

**IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN
PROMOSI PADA AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

DEKI DWI ANDISKA

14.12.8051

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN
PROMOSI PADA AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan
mencapai gelar sarjana Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

DEKI DWI ANDISKA

14.12.8051

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN
PROMOSI PADA AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Deki Dwi Andiska

14.12.8051

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 Maret 2019

Dosen Pembimbing,



Bhanu Sri Nugraha, M.kom

NIK. 190302164

PENGESAHAN

SKRIPSI

**IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN
PROMOSI PADA AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Deki Dwi Andiska

14.12.8051

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Maret 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

NIK. 190302164

Hartatik, S.T., M.Cs.

NIK. 190302232

Andi Sunyoto, S.Kom., M.kom

NIK. 190302052

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 30 Juli 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si., MT

NIK. 190302038



MOTTO
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 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, 14 Desember 2018



Deki Dwi Andiska

NIM. 14.12.8051

MOTTO

"Life is a Choice, if you do not choose, it's your choice." (Monkey D Luffy)

"Miracles only occur for those with the determination to never stop trying."
(Imporio Ivankov)

"Aku lebih baik hidup dengan umur pendek, daripada aku harus hidup tanpa meraih
impianku."

(Vinsmoke Sanji)

"Teman adalah harta karun yang tak ternilai harganya ." (Monkey D Luffy)

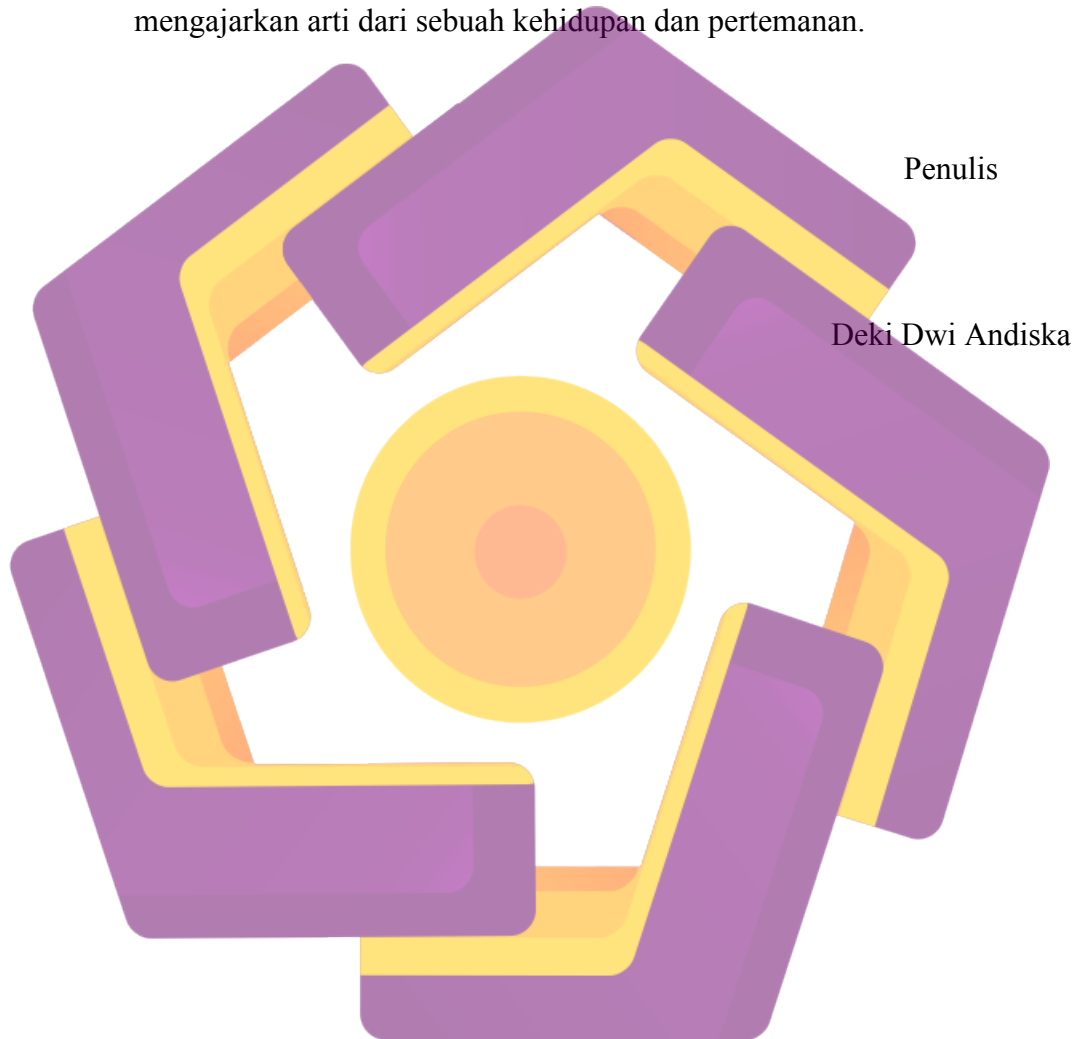
PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas anugrah dan kemudahan yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya yakni Adizul Haimi (ayah), Dewita Murni (ibu) yang tak pernah henti memberikan doa serta motivasinya kepada saya dan tak lupa juga sumber asupan dana :D
2. Abang dan adek saya Rendra widianto (abang) Monica tri wulandari (adek) yang selalu memberikan support dan doanya.
3. Keluarga Besar yang selalu memberikan dorongan serta doa.
4. Bapak dosen pembimbing saya yang selalu baik pada anak bimbingannya, trimakasih banyak Bapak Bhanu Sri Nugraha yang selalu membimbing saya selama pengerjaan skripsi ini.
5. Abang di jogja Aynikha N.R yang sudah menyediakan fasilitas wifi dan perut buncit ini. Teman2 seperngutangan Eko ,Qowi, Rifqi, Herdy ,Ikhsan Maufi,Merry,Eva,Desi dll.
6. Orang-orang yang selalu memberikan masukan dan support Elisa Sakinah, Yuna Adeptia, Hilma Arifah, Siti Puji Lestari dll.
7. Group (MuncuangBacirik) yang gak pernah jelas, Rossy fajrina, Santika Alifia, M.iqbal Yunus. Muctar Zhafir, Riyha, Andhini Safira Amanda, Shabran Jamil, Yuni Sawiti,Riza terimakasih atas waktu via gagednya.
8. Teman-teman SI-05 yang sebenarnya kalian ga penting untuk ditulis disini ahaha.

9. Anak-anak AKI, Warga kedai ante, Anak2 WKO, Anak2 warung Bude dan teman2 yang selalu nanyain kapan pulang
10. Teman-teman yang tidak bias saya sebutkan satu persatu disini.
11. Dan yang terakhir terimakasih untuk Kota Yogyakarta yang telah banyak mengajarkan arti dari sebuah kehidupan dan pertemanan.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “IKLAN ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA” ini dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang diharapkan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada Strata 1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan, bimbingan serta dukungan yang sangat bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. BapakBhanu Sri Nugraha, M.Kom selaku dosen pembimbing dari penulis yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memotivasi selama proses pembuatan skripsi.

4. Bapak dan ibu dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama perkuliahan.
5. Rekan-rekan pegawai ayam geprek mas kanjeng yogyakarta yang telah berpartisipasi selama penulis menyelesaikan skripsi sehingga pembuatan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
6. Bapak, ibu, abang dan adik saya yang telah memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.
7. Teman-teman yang memberikan dukungan, do'a serta bantuan dalam mengerjakan skripsi.
8. Trimakasih juga kepada semua pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Pada akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini serta semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 20 April 2018

Deki Dwi ANdiska

14.12.8051

DAFTAR ISI

JUDUL	I
PERSETUJUAN	II
PENGESAHAN	III
PERNYATAAN	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	X,XI
DAFTAR TABEL	XVII
DAFTAR GAMBAR	XVIII
INTISARI	XX
ABSTRACT	XXI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	2
1.3 BATASAN MASALAH	3
1.4 TUJUAN PENELITIAN	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN	3
1.6 METODE PENGUMPULAN DATA	4
1.7 METODE ANALISIS	5

1.8	METODE PENGEMBANGAN	6
1.9	SISTEMATIKA PENULISAN.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....		9
2.1	TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.2	DASAR TEORI.....	12
2.2.1	PENGERTIAN IKLAN	12
2.2.2	JENIS-JENIS IKLAN.....	12
2.2.2.1	<i>Iklan Nasional</i>	13
2.2.2.2	<i>Iklan Lokal</i>	14
2.2.3	FUNGSI DAN TUJUAN IKLAN	14
2.2.3.1	<i>Iklan Informatif</i>	15
2.2.3.2	<i>Iklan Persuasif</i>	15
2.2.3.3	<i>Iklan Peningat</i>	16
2.2.3.4	<i>Iklan Penambah Nilai</i>	16
2.2.3.5	<i>Iklan Bantuan Aktifis Lain</i>	17
2.2.4	KEKUATAN DAN KELEMAHAN IKLAN YOUTUBE	17
2.2.4.1	<i>Kekuatan Iklan Youtube</i>	17
2.2.4.2	<i>Kelemahan Iklan Youtube</i>	18
2.2.4.3	<i>Manajemen Periklanan</i>	19

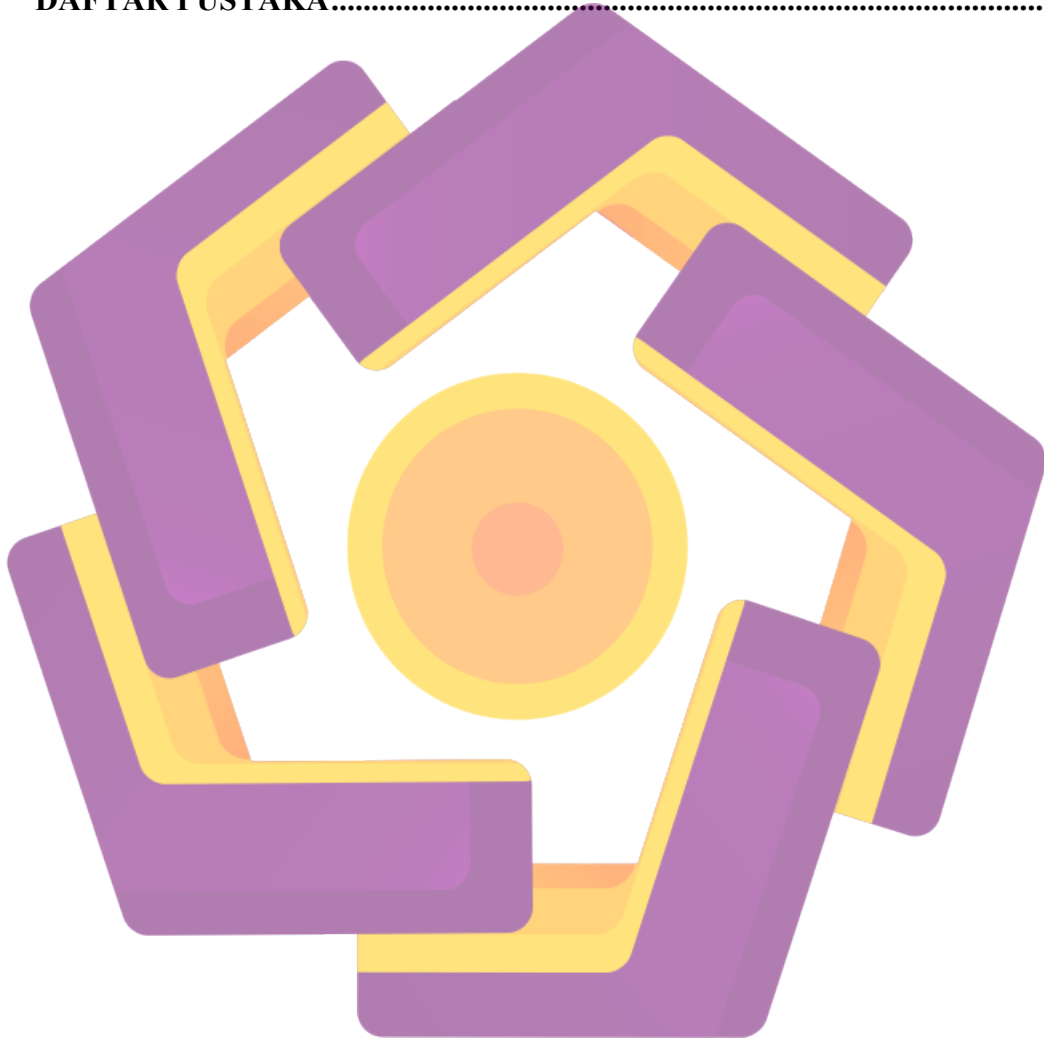
2.2.5 STRATEGI PERANCANGAN IKLAN	20
2.2.5.1 <i>Strategi Menetapkan Audien Sasaran</i>	20
2.2.5.2 <i>Strategi Pembidikan Pasar Dan Penentuan Posisi</i>	20
2.2.5.3 <i>Stategi Mencari Keunggulan Produk</i>	20
2.2.5.4 <i>Strategi Penetapan Tujuan Dan Anggaran Periklanan Youtube</i>	21
2.2.5.5 <i>Strategi Kreatif Merancang Iklan Youtube</i>	21
2.2.5.6 <i>Stategi Merancang Daya Tatik Pesan Iklan Youtube</i>	21
2.2.5.7 <i>Strategi Merancang Slogan, Logo Dan Simbol Dalam Eksekusi</i> <i>Pesan Iklan Youtube</i>	21
2.2.5.8 <i>Stategi Merancang Naskah Dan StoryBoard Iklan Youtube</i>	22
2.2.6 PENGERTIAN ANIMASI.....	22
2.2.6.1 <i>Film Animasi</i>	22
2.2.7 JENIS-JENIS FILM ANIMASI.....	23
2.2.7.1 <i>Animasi 2D (2 Dimensi) & Animasi 3D (3 Dimensi)</i>	23
2.2.7.2 <i>Animasi Stop-motion & Animasi Cet</i>	24
2.2.7.3 <i>Animasi Frame & Animasi Sprite</i>	24
2.2.7.4 <i>Animasi Path & Morphing</i>	25
2.2.8 PRINSIP-PRINSIP ANIMASI.....	25

2.3 METODE ANALISIS	29
2.3.1 Analisis Swot	29
2.3.2 Penjelasan Mengenai 4 (Empat) Komponen Analisis SWOT	30
2.3.3 Manfaat Analisis SWOT	32
2.4 METODE PERANCANGAN IKLAN	32
2.4.1 Tahap Pra Produksi	32
2.4.2 Produksi	33
2.4.3 Pasca Produksi	34
2.5 SEKILAS TENTANG FLASH	34
2.5.1 Adobe Flash Profesional CS 6	35
2.5.2 Dasar-Dasar Penggunaan Adobe Flash Profesioanal CS 6	36
2.5.3 Halaman Awal	36
2.5.4 Jendela Utama	37
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	39
3.1 TINJAUAN UMUM	39
3.1.2 Media Informasi Dan Promosi Saat Ini Pada Ayam Geprek Mas Kanjeng Yogyakarta	40
3.1.3 Fasilitas	40

3.1.4 <i>Alamat Warung</i>	42
3.1.5 <i>Produk</i>	42
3.1.6 <i>Logo Warung</i>	42
3.1.7 <i>Pengumpulan Data</i>	43
3.1.7.1 <i>Observasi</i>	43
3.2 ANALISIS	44
3.2.1 <i>Identifikasi Masalah</i>	45
3.2.2 <i>Analisi SWOT</i>	45
3.2.3 <i>Analisis Kebutuhan</i>	46
3.2.3.1 <i>Kebutuhan Fungsional</i>	46
3.2.3.2 <i>Kebutuhan Non-Fungsional</i>	46
3.2.3.3 <i>Analisi Kebutuhan Informasi</i>	48
3.2.3.4 <i>Sumber Daya Manusia</i>	48
3.2.4 ANALISIS KELAYAKAN	49
3.3 PRA PRODUKSI	49
3.3.1 <i>Ide Iklan</i>	49
3.3.2 <i>Konsep</i>	50
3.3.3 <i>Storyboard</i>	50

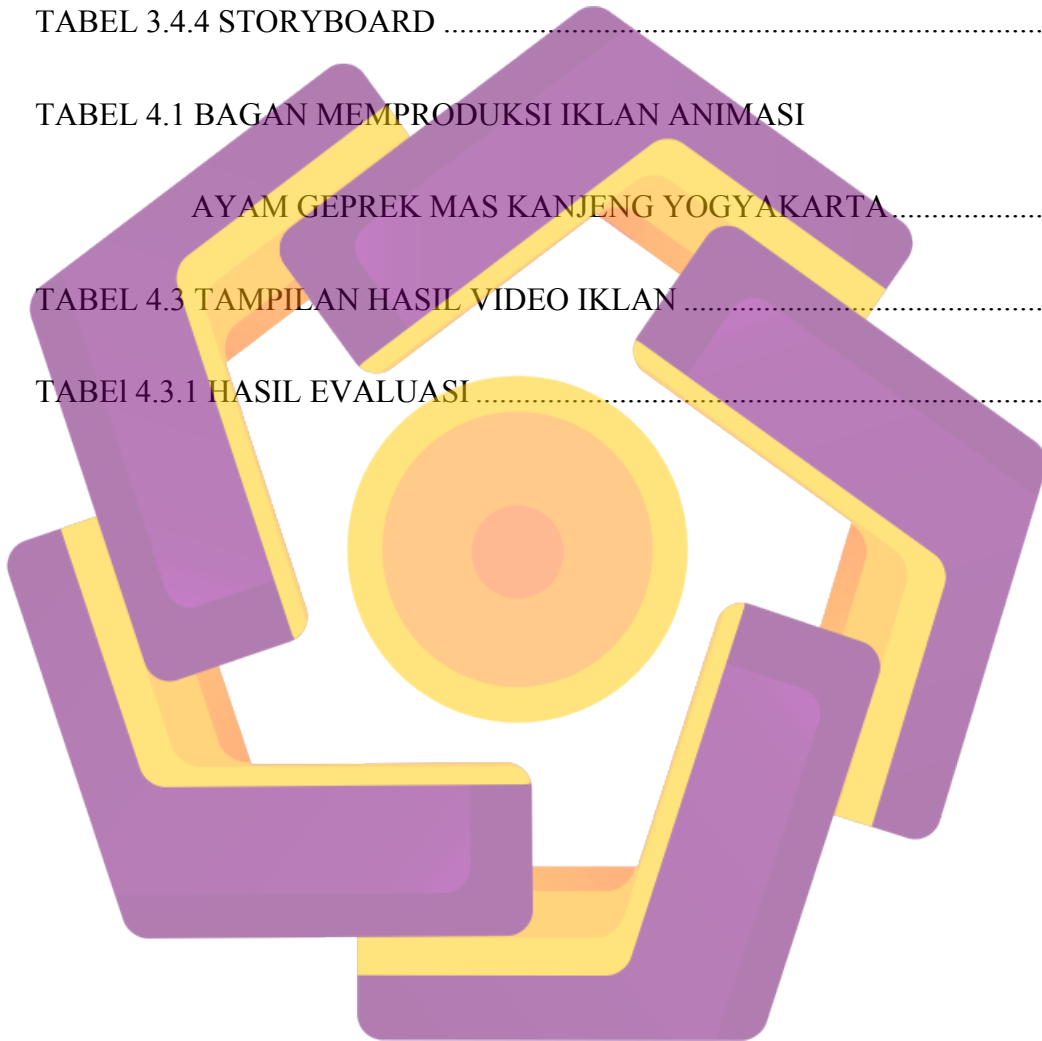
BAB IV IMPEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 IMPLEMENTASI.....	55
4.1.1 <i>Produksi</i>	56
4.1.1.1 <i>Pembuatan Gambar</i>	56
4.1.1.2 <i>Pengambilan Gambar</i>	57
4.1.1.3 <i>Pengambilan Suara</i>	57
4.2 PASKA PRODUKSI.....	58
4.2.1 <i>Manajemen File</i>	58
4.2.2 <i>Editing</i>	60
4.2.3 <i>Rendering</i>	65
4.3 PEMBAHASAN.....	66
4.3.1 <i>Tampilan Hasil Video Iklan</i>	67
4.3.2 <i>Hasil Unggahan Video Di Youtube</i>	70
4.3.3 <i>Evaluasi</i>	70
4.3.3.1 <i>Hasil</i>	71

BAB V PENUTUP	72
5.1 KESIMPULAN.....	72
5.2 SARAN	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74



DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 HASIL PENELITIAN PENULIS LAIN.....	11
TABEL 3.2 KEBUTUHAN PERANGKAT KERAS	47
TABEL 3.4.4 STORYBOARD	50
TABEL 4.1 BAGAN MEMPRODUKSI IKLAN ANIMASI AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA.....	55
TABEL 4.3 TAMPILAN HASIL VIDEO IKLAN	67
TABEL 4.3.1 HASIL EVALUASI.....	71



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 PROSES MANAJEMEN PERIKLANAN.....	19
GAMBAR 2.2 ANALISIS SWOT	30
GAMBAR 2.5.2 TAMPILAN STAR PAGE PADA ADOBE FLASH CS 6	37
GAMBAR 2.5.3 JENDELA UTAMA ADOBE FLASH CS 6	38
GAMBAR 3.1 PRODUK MAKANAN AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA	42
GAMBAR 3.2 PRODUK MINUMAN AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA	42
GAMBAR 3.3 LOGO WARUNG AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA	42
Gambar 3.4 PAMFLET AYAM GEPREK MAS KANJENG YOGYAKARTA.....	44
GAMBAR 4.2 PEMBUATAN KARAKTER ANIMASI LOGO	56
GAMBAR 4.3 PEMBUATAN KARAKTER ANIMASI	57
GAMBAR 4.4 PENGAMBILAN FOTO ASLI	57
GAMBAR 4.5 PENGAMBILAN SUARA DARI YOUTUBE	58
GAMBAR 4.6 MANAJEMEN FILE	59
GAMBAR 4.7 MANAJEMEN FILE BACKGROUND	59

GAMBAR 4.8 MANAJEMEN FILE FOTO ASLI MAKANAN	60
GAMBAR 4.9 MANAJEMEN FILE SUARA.....	60
GAMBAR 4.10 PENGANIMASIAN MENGGUNAKAN KEYFRAME.....	61
GAMBAR 4.11 PEMBUATAN ANIMASI TEXT.....	62
GAMBAR 4.12 PENAMBAHAN EFFECT CLASSIC TWEEN.....	62
GAMBAR 4.13 PENGAMBILAN SUARA.....	63
GAMBAR 4.14. EXPORT VIDEO DARI ADOBE FLASH.....	64
GAMBAR 4.15 HASIL EXPORT VIDEO	64
GAMBAR 4.16 PENGGABUNGAN VIDEO KE ADOBE PREMIERE	65
GAMBAR 4.17 PENGGABUNGAN AUDIO KE ADOBE PREMIERE.....	65
GAMBAR 4.18 RENDERING VIDEO PADA ADOBE PREMIERE.....	66
GAMBAR 4.19 HASIL UNGGAHAN VIDEO DI YOUTUBE.....	70

INTISARI

Iklan adalah suatu pesan tentang barang/jasa (produk) yang di buat oleh produser/pemrakasa yang di sampaikan lewat media (cetak,audio,elektronik) yang di tujukan kepada masyarakat. Tujuan iklan adalah agar masyarakat tertarik untuk membeli ataumenggunakan barang jasa tersebut.

Ayam Geprek Mas Kanjeng Yogyakarta merupakan warung makan lesehan yang menyediakan aneka menu ayam dan ikan yang terletak di jl.Nusa Indah Condong Catur. Saat ini warung geprek membutuhkan suatu media informasi untuk memasarkan produk makanan yang di tawarkan.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang Warung Ayam Geprek Mas Kanjeng, menu, harga, dan fasilitas Warung Ayam Geprek Mas Kanjeng. Tahap-tahap pengembangan multimedia yang di gunakan menggunakan tahap-tahap pengembangan multimedia yang meliputi *concept, design, material collecting, testing* dan *distribution*. Perangkat lunak yang di gunakan yaitu Adobe Flash CS6 Untuk pengolahan animasi, CorelDraw Untuk pengolahan gambar.

KATA KUNCI : Multimedia, CorelDraw,Adobe Flash, Concept, Design

ABSTRACT

Advertising is a message about the goods / services (products) made by producers / pemrakasa conveyed through the media (print, audio, electronic) are addressed to the public. The purpose of advertising is for people interested in buying or using goods services.

Ayam Geprek Mas Kanjeng Yogyakarta is a lesehan food stall that provides various menu of chicken and fish located in jl.Nusa Indah Condong Catur. Currently stalls geprek need a media information to market food products on offer.

The purpose of this study is to provide information to the public about Warung Ayam Geprek Mas Kanjeng, menu, price, and facilities Warung Ayam Geprek Mas Kanjeng. Stages of multimedia development in use using the stages of multimedia development that includes the concept, design, material collecting, testing and distribution. The software used is Adobe Flash CS6 For animation processing, Corel Draw For image processing

KEYWORD : *Multimedia, CorelDraw, Adobe Flash, Concept, Design*