

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA STEREOS COFFEE
YOGYAKARTA
(Studi Kasus: Stereos Coffee Yogyakarta)**

SKRIPSI



disusun oleh

**Fardian Gangga Ruwita
14.11.7742**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA STEREOS COFFEE
YOGYAKARTA
(Studi Kasus: Stereos Coffee Yogyakarta)**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

**Fardian Gangga Ruwita
14.11.7742**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA STEREOS COFFEE
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fardian Gangga Ruwita

14.11.7742

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 29 April 2019

Dosen Pembimbing,

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

NIK. 190302096

PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA STEREOS COFFEE
YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fardian Gangga Ruwita

14.11.7742

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 April 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Sudarmawan, S.T., M.T
NIK. 190302035

Hastari Utama, M.Cs
NIK. 190302230

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 29 April 2020

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
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 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, 20 April 2020

Meterai

Fardian Gangga Ruwita

NIM. 14.11.7742

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya,”

-(Q.S. Al_Baqarah: 286)-

Tidak peduli seberat apapun atau tidak mungkin untuk dicapai, kau tidak boleh menyerah dengan tujuanmu.

-Luffy-



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

Ucapan syukur tida akhir kepada Allah SWT atas segala nikmat dan berkahNya. Shalawat beriring salam bagi nabi besar Muhammad SAW atas teladannya.

Terima kasih sebesar-besarnya kepada Ibu, Bapak, Kakakku, dan Adik Puspitalina atas doa yang selalu kalian berikan.

Kepada anak-anak kelas S1 TI-03 yang menjadi teman seperjuangan selama di kota Yogyakarta ini.

Kepada keluarga “SGWNSQUAD” : Echsan Adytama, Muhammad Fikri Hidayat, Novi Kristiani, Rama Ponture, Habib, Denny, atas semua doa dan dukungannya, Klean smwa slalu istimewa!

Kepada keluarga “Too Dark Too Strong” : Echak, Octa, Uman, Ojak, Om Koko, Awang, yang selalu memberikan dorongan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. A litle party never hurt anybody!

Kepada Dosen Pembimbing Hanif Al Fatta,S.Kom.,M.Kom yang selalu membimbing dengan sangat baik.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur diucapkan kepada Allah SWT atas rahmat-Nya dan Sholawat beriring kepada nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis diberikan kelancaran untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan sebagai Media Promosi Stereos Coffee Yogyakarta” dengan baik. Skripsi ini juga salah satu syarat kelulusan program studi Strata satu Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam pelaksanaan skripsi ini banyak pihak yang dilibatkan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. M. Suyanto, M.M. sebagai Ketua UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan izin pelaksanaan skripsi.
2. Bapak Sudarmawan, M.T selaku Ketua Jurusan Informatika S1 reguler UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta yang mengawal perjalanan pelaksanaan skripsi yang penulis lakukan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi pada program studi Strata Satu Informatika UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta dengan tepat waktu.
3. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan, motivasi, bimbingan ilmu, dan inspirasi selama pelaksanaan skripsi. Kesabaran dalam menghadapi ketidaktahuan penulis, serta kegigihan dalam membimbing keterbatasan yang dihadapi penulis, hanya bisa penulis balas dengan doa tulus semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat-Nya.
4. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom Bapak Sudarmawan, S.T., M.T dan Bapak Hastari Utama, M.Cs selaku dosen penguji yang memberikan wawasan baru dan masukan berharga untuk perkembangan perbaikan skripsi.
5. Serta semua pihak yang membantu dalam penyelesaian pembuatan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga karya ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa karya ini belum

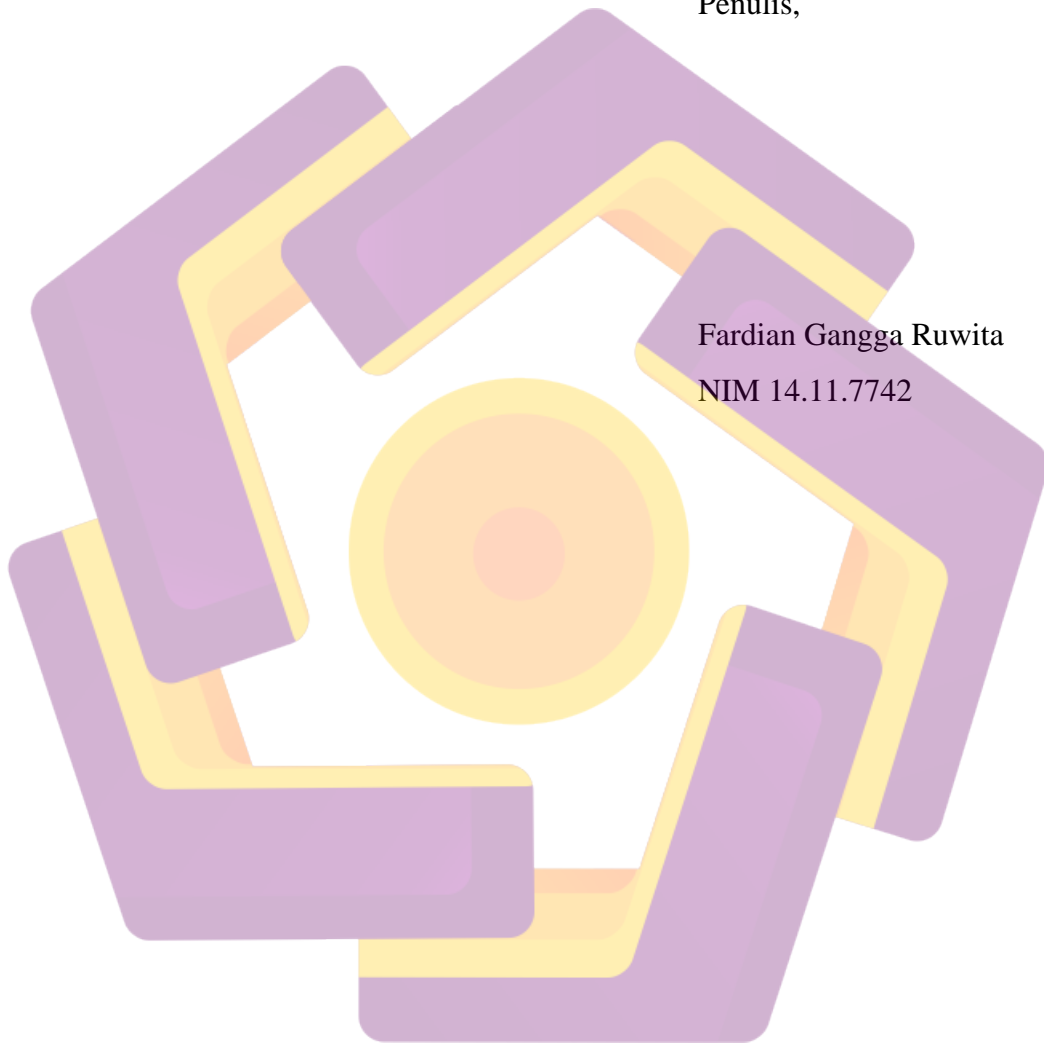
sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik membangun untuk kemajuan ilmu pengetahuan bersama. Terimakasih.

Yogyakarta, 20 April 2020

Penulis,

Fardian Gangga Ruwita

NIM 14.11.7742



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN.....	i
PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN.....	i
MOTTO.....	i
PERSEMBAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	3
1.5.1 Pengumpulan Data.....	3
1.5.2 Metode Perencanaan.....	4
1.5.3 Metode Analisis.....	5
1.5.4 Metode Produksi.....	5
1.5.5 Metode Testing.....	5
1.5.4 Metode Implementasi	5
1.5.3 Sistematika Penulisan.....	5

BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Dasar Teori.....	8
2.2.1 Konsep Dasar Multimedia.....	8
2.2.1.1 Elemen Multimedia.....	8
2.2.1.2 Jenis-Jenis Multimedia.....	10
2.2.1.3 Manfaat Multimedia.....	10
2.2.2 Konsep Dasar Iklan.....	11
2.2.2.1 Pengertian Iklan.....	11
2.2.2.2 Jenis-Jenis Iklan.....	11
2.2.2.3 Periklanan.....	12
2.2.2.4 Tujuan Periklanan.....	14
2.2.2.5 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Sosial Media.....	15
2.2.3 Shoot.....	17
2.2.3.1 Pengertian Shoot.....	17
2.2.3.2 Format Shoot.....	17
2.2.3.3 Teknik Pengambilan Gambar.....	19
2.2.4 Konsep Teknik <i>Live Shot</i>	21
2.2.4.1 Sejarah Live Shoot.....	21
2.2.4.2 Unsur Teknis dalam Live Shoot.....	21
2.2.5 Motion Grafis.....	22
2.2.5.1 Definisi Motions Grafis.....	22
2.2.5.2 Elemen-Elemen Motion Grafis.....	22
2.2.5.3 Karakteristik Motion Grafis.....	22
2.2.5 Metode Analisis.....	24
2.2.6.1 Analisis SWOT.....	24
2.2.6.2 Strategi Matriks TOWS.....	25

2.2.7	Memproduksi Iklan Sosial Media.....	26
2.2.7.1	Tahap Pra-Produksi.....	26
2.2.7.2	Tahap Produksi.....	27
2.2.7.3	Tahap Pasca Produksi.....	28
BAB III		29
3.1	Tinjauan Umum.....	29
3.1.1	Profil Stereos Coffee Yogyakarta.....	29
3.1.2	Sejarah Singkat Stereos Coffee.....	29
3.1.3	Struktur Organisasi.....	30
3.1.4	Logo Perusahaan.....	30
3.2	Pengumpulan Data.....	30
3.2.1	Wawancara.....	31
3.2.2	Observasi.....	32
3.3	Analisis Masalah.....	32
3.3.1	Analisis SWOT.....	32
3.3.2	Hasil Analisis.....	33
3.3.2.1	Faktor Internal.....	33
3.3.2.2	Faktor Eksternal.....	34
3.3.2.3	Strategi.....	34
3.3.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	37
3.3.3.1	Analisis Kebutuhan Informasi.....	37
3.3.3.2	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras.....	38
3.3.3.3	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak.....	38
3.3.3.4	Analisis Kebutuhan Pengguna.....	38
3.3.4	Studi Kelayakan.....	39
3.3.4.1	Kelayakan Teknis.....	39

3.3.4.2 Kelayakan Hukum.....	39
3.3.4.3 Kelayakan Operasional.....	39
3.4 Pra Produksi.....	40
3.4.1 Ide Konsep...../.....	40
3.4.2 Perancangan Naskah Video Iklan.....	40
3.4.3 Rancangan Storyboard Video Iklan.....	42
3.5 Media Penyampaian Iklan.....	46
3.5.1 Jangkauan Media.....	46
BAB IV	47
4.1 Tahap Produksi.....	47
4.1.1 Pengambilan Video Live Shoot.....	48
4.1.1.1 Perlengkapan Syuting.....	48
4.1.1.2 Proses Pengambilan Gambar.....	50
4.1.2 Merekam Suara.....	52
4.1.3 Pembuatan Desain Grafis.....	52
4.1.4 Manajemen File.....	55
4.2 Tahap Pasca Produksi.....	56
4.2.1 Editing.....	57
4.2.2 Animating.....	60
4.2.3 Penggabungan Video, Audio dan Animasi.....	63
4.2.4 Rendering.....	64
4.2.4.1 Tampilan Hasil Video Iklan.....	64
4.3 Pembahasan.....	69
4.4 Pengujian Video.....	70
4.5 Skala Likert.....	70
4.6 Metode Implementasi.....	75

BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	80



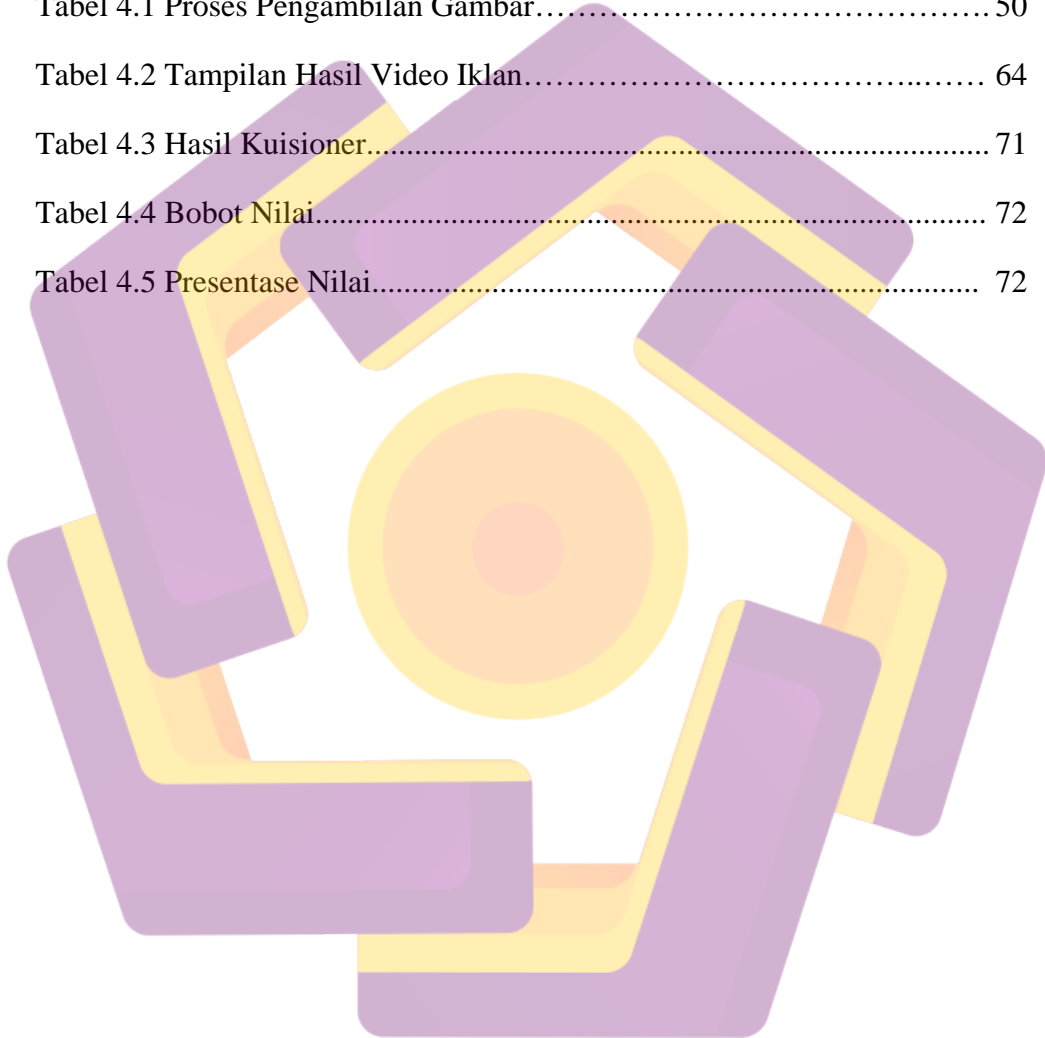
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 High Angel.....	19
Gambar 2.2 Eye Level.....	20
Gambar 2.3 Low Angel.....	20
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	30
Gambar 3.2 Logo Stereos Coffee.....	30
Gambar 3.3 Screenshot akun Instagram Stereos Coffee.....	32
Gambar 4.1 Kegiatan Implementasi.....	47
Gambar 4.2 Kamera.....	48
Gambar 4.3 Tripod.....	49
Gambar 4.4 Lensa Fix 35mm.....	49
Gambar 4.5 Pen tool.....	49
Gambar 4.6 Shape tool.....	49
Gambar 4.7 Fill.....	49
Gambar 4.8 Eyedropper tool.....	49
Gambar 4.9 Membuat Dokumen Baru.....	54
Gambar 4.10 Membuat Aset Peta Yogyakarta.....	54
Gambar 4.11 Manajemen File.....	55
Gambar 4.12 Manajemen File Material Motion Graphic.....	55
Gambar 4.13 Manajemen File Video.....	56
Gambar 4.14 Manajemen File Storyboard.....	56
Gambar 4.15 Sequence Setting.....	57
Gambar 4.16 Razor Tool.....	58
Gambar 4.17 Effect Control Warp Stabilizer.....	58
Gambar 4.18 Nested Sequence.....	59

Gambar 4.19 Coloring.....	59
Gambar 4.20 Noise Reduction.....	60
Gambar 4.21 Membuat Composition Baru.....	60
Gambar 4.22 Tampilan Proses Import.....	61
Gambar 4.23 Basic Animation.....	61
Gambar 4.24 Keyframe Puppet Pin tool.....	62
Gambar 4.25 Masking mode Alpha matte.....	62
Gambar 4.26 Easy Ease.....	63
Gambar 4.27 Penggabungan Video, Audio dan Animasi.....	63
Gambar 4.28 Proses Rendering.....	64
Gambar 4.29 Rekomendasi Upload.....	75
Gambar 4.30 Mengunggah Video di Youtube.....	75
Gambar 4.31 Video Sudah Terindeks di Youtube.....	76
Gambar 4.31 Video Sudah Terindeks di Instagram.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	26
Tabel 3.1 Analisis SWOT.....	35
Tabel 3.2 Rancangan Storyboard.....	42
Tabel 4.1 Proses Pengambilan Gambar.....	50
Tabel 4.2 Tampilan Hasil Video Iklan.....	64
Tabel 4.3 Hasil Kuisisioner.....	71
Tabel 4.4 Bobot Nilai.....	72
Tabel 4.5 Presentase Nilai.....	72



INTISARI

Pada saat ini perkembangan teknologi menjadi sangat cepat, menyebabkan peran multimedia menjadi sangat penting dalam banyak aspek kehidupan. Salah satunya, multimedia menjadi peran penting dalam mempromosikan perusahaan untuk memberikan informasi kepada konsumen. Teknik *Motion Graphic* dan *Liveshoot* dipilih diantara banyak teknik multimedia untuk mempromosikan Stereos Coffee Yogyakarta.

Stereos Coffee adalah salah satu dari sekian banyak cafe yang berada di Yogyakarta. Berdiri sejak tahun 2018, menjadikan Stereos Coffee tergolong masih sangat muda dalam bisnis cafe.

Saat ini Stereos Coffee melakukan promosi dengan cara beriklan melalui media sosial. Pada akun media sosialnya stereos coffee hanya menampilkan foto dan keterangan singkat. Perusahaan belum pernah membuat iklan yang berbentuk video. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian Perancangan dan Pembuatan Iklan sebagai Media Promosi Stereos Coffee Yogyakarta. Agar perusahaan dapat dikenal masyarakat luas.

Kata Kunci: promosi, video, live shoot, motion graphic, stereos coffee, coffeeshop

ABSTRACT

At this time becomes increasingly rapid technological developments, led to the role of multimedia to be very important in many aspects of life. One of them, multimedia is an important role for promoting a company to provide information to consumers. Motion Graphic Technique and Liveshoot is selected from among the many techniques in multimedia to promote Stereos Coffee Yogyakarta.

Stereos Coffee is one of the many cafes in Yogyakarta. Established since 2018, making Stereos Coffee is still very young in the cafe business.

Stereos Coffee is currently promoting by advertising through social media. On his social media account, Stereos Coffee only displays brief photos and captions. The company has never been made video advertising. Authors is intrested in conducting research Designing and Making Advertising as a Media Promotion for Stereos Coffee Yogyakarta. In order for these companies may be known to the public at large.

Keyword: *promotion, video, liveshoot, motion graphic, stereos coffee, coffeeshop*