

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI
SEBAGAI MEDIA PROMOSI *J. SIX CAFE* DI PADANG**

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

**NOVITA TRIANA
53158/2010**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2014**

PERSETUJUAN KARYA AKHIR


**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI *J. SIX CAFE* DI PADANG**

Nama : Novita Triana
NIM : 53158/2010
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

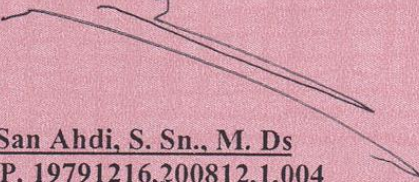
Padang, Juli 2014

Disetujui dan Disahkan oleh,

Pembimbing I

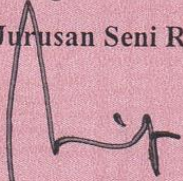

Drs. Syafwandi, M. Sn
NIP.19600624.198602.1.003

Pembimbing II


San Ahdi, S. Sn., M. Ds
NIP. 19791216.200812.1.004

Mengetahui:

Ketua Jurusan Seni Rupa


Dr. Yahya, M. Pd
NIP. 19640107.199001.1.001

HALAMAN PENGESAHAN

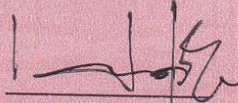
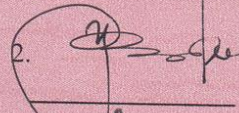
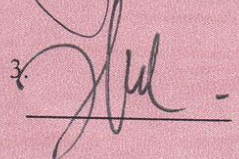
Dinyatakan lulus setelah berhasil dipertahankan didepan Tim Penguji Karya Akhir/Skripsi Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang

Judul: Perancangan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi *J. Six Cafe* di Padang

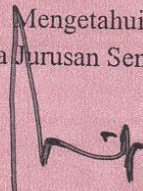
Nama : Novita Triana
NIM : 53158/2010
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, Juli 2014

Tim Penguji,

Nama/ NIP	Tanda Tangan
1. Ketua : Ir. Drs. Heldi, M. Si NIP.19910722.199103.1.001	1. 
2. Sekretaris : Dra. Zubaidah, M. Sn NIP.19570425.198602.2.001	2. 
3. Anggota : Hendra Afriwan S. Sn, M. Sn NIP.19770401.200812.1.002	3. 

Mengetahui,
Ketua Jurusan Seni Rupa


Dr. Yahya, M.Pd
NIP. 19640107.199001.1.001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya akhir dengan judul **“Perancangan Iklan Televisi J. Six Cafe di Padang”** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya akhir ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Di dalam karya akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 23 Juni 2014

Saya yang menyatakan,



Novit Iriana

53158/2010

ABSTRAK

Novita Triana. 2014. “Perancangan Iklan Televisi *J.six Cafe* di Padang”. Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

J. Six Cafe merupakan salah satu *cafe* yang berada di kota Padang, Berdiri pada 22 Desember 2012, yang luas bangunannya 180 m². Asal mula nama *J.six café* ini diambil dari Jalan Ir. H. Juanda No. 06 Padang, alamat tersebut merupakan tempat *J.six cafe* itu sendiri. *J.six cafe* memiliki tagline “*Tongkrongan ala cafe, harga ala kantin*”. *J. six cafe* sudah pernah melakukan media promosi sebelumnya seperti radio, dan brosur, namun belum optimal. Penulis tertarik untuk membuat iklan televisi, pada media televisi untuk dapat memperkuat pesan promosi agar lebih berdampak pada target audien.

Yang menjadi permasalahan utama dalam perancangan ini , yaitu bagaimana perancangan iklan televisi sebagai media promosi *j. six cafe* di padang, tujuannya untuk menginformasikan keberadaan *J. six cafe*, pelayanannya, makanannya, minumannya, serta makanan yang berat dihargakan dengan murah meriah kepada target audien melalui iklan televisi. Metode perancangan yang digunakan yaitu analisis SWOT. Keunggulan dari media iklan televisi ini adalah Pesan yang disampaikan cepat dan mudah diingat. Iklan televisi mempelajari tentang proses merencanakan, merekam, dan menyunting rangkaian peristiwa (gambar), memperjelas hal-hal yang menggambarkan *J.six cafe* secara realistis dalam waktu yang singkat.

Maka dari itu, perancangan melalui media televisi diharapkan dapat menarik perhatian target audien, agar bisa mengunjungi *J. six cafe*. Iklan televisi merupakan media utama yang terpilih untuk mempromosikan *J. Six cafe*, yang didukung oleh media lain yaitu daftar menu, *flag chain*, pin, stiker, baju kaos, mug, piring, asbak, poster, piring dan *voucher*.

Kata kunci : Perancangan, Promosi, *J. six cafe*, Iklan televisi

KATA PENGANTAR



“Dengan Nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang”

Assalamu’alaikum Wr.Wb

Tiada Tuhan selain Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Alhamdulillahirobbil a’lamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang masih memberikan kesehatan jasmani dan rohani kepada penulis dan kesempatan dalam menyelesaikan karya akhir yang berjudul **“Perancangan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi J. Six Cafe di Padang”**. Salawat beriringan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kegelapan sampai ke alam yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Karya akhir ini untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan masa perkuliahan S1 program studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa Seni Universitas Negeri Padang.

Penulis sangat menyadari, dalam pembuatan karya akhir ini masih ditemukan kendala seperti keterbatasan waktu, dana dan referensi, namun berkat bimbingan dan dorongan dari dosen pembimbing, keluarga, teman-teman, dan berbagai pihak, kendala itu dapat teratasi. Oleh sebab itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Yahya, M.Pd selaku ketua Jurusan Seni Rupa dan Bapak Drs. Ariusmedi, M.Sn selaku sekretaris Jurusan Seni Rupa.
2. Bapak Drs. Syafwandi M.Sn. selaku Ketua prodi sekaligus pembimbing I dan Bapak San Ahdi, S. Sn., M. Ds.selaku pembimbing II telah

memberikan arahan, bimbingan, *support*, terhadap penulis dan meluangkan waktunya untuk penulis dalam menyelesaikan laporan karya akhir ini.

3. Bapak Drs. Erfahmi, M. Sn selaku Penasehat Akademik yang telah memberi bimbingan dan arahan dari awal masuk kuliah sampai menyelesaikan kuliah.
4. Ibunda tercinta Mak Kasima dan Bak Ahmad Nizami Said, Ayuk Ice Kurnia, SE. dan Indri Elizah, S. Pd. Sekaligus Adek Mira Senita selalu memberikan dorongan dan semangat pada penulis dalam menyelesaikan kuliah. Mak dan Bak yang selalu memberikan doa, kepercayaan, *support*, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan maksimal.
5. H. Lan Hanafiah selaku Pemilik dan Rosy Fitri Seanita selaku Menejer *J. Six Cafe* serta karyawan *J. Six Cafe* yang telah memberikan kemudahan dalam mendapatkan data-data dan informasi lainnya tentang *J. Six Cafe*
6. Para sahabat terutama makmen dan anak-anak kosan ceriwis, serta teman-teman yang selalu memberikan motivasi, dukungan, bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari laporan Karya Akhir ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis membutuhkan saran dan kritikan yang bersifat membangun. Semoga laporan karya akhir ini memberikan manfaat bagi yang membacanya. Atas saran dan kritikan yang diberikan, penulis ucapkan terimakasih.

Padang, April 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR DIAGRAM	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Orisinalitas	6
F. Tujuan Berkarya	7
G. Manfaat Perancangan	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. KajianPraksis.....	8
1. Pengertian <i>Cafe</i>	8
2. Sejarah <i>J. Six Cafe</i> Padang.....	7
3. Peta <i>J. Six Safe</i> Padang.....	10
4. Data Visual.....	10
B. KajianTeoritis.....	10
1. Desain.....	16
2. Desain Komunikasi Visual.....	16
3. Pengertian Komunikasi	19
4. Pengertian Promosi	21
5. Audio Visual	22
6. Iklan.....	23
7. Televisi.....	25

8. Iklan Televisi.....	26
9. Strategi Merancang Iklan Televisi	29
10. Teori <i>Lighting</i>	39
11. Karya Relevan.....	40
12. Kerangka Konseptual	43
BAB III. METODE PERANCANGAN	
A. Metode Pengumpulan Data.....	44
B. Metode Analisis Data.....	44
C. Pendekatan Kreatif.....	47
1. Target Audien.....	47
2. Tujuan Kreatif	49
3. Strategi Kreatif	50
4. Program Kreatif.....	52
5. Media Pendukung.....	52
D. Jadwal Kerja	
BAB IV PERANCANGAN VISUAL	
A. Teori Media.....	57
1. Media Utama.....	57
2. Media Pendukung.....	57
B. Program Kreatif.....	59
1. Pembahasan Media Utama.....	59
2. Pembahasan Media Pendukung.....	70
C. Layout	72
1. Layout Kasar	73
2. Layout Eksekusi	82
3. Layout Komprehensif.....	90
D. Final Desain	99
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	106
C. DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar Peta <i>J. Six Cafe</i>	10
2. Tampak Depan <i>J. Six Cafe</i>	10
3. Tempat Duduk Bagian Luar <i>J. Six Cafe</i>	11
4. Bagian dapur Luar <i>J. Six Cafe</i>	11
5. Tempat Duduk Bagian Kasir <i>J. Six Cafe</i>	11
6. Tempat Duduk Bagian Dalam <i>J. Six Cafe</i>	12
7. Majalah Pariwisata di <i>J. Six Cafe</i>	12
8. Permainan Tradisional di <i>J. Six Cafe</i>	12
9. Permainan Ular Tangga di <i>J. Six Cafe</i>	13
10. Daftar Menu <i>J. Six Cafe</i>	13
11. Logo <i>J. Six Cafe</i>	13
12. Contoh Iklan Televisi <i>Cafe</i> dan <i>Culture galery</i>	40
13. <i>Layout</i> kasar	73
14. <i>Layout</i> Eksekusi	82
15. <i>Layout</i> Komprehensif.....	90
16. Final Desain	99

DAFTAR TABEL

1. Menu Paket <i>J. Six Cafe</i>	13
2. Menu Satuan <i>J. Six Cafe</i>	14
3. Menu Makanan <i>J. Six Cafe</i>	14
4. Menu Minuman <i>J. Six Cafe</i>	15
5. Tabel Uji Kelayakan Desain.....	42
6. Estimasi Rencana Anggaran Biaya	55
7. Jadwal kerja.....	56
8. Tabel <i>Storyline</i>	61
9. Tabel Skenario	62
10. Tabel <i>Storyboard</i>	63
11. Teknik Warna RGB	67
12. Teknik Warna CMYK	68
13. Proses Penayangan Iklan.....	69

DAFTAR DIAGRAM

1. Kerangka Konseptual	43
------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Cafe dijadikan sebagai salah satu tempat yang tepat untuk berkumpul, seperti kebiasaan duduk-duduk sambil makan-minum yang sudah menjadi gaya hidup dikalangan anak muda. Di kota-kota besar *cafe* bukanlah tempat yang baru, karena dalam perkembangannya *cafe* yang dulu dianggap sebagai tempat pergaulan yang mewah, kini telah menjamur dan memiliki pangsa pasar untuk kelas menengah bawah. Sekarang ini banyak daerah-daerah yang mendirikan *cafe* salah satunya terdapat di Sumatra Barat.

Asal mula nama *J. six cafe* ini diambil dari Jalan Ir. H. Juanda No. 06 Padang, alamat tersebut merupakan tempat *J. six cafe* itu sendiri, kemudian dari hasil wawancara terhadap pemilik *cafe* Hanafiah menyebutkan, bahwa nama *J. six cafe* ini dibuat karena terinspirasi dari *J. co.* *J. co* adalah restoran yang mengkhususkan *donuts*, *yogurt* beku dan *coffee* yang didirikan oleh pemiliknya Johnny Andrean Group. *J.codonuts* dan *coffee* didirikan pada tahun 2001, dimana *J.co* mudah diingat dalam benak konsumen.

H. Lan Hanafiah sebagai pemilik *J. six cafe* menyebutkan bahwa *J. six cafe* berdiri pada 22 Desember 2012, yang luas bangunannya 180 m². *J. six cafe* merupakan usaha keluarga yang didirikan atas permintaan anaknya sendiri sebagai *manager* yang bernama Rosi Fitri Seanita. *J.six cafe* menyediakan berbagai menu paket makanan dan minuman yang khas, yaitu *add on breakfast* seperti sate, mie kuah *j. six*, *katupek pitalah*, pisang goreng

kipas, *french toast*. Paket hemat sekolahan *plus* es the manis seperti *pahe 1* nasi *chicken katsu*, *pahe 2* nasi ayam rica-rica, *pahe 3* nasi goreng, inter rebus. Selain itu *J. six cafe* menampilkan berbagai macam dekorasi dan asesoris untuk memperindah dan mempercantik ruangan seperti foto pemandangan, bunga, stiker *club* bola, dan sebagainya. *cafe* ini juga berkonsep minimalis modern, karena desain bangunannya dapat menarik perhatian muda mudi yang berpasangan dengan nuansa romantis.

Disisi lain *J. six cafe* memiliki keistimewaan dengan daya tarik bermacam-macam permainan tradisional yaitu congkak, ular tangga, majalah pariwisata, dan sebagainya. *J. six cafe* juga lebih mementingkan kerapian dan kebersihan, agar dapat menarik perhatian konsumen. Model meja makan *J. six cafe* minimalis *modern*, karena meja makan *cafe* merupakan hal yang paling pokok untuk menyajikan menu para pengunjung agar nyaman berada di *cafe*. *J. six cafe* memiliki *tagline* “*Tongkrongan ala cafe, harga ala kantin*” yang artinya dengan tempat duduk, makan ,serta minum yang mewah, bersih, dan nyaman dihargakan dengan murah meriah. Pengunjung yang sering datang rata-rata mahasiswa dan pelajar. *Cafe-cafe* yang sering ditemui biasanya hanya dimanfaatkan untuk bersenang-senang, makan, dan minum, hal ini berbeda dengan *J. six cafe*, yaitu menyediakan dua ruangan, terbuka, dan transparan. Kedua ruangan tersebut disediakan untuk belajar, berdiskusi maupun belajar kelompok dengan diberi fasilitas seperti LCD.

Bukan hanya itu, biasanya pengunjung *J. six cafe* mengadakan berbagai acara diantaranya, *nonton bola bareng*, merayakan hari ulang tahun. *Cafe* ini

menyediakan berbagai keunggulan seperti, *Free wifi* dan *Ac room*, layar lebar untuk nonton *bareng*, kapasitas ruangan yang besar (dalam 20 orang, dan luar 50 orang), permainan catur, congkak, majalah pariwisata, serta makanan yang berat dihargakan dengan murah meriah berkisar antara Rp. 2500 - Rp. 20.000. Untuk menarik perhatian pengunjung *J. six cafe* Padang, perusahaan senantiasa berusaha untuk meningkatkan pelayanan yang maksimal dengan berbagai macam makanan khas *cafe* itu sendiri agar pengunjung dapat meningkat disetiap tahunnya. Untuk mempopulerkan suatu perusahaan ada beberapa jenis promosi yang dapat dilakukan perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, *J. six cafe* memilih iklan televisi sebagai media promosi untuk menunjang promosi yang sudah ada, serta berguna untuk menghadapi persaingan dari *cafe* lainnya.

Media promosi yang digunakan adalah *audio visual* karena pemanfaatan *audio visual* sangat mempengaruhi kinerja dalam usaha mencapai sebuah tujuan. Diantaranya untuk mempromosikan sebuah perusahaan produk atau jasa. Selain itu *audio visual* salah satunya iklan televisi juga dimanfaatkan untuk memberikan informasi yang lebih efisien dan mudah dipahami masyarakat. Media promosi yang sudah dilakukan sebelumnya seperti radio, dan brosur belum optimal, perlu media televisi untuk memperkuat pesan promosi agar lebih berdampak pada target audien, karena dengan media ini pesan yang disampaikan cepat dan mudah diingat, menggambarkan *J. six cafe* secara realistis dalam waktu yang singkat. Iklan televisi merupakan Ilmu yang mempelajari tentang proses merencanakan, merekam, dan menyunting rangkaian peristiwa (gambar). Dari

penjelasan di atas, maka iklan televisi merupakan salah satu media yang lebih efektif sebagai media utama serta sesuai dengan target audien.

Iklan televisi dipilih dengan tujuan untuk memberikan nuansa baru bagi promosi *cafe*, karena media promosi selama ini radio, dimana media ini kurang efektif alasannya media ini dilakukan hanya menerima *branding* untuk dipromosikan setiap akhir acara pada radio Arbes FM, sedangkan dari hasil wawancara terhadap Hanafiah pemilik *J. six cafe* mengatakan bahwa, media yang ada sekarang masih sangat membutuhkan media yang berbasis iklan televisi untuk memperkuat pesan promosi agar lebih berdampak terhadap target audien.

Dari penjelasan di atas, keunggulan iklan televisi dapat diterapkan pada promosi *J. six cafe*. Iklan televisi yang ditampilkan terdiri dari teks, gambar, audio. Penampilan unsur tersebut dirancang secara interaktif. Produk tersebut berisi informasi tentang pelayanan, makanan khas yaitu *add on breakfast* seperti sate, mie kuah *j. six*, *katupek pitalah*, pisang goreng kipas, *french toasi*. Paket hemat sekolahan *plus* es teh manis seperti *pahe 1* nasi *chicken katsu*, *pahe 2* nasi ayam rica-rica, *pahe 3* nasi goreng, inter rebus *J. six cafe*, serta keunggulan-keunggulan *J. six cafe* lainnya. Seperti profil perusahaan, kegiatan perusahaan dan hal – hal lain yang berhubungan dengan perusahaan.

Maka dari itu dengan adanya iklan televisi ini, masyarakat luas dapat lebih tertarik untuk mengunjungi *J. six cafe* itu sendiri, karena letak *cafe* yang strategis yaitu tepatnya berada dipinggir jalan, disekitar *cafe* itupun terdapat sekolahan, dan kampus. Maka dari itu penulis memilih perusahaan *J. six café*

sebagai objek penelitian yang bertujuan agar masyarakat mengetahui tempat *tongkrongan ala cafe* dan harga *ala* kantin. Dengan demikian judul karya akhir ini adalah **“Perancangan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi *J.six Cafe* di Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan terdapat masalah-masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Nama *J. six cafe* belum banyak diketahui keberadaannya oleh target audien.
2. Media promosi yang sudah dilakukan sebelumnya seperti radio, dan brosur belum optimal, perlu media televisi untuk memperkuat pesan promosi agar lebih berdampak pada target audien

C. Batasan Masalah

Dilihat dari identifikasi masalah yang telah dikemukakan, bahwa nama *J. six cafe* belum banyak diketahui keberadaannya oleh target audien. Kemudian Media promosi yang sudah dilakukan sebelumnya seperti radio, dan brosur belum optimal, perlu media televisi untuk memperkuat pesan promosi agar lebih berdampak pada target audien, maka dibuat perancangan iklan televisi sebagai media promosi untuk *J. six cafe*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah disajikan di atas maka penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana perancangan iklan televisi sebagai media promosi pada *j. six cafe*.

E. Orisinalitas

Berdasarkan permasalahan yang ada pada latar belakang di atas, *J. six cafe* masih membutuhkan iklan televisi untuk memperkuat pesan promosi agar lebih berdampak kepada target audien untuk mempromosikan *J. six cafe*.

Iklan televisi mengenai *J. six cafe* yang dirancang nantinya akan menampilkan beberapa *talent* yang sedang menggunakan beberapa fasilitas yang telah disediakan di *cafe* itu sendiri seperti: *Free wifi*, permainan catur, congkak, majalah pariwisata, serta makanan yang berat dihargakan dengan murah meriah.

F. Tujuan Berkarya

Adapun tujuan perancangan ini antara lain:

1. Merancang media utama iklan televisi yang bermodelkan beberapa *talent*, untuk menarik perhatian target audien.
2. Merancang tampilan iklan televisi sampai kepada pemutarannya.
3. Menginformasikan keberadaan *J. six cafe*, pelayanannya, makanannya, minumannya, serta makanan yang berat dihargakan dengan murah meriah kepada target audien melalui iklan televisi.

G. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat perancangan pada *J. six cafe* antara lain:

1. Manfaat praksis

Dalam perancangan melalui media televisi ini secara praksis, diharapkan bermanfaat untuk *J. six cafe* di Padang dalam melakukan promosi yang sudah direncanakan sebelumnya.

2. Manfaat akademis

Secara akademis, perancangan ini bermanfaat untuk berpedoman pada teori-teori mengenai Desain Komunikasi Visual yang diterapkan dalam konsep perancangan *J. six cafe*, agar hasil perancangan dapat dijadikan sebagai pembuktian teori-teori Desain Komunikasi Visual.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari perancangan iklan televisi *J. six cafe* di Padang, disimpulkan bahwa melalui promosi target audien dapat menaruh perhatian terhadap apa yang ditawarkan sehingga maksud dan tujuan promosi tersebut dapat dimengerti dengan jelas oleh target sasaran. Dengan media ini Pesan yang disampaikan cepat dan mudah diingat, memperjelas hal-hal yang abstrak dan memberikan penjelasan yang lebih realistik, menggambarkan *J.six cafe* secara realistis dalam waktu yang singkat. Dari penjelasan di atas, maka iklan televisi merupakan salah satu media yang lebih efektif sebagai media utama serta sesuai dengan target audien.

B. Saran

Dari Hasil hasil perancangan iklan televisi *J. six cafe* di Padang ini, terdapat beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Kepada pihak *J. Six cafe* di Padang baik pemilik maupun menejer, diharapkan bisameningkatkan lagi media promosi yang ada, agar dapat mendukung media yang ada untuk memperkenalkan *J. six cafe* kepada target audien.
2. Kepada target audien, yang sudah pernah mendatangi *J. six cafe* sebelumnya untuk tetap berlangganan di *cafe* ini, dan bagi yang belum pernah mengunjungi *J. six cafe* sebelumnya maka, diharapkan untuk segera mengunjungi *cafe*, karena selain makananya yang lezat,

minumannya yang segar, fasilitasnya yang disertai dengan permainan tradisional, target audien juga dapat menikmati murahness *nongkrong* di *J. six cafe* sesuai *tagline* “*Tonkrongan ala cafe, harga ala kantin*”.

Daftar Pustaka

- Anggreini, Rita. 2013. *Promosi Sposa Wedding Kingdom Dalam Bentuk Media Desain Website*. Disertasi tidak diterbitkan. Padang. FBS UNP.
- Ardhi, Yudha. 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: Taka
- Assauri, Sofjan. 1987. *Manajemen Pemasaran, Dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Hamdani, Dadan. 2007. *Iklan Televisi Cafe dan Culture Galery Kampung Daun*. Bandung: Program Pascasarjana UNIVERSITAS WIDYATAMA.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual (1sted.)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Madjadikara, Agus S. 2005. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- M.A, Morissan. 2010. *Periklanan*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Fajar Interpratama Offset.
- Oviona, Yeyen. 2012. *Perancangan Audio Visual "Corporate Promotion" pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bumi Asih Jaya*. Padang: Program Pascasarjana UNIVERSITAS NEGERI PADANG.
- Ririn, Emilia. *Promosi Cafe Damar Shaker Dalam Media Desain Web*. Padang: Program Pascasarjana UNIVERSITAS NEGERI PADANG.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.