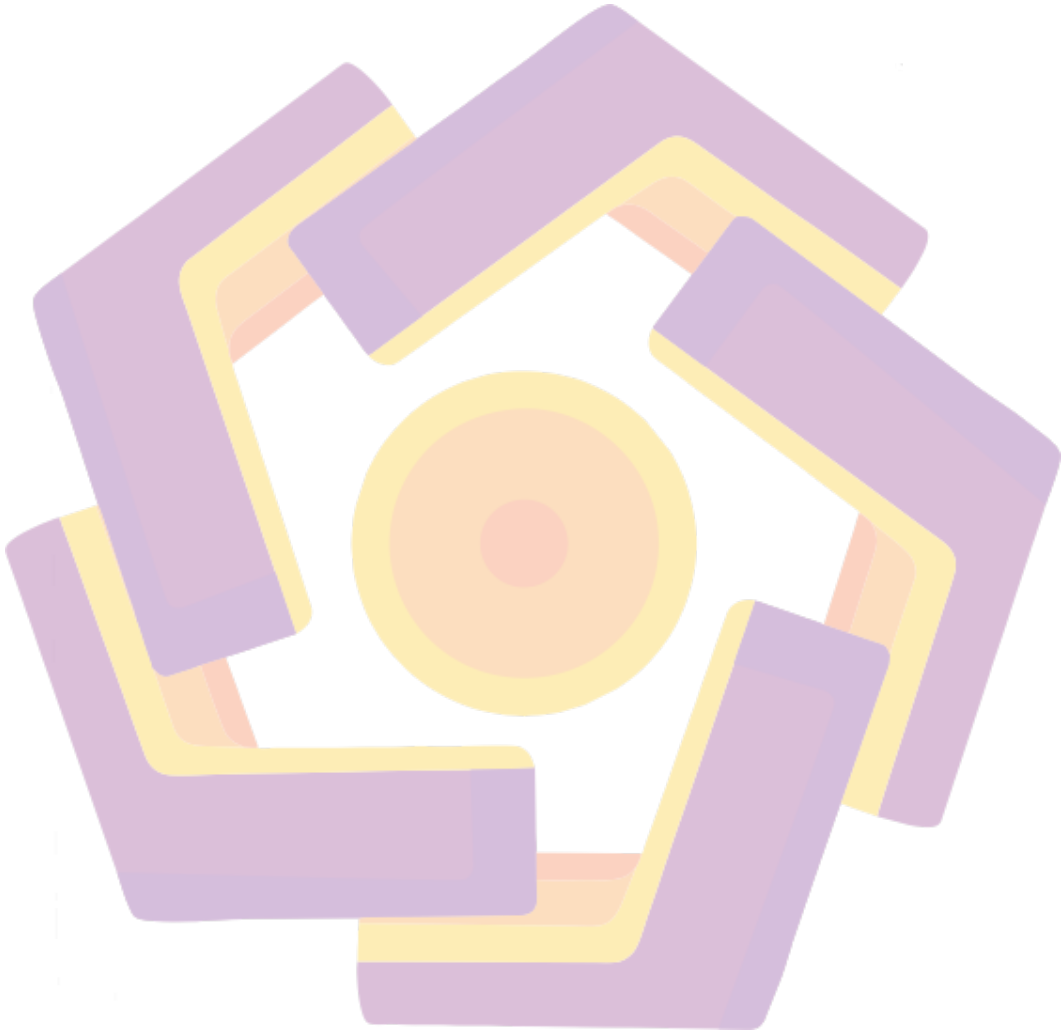


Shivonni Nawang Wulan
NIM. 15.11.9001

MOTTO

“Intanshurullaha yanshurukum”

(QS. Muhammad: 7)



PERSEMBAHAN

Pertama dan yang paling utama, saya ucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana komputer. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua (Alm. Bapak Isack Yuwono Saputro dan Ibu Ivo Farida) dan adik-adik saya yang senantiasa memberikan doa dan dukungannya, semoga selalu dalam lindungan-NYA.
2. Bapak Bayu Setiaji, M.Kom yang telah memberikan bimbingan aktif selama pelaksanaan penelitian, semoga mendapatkan banyak keberkahan dan dilancarkan segala urusannya.
3. Eplus yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
4. Keluarga Green Apartment, Tria Nungrum, Viannisa dan Faisah yang telah menjadi teman satu atap saat di Jogja selalu menemani, menghibur, membantu, dan memberi dukungan.
5. Batalyon Cocolers yang selalu saling mensupport.
6. Bima Satriya Pahlawan yang telah menjadi mentor, fasilitator, dan supporter terbaik.
7. Teman-teman seperjuangan "15-S1.TI-08.
8. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pembuatam”.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan perguruan tinggi program studi Strata-1 Teknik Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Serta dengan terbuka mengucapkan terima kasih atas kritik dan saran dari pembaca guna perbaikan pada masa mendatang.

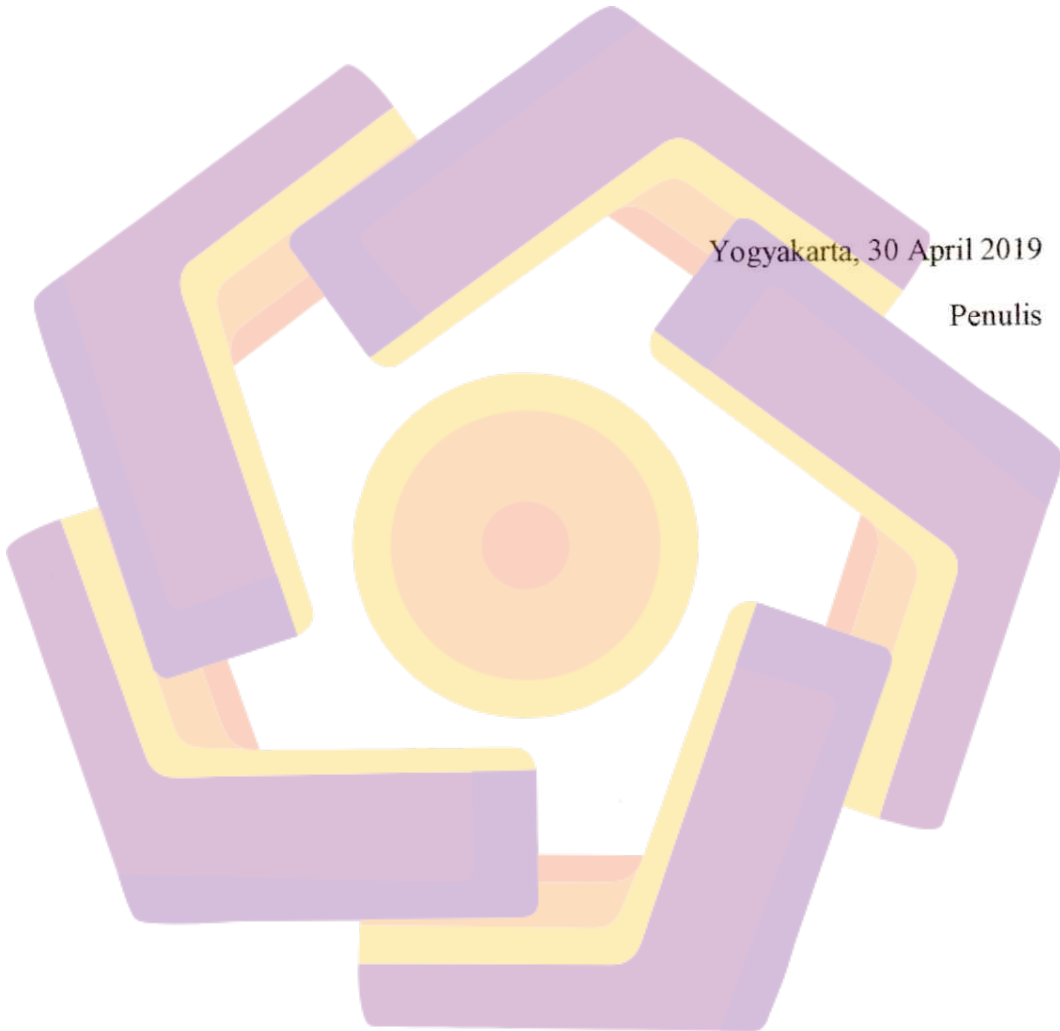
Dengan selesainya skripsi ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan kemudahan dan fasilitas dalam menyelesaikan pendidikan.
2. Bapak Bayu Setiaji, M.Kom selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan Karyawan/Karyawati Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis mengikuti perkuliahan.
4. Bapak dan Ibu yang telah banyak memberikan doa, motivasi dan semangat.

5. Teman–teman seperjuangan Mahasiswa S1 Informatika angkatan 2015, yang telah banyak berdiskusi dan bekerjasama dengan penulis selama masa pendidikan.

Yogyakarta, 30 April 2019

Penulis



DAFTAR ISI

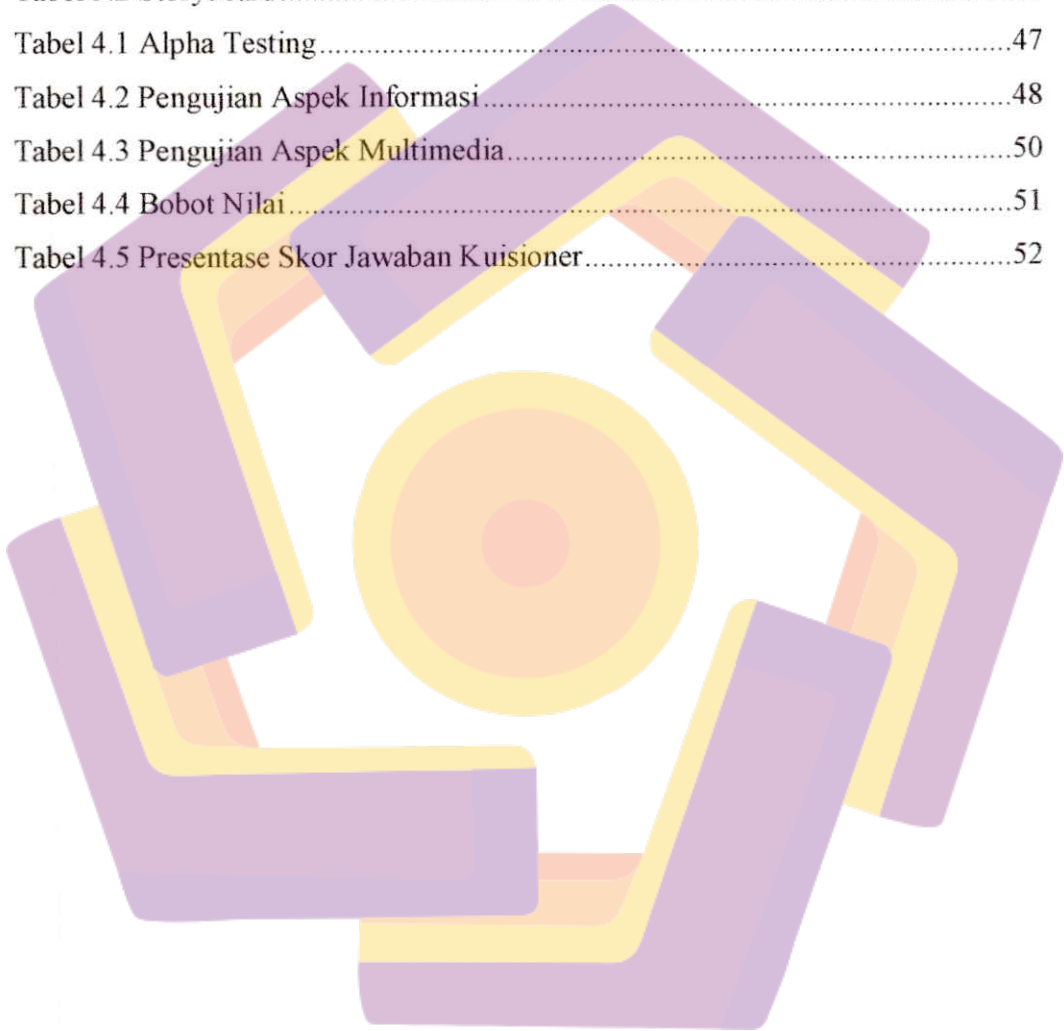
PEMBUATAN IKLAN EPLUS	i
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Manfaat Bagi Penulis	3
1.7. Manfaat Bagi Eplus	3
1.8. Metode Penelitian	4
1.8.1. Metode Pengumpulan Data	4
1.8.2. Metode Analisis	4
1.8.3. Metode Perancangan	5
1.8.4. Metode Pengembangan	5
1.8.5. Metode Evaluasi	6
1.9. Sistematika Penelitian	6
BAB II	8
LANDASAN TEORI	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.2. Konsep Dasar Multimedia	9

2.2.1.	Elemen Multimedia.....	9
2.3.	Konsep Dasar Iklan.....	10
2.3.1.	Pengertian Iklan.....	10
2.3.2.	Jenis-jenis Periklanan.....	11
2.3.3.	Fungsi Periklanan.....	12
2.4.	Konsep Promosi.....	13
2.4.1.	Pengertian Promosi.....	13
2.4.2.	Tujuan Promosi.....	13
2.5.	Informasi.....	14
2.6.	Video.....	15
2.6.1.	Standar Video.....	15
2.6.2.	Jenis Video.....	16
2.7.	Konsep Teknik Live Shoot.....	17
2.8.	Motion Graphic.....	18
2.9.	Tahap Produksi.....	18
2.9.1.	Pra Produksi.....	18
2.9.2.	Produksi.....	19
2.9.3.	Pasca Produksi.....	19
2.10.	Analisis SWOT.....	20
2.11.	Analisis Kebutuhan Sistem.....	21
2.12.	Perhitungan Kuisioner (Skala Likert).....	21
2.1.2.1.	Menentukan Interval.....	22
BAB III	23
ANALISA DAN PERANCANGAN	23
3.1.	Tinjauan Umum.....	23
3.1.1.	Profil Eplus.....	23
3.1.2.	Visi dan Misi.....	24
3.1.2.1.	Visi.....	24
3.2.	Metode Pengumpulan Data.....	25
3.2.1.	Metode Observasi.....	25
3.2.2.	Metode Wawancara.....	26
3.2.3.	Analisis Masalah.....	27
3.2.4.	Analisis SWOT.....	27

3.2.5.	Kelemahan Media Lama	28
3.2.6.	Solusi Yang Ditawarkan	29
3.2.7.	Analisis Kebutuhan Sistem	30
3.2.8.	Analisis Kebutuhan Fungsional	30
3.2.9.	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	30
3.3.	Tahap Pra Produksi	32
3.3.1.	Ide Cerita.....	32
3.3.2.	Pembuatan Naskah.....	32
3.3.3.	Pembuatan <i>Storyboard</i>	33
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Tahapan Produksi	37
4.1.1.	Pengambilan Gambar (<i>Shooting</i>).....	37
4.1.2.	Pembuatan Animasi.....	38
4.1.3.	Pembuatan Narasi	39
4.2. Pasca Produksi	40
4.2.1.	Compositing.....	41
4.2.2.	Editing.....	43
4.2.3.	Rendering.....	46
4.3. Evaluasi	46
4.3.1.	Alpha Testing.....	47
4.3.2.	Beta Testing	48
4.4. Metode Implementasi	53
4.4.1.	Publish Youtube	53
4.4.2.	Publish Instagram.....	54
4.4.3.	Penyerahan ke Pihak Eplus	55
BAB V	56
PENUTUP	56
5.1.	Kesimpulan.....	56
5.2.	Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Matriks Analisis SWOT.....	20
Tabel 2. 2 Contoh Pengkategorian Skor Jawaban.....	32
Tabel 3.1 Daftar Sumber Daya Manusia.....	32
Tabel 3.2 Storyboard.....	33
Tabel 4.1 Alpha Testing.....	47
Tabel 4.2 Pengujian Aspek Informasi.....	48
Tabel 4.3 Pengujian Aspek Multimedia.....	50
Tabel 4.4 Bobot Nilai.....	51
Tabel 4.5 Presentase Skor Jawaban Kuisisioner.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Eplus	24
Gambar 3.2 Tampilan Instagram Eplus	25
Gambar 4.1 Tracing Logo	38
Gambar 4.2 Animasi Logo	38
Gambar 4.3 Animasi Peta	38
Gambar 4.4 Lower Third	39
Gambar 4.5 Perekaman Narasi	40
Gambar 4.6 Penggabungan Audio dan Video	40
Gambar 4.7 Membuat Sequence Baru	41
Gambar 4.8 Memotong Clip	42
Gambar 4.9 Lower Third	42
Gambar 4.10 Tampilan awal Adobe premiere pro CC 2015	43
Gambar 4.11 New Sequence	43
Gambar 4.12 Import file Adobe Premiere	44
Gambar 4.13 Proses Editing dalam Adobe Premiere Pro	44
Gambar 4.14 Color Grading	45
Gambar 4.15 Export Video	46
Gambar 4.16 Upload Youtube	54
Gambar 4.17 Upload Instagram	54

INTISARI

Kegiatan promosi tampaknya telah menjadi bagian dari kehidupan manusia di mana perkembangan ilmu komunikasi dan teknologi telah mendukung pengembangan kegiatan promosi.

Eplus adalah sebuah kedai kopi yang nyaman dan menyenangkan untuk bersantai dan bertemu teman atau client. Dilengkapi area akses internet (*LAN space*) untuk memudahkan dalam mengerjakan tugas atau pekerjaan. Eplus hadir relatif baru sejak September 2018 di utara Condongcatur, tepatnya di Jl. Candi Gebang, Sleman, Yogyakarta. Oleh karena itu Eplus membutuhkan media promosi untuk membuat daya tarik bagi pengunjung, salah satunya yaitu melalui iklan.

Dalam tesis ini peneliti mencoba menganalisis masalah masalah yang ada, menggunakan metode penelitian yang mencakup pengumpulan data, metode analisis dan metode desain iklan. Dengan membuat video iklan sebagai media promosi dan informasi diharapkan dapat membantu memperluas pemasaran dan menambah kekuatan untuk bersaing.

Kata kunci : LAN space, Iklan, Eplus

ABSTRACT

Promotional activities seem to have become part of human life where the development of communication and technology has supported the development of promotional activities.

Eplus is a coffee shop that is comfortable and fun to relax and meet friends or clients. Equipped with LAN internet access area to make easier to do tasks or work. Eplus is relatively new since September 2018 in northern of Condongcatur, precisely on Jl. Candi Gebang, Sleman, Yogyakarta. Therefore Eplus needs promotional media to make the visitors attractive, one of which is through advertising.

In this thesis, the researcher tries to analyze the problems of existing problems, using research methods that include data collection, analytical methods and advertising design methods. By creating a video advertisement as a promotional and information media, it is hoped that it can help expand marketing and add strength to compete.

Keywords: LAN space, advertising, Eplus