

**PEMBUATAN IKLAN TUANG CANDU COFFEE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN INFORMASI**

SKRIPSI



disusun oleh
Agustinus Widodo
16.12.9259

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**PEMBUATAN IKLAN TUANG CANDU COFFEE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN INFORMASI**

SKRIPSI

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



disusun oleh
Agustinus Widodo
16.12.9259

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TUANG CANDU COFFEE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN INFORMASI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Agustinus Widodo

16.12.9259

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 Oktober 2019

Dosen Pembimbing,

Dony Ariyus, M.Kom

NIK. 190302128

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TUANG CANDU COFFEE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN INFORMASI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Agustinus Widodo

16.12.9259

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Agustus 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 90302182

Haryoko, S.Kom, M.Cs
NIK. 190302286

Dony Arivus, M.Kom
NIK. 190302128

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 27 Agustus 2020

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, 27 Agustus 2020



Agustinus Widodo
NIM. 16.12.9259

MOTTO

“Hidup hanya sekali, beri arti, kemudian mati.”

~ Chairil Anwar

“Berbahagialah dia yang makan dari keringatnya sendiri, bersuka karena usahanya sendiri, dan maju karena pengalamannya sendiri.”

~ Pramoedya Ananta Toer

“Dadio wong sing gedhe, dudu insiyur sing kondang utowo pejabat sing pangkat e duwur. Ning dadio muslim sing taat ning antoro alas sing bedo.”

(Jadilah orang yang besar, bukan insiyur yang hebat atau pejabat yang pangkatnya tinggi. Tapi jadilah muslim yang taat di antara hutan yang berbeda.)

~ Bapak

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan berkat yang luar biasa kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya juga sangat berterimakasih kepada semua orang yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu saya yang selalu mendoakan, selalu mendukung saya baik secara finansial maupun dukungan lainnya. Saya sangat berterima kasih karena tanpa kalian saya tidak akan sampai pada titik ini, terimakasih karena sudah mau mengorbankan banyak hal untuk kebahagiaan putramu ini.
2. Kakak-kakak saya Rubyanto dan Novita Kuswardani, yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada saya setiap waktu, selalu menjadi teman bercerita dan berbagi keluh kesah selama jauh dari orang tua.
3. Bapak Dony Ariyus, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan serta bimbingan yang positif dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga atas ilmu yang telah bapak berikan selama menjadi dosen pembimbing saya.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar serta memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada saya selama menempuh perkuliahan.
5. Teman-teman 16 S1SI 05 untuk kenangan indah yang pernah kita lewati bersama selama perkuliahan. Terimakasih atas semua bantuan dan ilmu yang pernah kalian bagi kepada saya.
6. Teman-teman Universitas Amikom Yogyakarta angkatan 2014 sampai 2018 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas semangat, ilmu dan doanya.
7. Serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan saya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pembuatan Iklan Tuang Candu Coffee Sebagai Media Promosi Dan Informasi” ini sesuai dengan waktu yang diharapkan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan perkuliahan jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan. Walaupun sangat sederhana, tanpa bantuan dari berbagai pihak pastinya penulis akan mengalami berbagai macam kesulitan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. M. Suyanto, Prof., Dr., MM. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Dony Ariyus, M.Kom selaku dosen pembimbing.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
5. Kedua orang tua dan saudara-saudara yang selalu mendukung penulis dalam segala hal.
6. Teman-teman 16 S1SI 05 yang telah memberikan dukungan selama penulis menempuh perkuliahan dan mengerjakan skripsi.
7. Teman-teman satu angkatan, adik kelas, serta kakak kelas yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama saya mengerjakan skripsi.
8. Tejo Wicaksono selaku pemilik kedai Tuang Candu Coffee Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian sebagai syarat penyusunan skripsi.

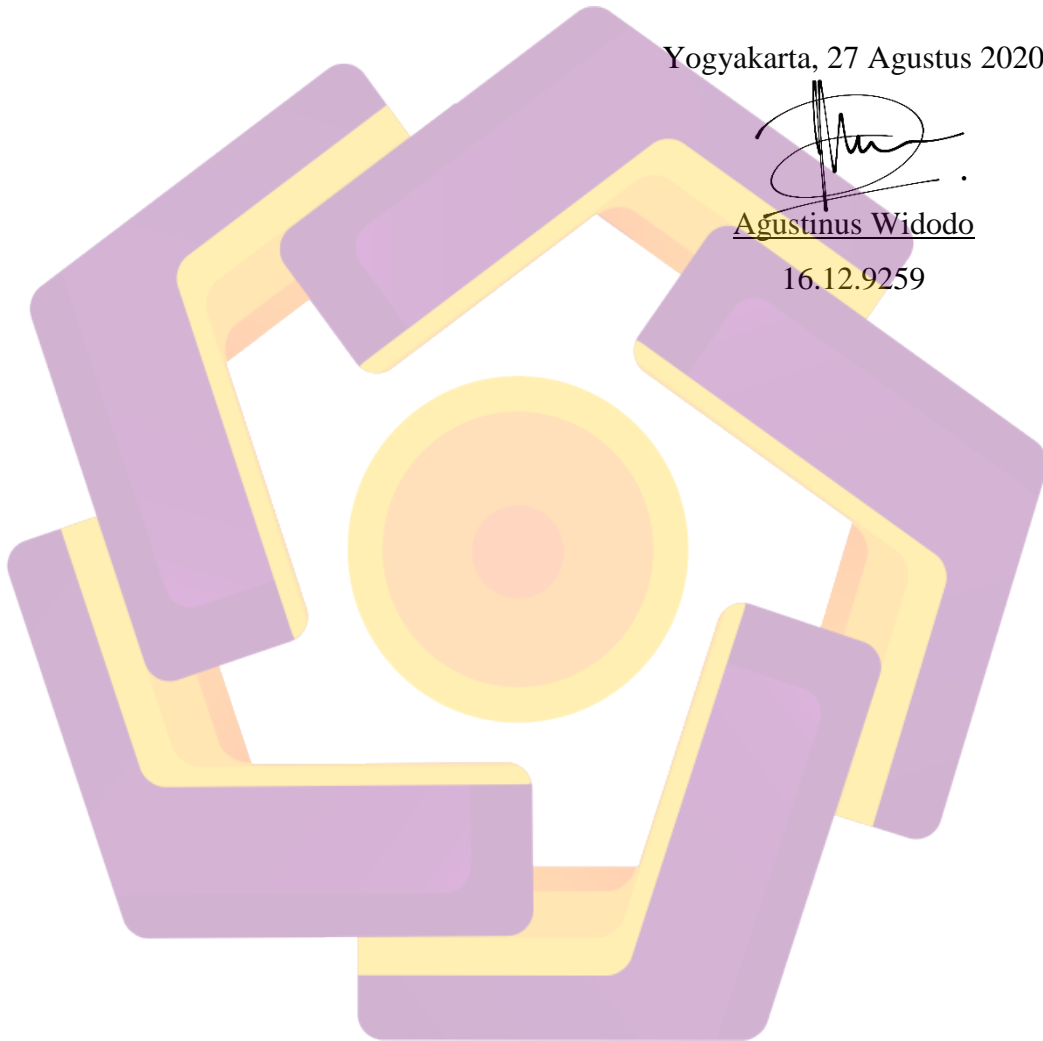
Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun penulis tetap berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 27 Agustus 2020



Agustinus Widodo

16.12.9259



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 |
| ABSTRAK..... | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 3 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 4 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.5.1 Menfaat Bagi Penulis..... | 4 |
| 1.5.2 Manfaat Bagi Tuang Candu Coffee..... | 4 |
| 1.6 Metode Penelitian..... | 5 |
| 1.6.1 Metode Pengumpulan Data..... | 5 |
| 1.6.2 Metode Analisis..... | 6 |
| 1.6.3 Metode Perancangan..... | 6 |
| 1.6.4 Metode Evaluasi..... | 7 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 9 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 9 |
| 2.1 Dasar Teori..... | 12 |

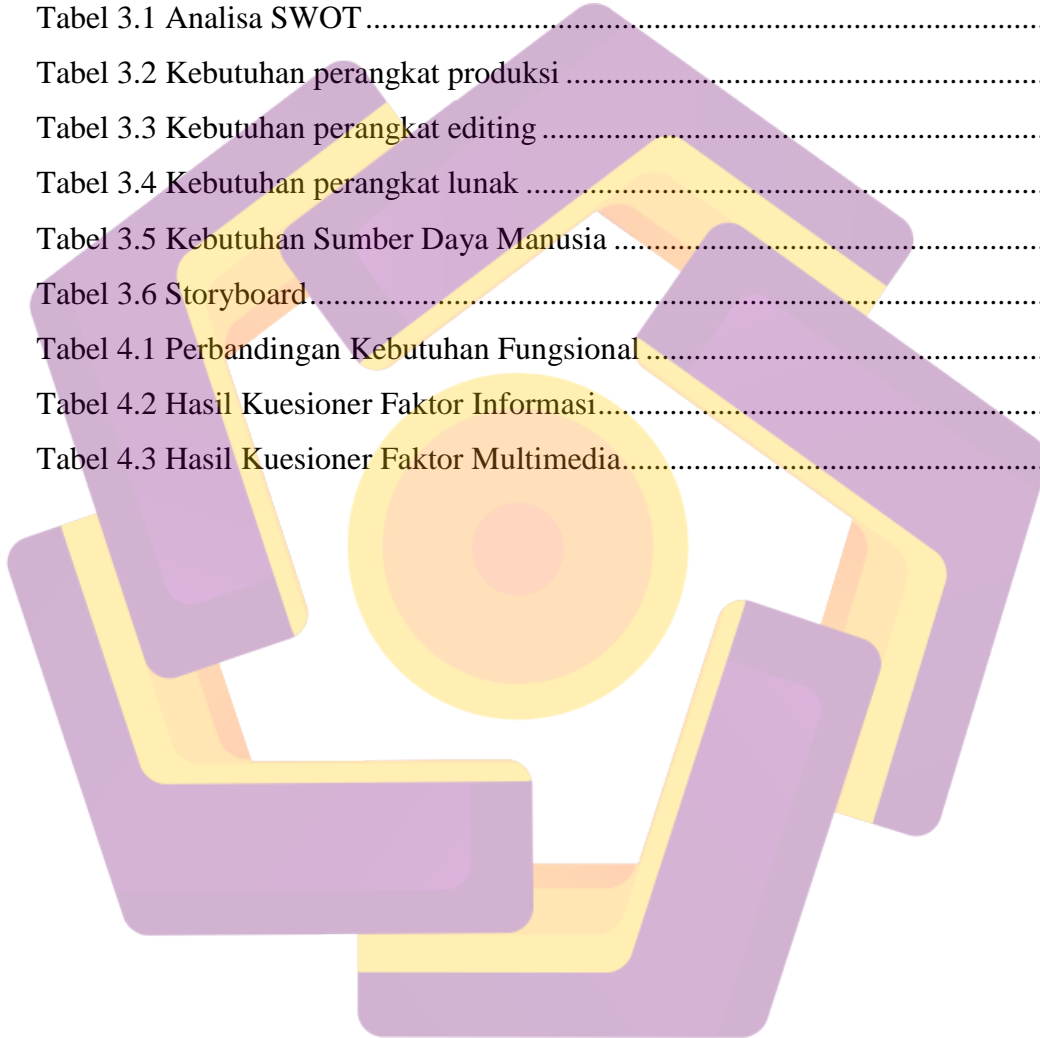
| | | |
|---------|---|----|
| 2.2.1 | Definisi Multimedia..... | 12 |
| 2.2.2 | Jenis-Jenis Multimedia | 12 |
| 2.2.3 | Elemen-Elemen Multimedia..... | 13 |
| 2.3 | Konsep Dasar Iklan | 14 |
| 2.3.1 | Definisi Iklan | 14 |
| 2.3.2 | Jenis-Jenis Periklanan..... | 14 |
| 2.3.2.1 | Berdasarkan Manfaat..... | 14 |
| 2.3.2.2 | Berdasarkan Klasifikasi..... | 15 |
| 2.3.3 | Fungsi Periklanan | 15 |
| 2.4 | Konsep Dasar Promosi | 16 |
| 2.4.1 | Definisi Promosi | 16 |
| 2.4.2 | Jenis-Jenis Promosi | 16 |
| 2.4.3 | Tujuan Promosi | 17 |
| 2.5 | Informasi..... | 18 |
| 2.5.1 | Definisi Informasi..... | 18 |
| 2.6 | Video | 19 |
| 2.6.1 | Definisi Video | 19 |
| 2.6.2 | Standart Video..... | 19 |
| 2.6.3 | Jenis-Jenis Video | 20 |
| 2.7 | Konsep Teknik <i>Live shoot</i> | 21 |
| 2.7.1 | Definisi <i>Live shoot</i> | 21 |
| 2.7.2 | Type <i>Live shoot</i> | 21 |
| 2.7.2.1 | Close Up (C.U)..... | 21 |
| 2.7.2.2 | Medium Close Up (M.C.U)..... | 22 |
| 2.7.2.3 | Extreme Close Up (E.C.U)..... | 22 |
| 2.7.2.4 | Medium Shoot (M.S)..... | 23 |
| 2.7.2.5 | Long Shoot (L.S)..... | 23 |
| 2.7.2.6 | Very Long Shoot (V.L.S)..... | 24 |
| 2.8 | Konsep Teknik <i>Motion graphic</i> | 24 |
| 2.8.1 | Definisi <i>Motion graphic</i> | 24 |
| 2.8.2 | Metode <i>Motion graphic</i> | 25 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.9 | Analisis SWOT..... | 26 |
| 2.10 | Analisis Kebutuhan Sistem..... | 27 |
| 2.11 | Metode Perancangan | 27 |
| 2.11.1 | Pra Produksi..... | 27 |
| 2.11.2 | Produksi..... | 28 |
| 2.11.3 | Produksi..... | 28 |
| 2.12 | Metode Evaluasi | 29 |
| 2.12.1 | Skala Likert | 29 |
| BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN | | 31 |
| 3.1 | Tinjauan Umum..... | 31 |
| 3.1.1 | Profile Tuang Candu Coffee..... | 31 |
| 3.1.2 | Visi dan Misi | 32 |
| 3.1.2.1 | Visi | 32 |
| 3.1.2.2 | Misi..... | 32 |
| 3.1.3 | Fasilitas..... | 32 |
| 3.1.4 | Alamat | 33 |
| 3.1.5 | Produk..... | 33 |
| 3.2 | Metode Pengumpulan Data | 33 |
| 3.2.1 | Metode Observasi..... | 33 |
| 3.2.2 | Metode Wawancara..... | 34 |
| 3.3 | Metode Analisis..... | 35 |
| 3.3.1 | Analisis SWOT..... | 35 |
| 3.3.2 | Kelemahan Media Lama..... | 38 |
| 3.3.3 | Solusi Yang Ditawarkan..... | 38 |
| 3.3.4 | Kesimpulan..... | 38 |
| 3.4 | Analisis Kebutuhan | 39 |
| 3.4.1 | Analisis Kebutuhan Fungsional..... | 39 |
| 3.4.2 | Analisis Kebutuhan Non-Fungsional | 40 |
| 3.4.2.1 | Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware)..... | 40 |
| 3.4.2.2 | Kebutuhan Sumber Daya Manusia..... | 41 |
| 3.5 | Tahapan Pra Produksi..... | 42 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 3.5.1 | Ide/Konsep..... | 42 |
| 3.5.2 | Naskah | 42 |
| 3.5.3 | <i>Storyboard</i> | 44 |
| BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN | | 47 |
| 4.1 | Tahapan Produksi | 47 |
| 4.1.1 | Pengambilan Gambar (<i>Shooting</i>) | 47 |
| 4.1.1 | Pengumpulan <i>Aset Motion graphic</i> | 48 |
| 4.1.2 | Pengumpulan Audio | 49 |
| 4.2 | Tahapan Pasca Produksi | 50 |
| 4.2.1 | Composing..... | 50 |
| 4.2.2 | <i>Editing</i> | 52 |
| 4.2.3 | Rendering | 57 |
| 4.3 | Evaluasi | 59 |
| 4.3.1 | Perbandingan Kebutuhan Fungsional Dengan Hasil Akhir..... | 59 |
| 4.3.2 | Kuesioner..... | 61 |
| 4.3.2.1 | Kuesioner Faktor Informasi | 62 |
| 4.3.2.2 | Kuesioner Faktor Multimedia | 63 |
| 4.4 | Implementasi | 65 |
| 4.4.1 | Penyerahan ke Pihak Tuang Candu Coffee | 66 |
| BAB V PENUTUP | | 68 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 68 |
| 5.2 | Saran | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 71 |
| LAMPIRAN I | | 74 |
| LAMPIRAN II..... | | 78 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian | 10 |
| Tabel 2.2 Matriks Analisis SWOT..... | 26 |
| Tabel 2.3 Pengkategorian Skor Jawaban | 30 |
| Tabel 3.1 Analisa SWOT..... | 36 |
| Tabel 3.2 Kebutuhan perangkat produksi | 40 |
| Tabel 3.3 Kebutuhan perangkat editing | 40 |
| Tabel 3.4 Kebutuhan perangkat lunak | 41 |
| Tabel 3.5 Kebutuhan Sumber Daya Manusia | 41 |
| Tabel 3.6 Storyboard..... | 44 |
| Tabel 4.1 Perbandingan Kebutuhan Fungsional | 60 |
| Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Faktor Informasi..... | 62 |
| Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Faktor Multimedia..... | 64 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Pengambilan gambar close up..... | 22 |
| Gambar 2.2 Pengambilan gambar medium close up..... | 22 |
| Gambar 2.3 Pengambilan gambar extreme close up..... | 23 |
| Gambar 2.4 Pengambilan gambar medium shoot | 23 |
| Gambar 2.5 Pengambilan gambar long shoot | 24 |
| Gambar 2.6 Pengambilan gambar very long shoot | 24 |
| Gambar 3.1 Logo Tuang Candu Coffee..... | 32 |
| Gambar 3.2 Tampilan Instagram Tuang Candu Coffee..... | 33 |
| Gambar 4.1 Pengaturan dengan kualitas video FULL HD | 48 |
| Gambar 4.2 Pengaturan kamera dengan frame rate 50fps | 48 |
| Gambar 4.3 Image Smartphone | 49 |
| Gambar 4.4 Logo Gojek | 49 |
| Gambar 4.5 Logo Gofood..... | 49 |
| Gambar 4.6 Audio yang telah dikumpulkan | 50 |
| Gambar 4.7 Membuat Composisi Baru | 51 |
| Gambar 4.8 Aset Grafis | 51 |
| Gambar 4.9 Tampilan Shape Layer | 52 |
| Gambar 4.10 Tampilan Bagian Transform | 52 |
| Gambar 4.11 Membuat Composisi Baru | 53 |
| Gambar 4.12 Tampilan Aset Yang Telah Diimport Kedalam Project..... | 54 |
| Gambar 4.13 Aset After Effect Yang Telah Diimport Kedalam Project..... | 54 |
| Gambar 4.14 Tampilan Timeline Yang Telah Melewati Proses Cutting..... | 55 |
| Gambar 4.15 Tampilan Speed / Duration | 55 |
| Gambar 4.16 Memberikan Transisi | 56 |
| Gambar 4.17 Perbandingan Video Sebelum Color Grading..... | 56 |
| Gambar 4.18 Perbandingan Video Sesudah Color Grading | 57 |
| Gambar 4.19 Hasil Akhir Seluruh Penggabungan Aset Dalam Proses Compositing dan Editing | 57 |
| Gambar 4.20 Export Settings Premier Pro..... | 58 |

Gambar 4.21 Adobe Media Encoder.....58
Gambar 4.22 Proses Rendering.....59
Gambar 4.23 Penayangan Video Iklan di Instagram Tuang Candu Coffee.....66
Gambar 4.24 Penyerahan Video Kepada Pihak Tuang Candu Coffee67



INTISARI

Tuang Candu Coffee adalah sebuah kedai kopi yang dibangun dan dibuka tepatnya pada bulan September 2019 yang mengusung konsep nyaman dan menyenangkan untuk bersantai bersama teman maupun bertemu dengan relasi kerja. Dilengkapi juga dengan akses internet untuk memudahkan dalam mengerjakan tugas atau pekerjaan. Namun dalam melakukan promosinya Tuang Candu Coffee hanya promosi melalui mulut kemulut, dan memposting foto menggunakan media sosial Instagram.

Dengan promosi yang dilakukan saat ini sudah berjalan cukup baik namun ada beberapa keunggulan dari kedai yang tidak dapat ditampilkan melalui sebuah foto dan juga belum dapat menginformasikan secara detail fasilitas dan suasana yang ditawarkan.

Berdasarkan kasus tersebut 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 sebagai kedai kopi baru.

Kata kunci: *Live shoot, Motion graphic, Tuang Candu Coffee*

ABSTRAK

Tuang Candu Coffee is a coffee shop that was built and opened to be precise in September 2019 which carries a comfortable and fun concept to relax with friends or meet work relations. Also equipped with internet access to make it easier to do assignments or jobs. However, in doing his promotion, Tuang Candu Coffee only promoted by mouth, and posted photos using social media Instagram.

With the current promotions it is running quite well, but there are several advantages of the shop that cannot be displayed through a photo and also cannot inform in detail about the facilities and atmosphere offered.

Based on this case the researcher tries to analyze the problems that exist, using research methods that include data collection, analysis methods and advertising design methods. By making advertising videos as promotional and information media, it is hoped that it can help expand marketing and increase strength to compete as a new coffee shop.

Keywords: *Live shoot, Motion graphic, Tuang Candu Coffee*