

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA
AMANDA BROWNIES (Studi Kasus : Amanda Company Group)**

SKRIPSI



disusun oleh :

Okta Ichsan Prarindra

09.12.4311

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA
AMANDA BROWNIES (Studi Kasus : Amanda Company Group)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat sarjana S1
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh :

Okta Ichsan Prarindra

09.12.4311

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA AMANDA BROWNIES (Studi Kasus : Amanda Company Group)**

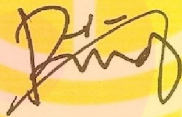
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Okta Ichsan Prarindra

09.12.4311

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 31 Juli 2013

Dosen Pembimbing,



M. Rudyanto Arief, MT
NIK. 190302098

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA AMANDA BROWNIES (Studi Kasus : Amanda Company Group)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Okta Ichsan Prarindra

09.12.4311

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 1 Maret 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom
NIK. 190302047

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190000001

M. Rudyanto Arief, MT
NIK. 190302098

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 Maret 2014

KEJUA STM IK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M.Suyanto, M.M.

NIK: 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, 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.

Yogyakarta, 3 Maret 2014

Okta Ichsan Prarindra

09.12.4311

MOTTO

AMBIL HIKMAHNYA, AMBIL INDAHNYA

PINTAR KOK BUAT SENDIRI, BERBAGILAH...

KEINGINAN ADALAH SUMBER PENDERITAAN

KALAU MUDAH YA DILAKUKAN (ojo nggampangke)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi :

1. Kedua orang tuaku Bpk Pranggoro dan Ibu Untariyatmi yang selalu menjadi sumber inspirasi dan penyemangat saya serta membiayai kuliah dan kehidupan sehari-hari di jogja.
2. Kakakku Arvian Dhoni Prakosa dan Adikku Aditya Haris Prasetyo yang menjadi penyemangat dalam pembuatan skripsi ini.
3. Keluarga besarku, keluarga Ngairun dan keluarga Soemopawiro.
4. Saudaraku Aditya Angga Pratama, Mbak ika dan Primavista Elangsari yang telah banyak mendukung saya dalam pembuatan skripsi ini.
5. Catur Wahyu Karina orang dibalik layarku yang bisa membangkitkan semangat dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga baruku SHOCKING (Bang Dade, Arip Djuhray, Indra maman, Cak Jo, Uut, Uta, Cia, Arifin, dan semua yang belum saya sebutkan).
7. Anak-anak kos Wisma Kurnia dan teman-teman yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu atas dukungannya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas segala nikmat, karunia, rahmat, serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tak lupa hamba haturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kemajuan besar kepada umat manusia di dunia.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi teknik penulisan maupun dari segi kualitas skripsi. Meskipun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi penulis tapi bagi teman-teman ataupun pihak-pihak yang ingin mendapatkan ilmu atau informasi mengenai iklan televisi.

Penulis juga menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan lancar. Oleh sebab itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. ALLAH SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga dapat melaksanakan dan membuat skripsi ini
2. Bapak Pranggoro, Ibu Untariyatmi, S.Pd, sebagai orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta doa restu.
3. Bapak Dr. Mohammad Suyanto, M.M, selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Bambang Sudaryatno, Drs, MM, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi (S-1).
5. Bapak M. Rudyanto Arief, MT, selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

6. Bapak M. Diyani Aryo Adhi, SH, dan seluruh karyawan Amanda Brownies yang telah memberikan ijin penelitian skripsi.
7. Bapak Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom dan Bapak Agus Purwanto, M.Kom selaku Dosen Penguji.
8. Mas Mumu yang telah memberikan ijin lagunya di pakai untuk jingle iklan dalam skripsi ini.
9. Mbak Fera yang memberikan referensi lagu untuk jingle iklan dalam skripsi ini.
10. Dharma Putra Hadinata dan Chintya Rosiansah, S.Kom, yang telah berkenan menjadi talent dalam iklan.
11. Catur Wahyu Karina, S.Kom yang telah membantu dalam mengisi suara narator dan menyelesaikan skripsi.
12. Dade Rahmat Prayogi, Arif Nuri Perdana, S.Kom, Indrawan Seprihantoro, Johan Firdaus, S.Kom, yang telah membantu dalam proses produksi iklan.

Terima kasih kepada semua orang yang penulis sebutkan diatas atas segala budi dan amal baiknya selama ini. Penulis hanya bisa mendoakan agar Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas segala kebaikan kalian. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Yogyakarta, 8 Februari 2014

Penulis

Okta Ichsana Prarindra

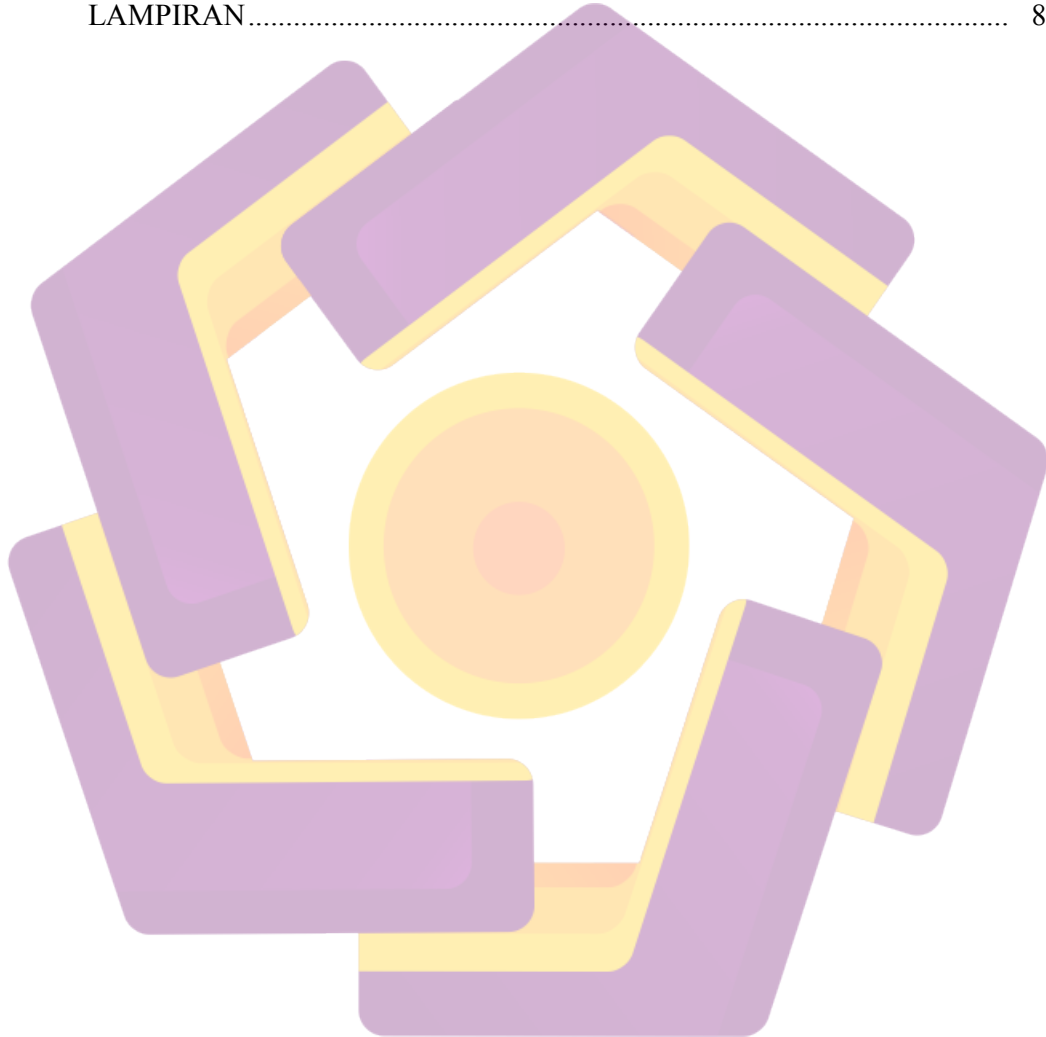
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Konsep Dasar Iklan.....	7
2.1.1. Sejarah Periklanan Televisi.....	7
2.1.2. Pengertian Iklan	7
2.1.3. Komponen Iklan Televisi.....	8
2.1.4. Jenis Iklan	9
2.1.5. Fungsi dan Tujuan Iklan	10
2.1.6. Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	12
2.2. Standar Penyiaran	13

2.3. Tahap Memproduksi Iklan.....	13
2.4. Teknik Pengambilan Gambar	18
2.4.1. Pengambilan Gambar.....	18
2.4.2. Bidikan Kamera	19
2.4.3. Pergerakan Kamera.....	21
2.4.4. Merekan Suara	23
2.5. Aturan Memotong Gambar	23
2.6. Tim Iklan.....	24
2.7. Pengujian	26
2.8. Perangkat Lunak Yang Digunakan.....	26
2.8.1. Adobe Soundbooth.....	26
2.8.2. Adobe Photoshop	26
2.8.3. Edius.....	27
2.8.4. Format Factory.....	28
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM.....	29
3.1. Tahap Pra Produksi.....	29
3.1.1. Analisis	29
3.1.1.1. Tinjauan Umum.....	29
3.1.1.1.1. Sejarah Amanda Brownies.....	29
3.1.1.1.2. Penghargaan Yang Telah diperoleh Amanda Brownies.....	32
3.1.1.1.3. Visi dan Misi Amanda Brownies...	33
3.1.1.1.4. Motto Amanda Brownies.....	34
3.1.1.1.5. Struktur Organisasi Amanda Brownies	34
3.1.1.1.6. Legalitas	35
3.1.1.1.7. Kegiatan Promosi Amanda Brownies	36
3.1.1.2. Analisis Kebutuhan Iklan	37
3.1.1.2.1. Alat Produksi	38
3.1.1.2.2. Bahan Produksi	40

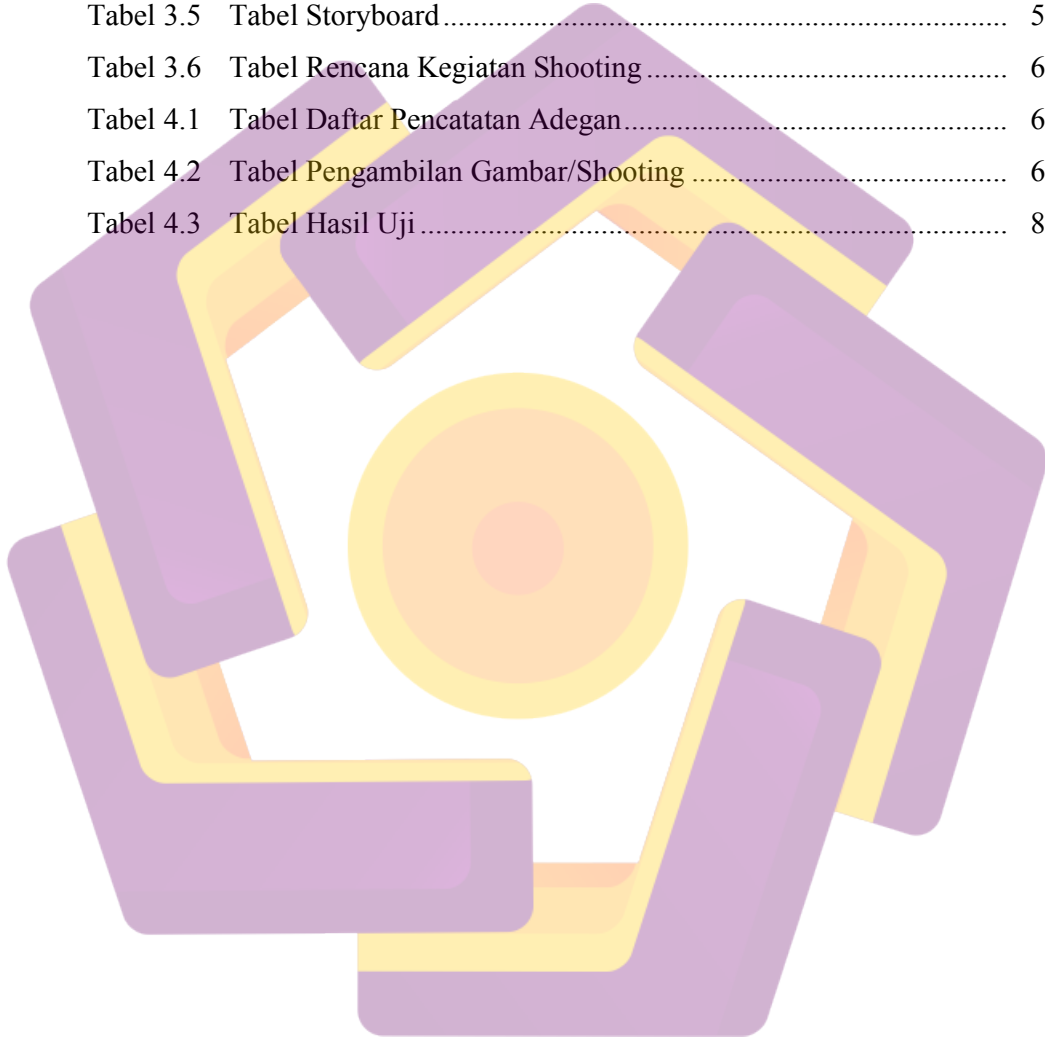
3.1.1.3.	Studi Kelayakan Sistem.....	41
3.1.1.3.1.	Studi Kelayakan Teknologi.....	41
3.1.1.3.2.	Studi Kelayakan Hukum	41
3.1.1.3.3.	Studi Kelayakan Operasional.....	42
3.1.1.3.4.	Studi Kelayakan Ekonomi	42
3.1.1.3.4.1.	Metode Analisis Biaya dan Manfaat	43
3.1.1.3.5.	Studi Kelayakan Jadwal.....	48
3.1.1.3.6.	Studi Kelayakan Strategik.....	48
3.1.2.	Perancangan	49
3.1.2.1.	Perancangan Ide Cerita	49
3.1.2.2.	Perancangan Naskah Cerita	50
3.1.2.3.	Storyboard.....	53
3.1.2.4.	Rencana Kegiatan Shooting.....	59
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		60
4.1.	Implementasi.....	60
4.1.1.	Produksi Iklan	61
4.1.1.1.	Pengambilan Gambar/Shooting	61
4.1.1.2.	Hasil Pengambilan Gambar/Shooting.....	64
4.1.2.	Tahap Pasca Produksi	67
4.1.2.1.	Manajemen File	67
4.1.2.2.	Editing.....	68
4.1.2.2.1.	Import File.....	79
4.1.2.2.2.	Pemotongan Gambar	70
4.1.2.2.3.	Pembuatan Vignette	71
4.1.2.2.4.	Coloring.....	70
4.1.2.2.5.	Perekaman dan Editing Suara	73
4.1.2.2.6.	Pembuatan Teks	75
4.1.2.2.7.	Hasil Editing.....	77
4.1.2.2.8.	Export Video	77
4.1.2.2.9.	Merubah Format Video	79

4.1.2.3. Hasil Akhir Editing.....	80
4.1.3. Uji Iklan.....	81
BAB V PENUTUP	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	85



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Peralatan Shooting	38
Tabel 3.2	Tabel Rincian Biaya Produksi.....	43
Tabel 3.3	Tabel Rincian Biaya dan Manfaat.....	44
Tabel 3.4	Tabel Naskah Cerita.....	50
Tabel 3.5	Tabel Storyboard.....	53
Tabel 3.6	Tabel Rencana Kegiatan Shooting.....	60
Tabel 4.1	Tabel Daftar Pencatatan Adegan.....	62
Tabel 4.2	Tabel Pengambilan Gambar/Shooting	64
Tabel 4.3	Tabel Hasil Uji	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Gambar Organisasi Amanda Brownies	34
Gambar 3.2	Gambar Billboard Amanda Brownies	36
Gambar 3.3	Gambar Brosur Amanda Brownies	37
Gambar 4.1	Gambar Daftar Implementasi	60
Gambar 4.2	Gambar Manajemen File	68
Gambar 4.3	Gambar Ukuran Video	69
Gambar 4.4	Gambar Import File	69
Gambar 4.5	Gambar Pemotongan Gambar	70
Gambar 4.6	Gambar Pengaturan Speed Video	70
Gambar 4.7	Gambar Pembuatan Vignette	71
Gambar 4.8	Gambar Proses Pengaturan Color Balance	72
Gambar 4.9	Gambar Sebelum Dilakukan Coloring	72
Gambar 4.10	Gambar Setelah Dilakukan Coloring	72
Gambar 4.11	Gambar Proses Perekaman Suara	73
Gambar 4.12	Gambar Hasil Perekaman Suara	73
Gambar 4.13	Gambar Editing Menghilangkan Noise	74
Gambar 4.14	Gambar Setelah Noise Dihilangkan	74
Gambar 4.15	Gambar Pemotongan dan Editing Musik	75
Gambar 4.16	Gambar Pembuatan Teks	76
Gambar 4.17	Gambar Efek Teks Jalan	76
Gambar 4.18	Gambar Hasil Editing	77
Gambar 4.19	Gambar Pemilihan File Video	78
Gambar 4.20	Gambar Penyimpanan Video	78
Gambar 4.21	Gambar Export Video	79
Gambar 4.22	Gambar Convert Video	79
Gambar 4.23	Gambar Hasil Akhir Editing	80

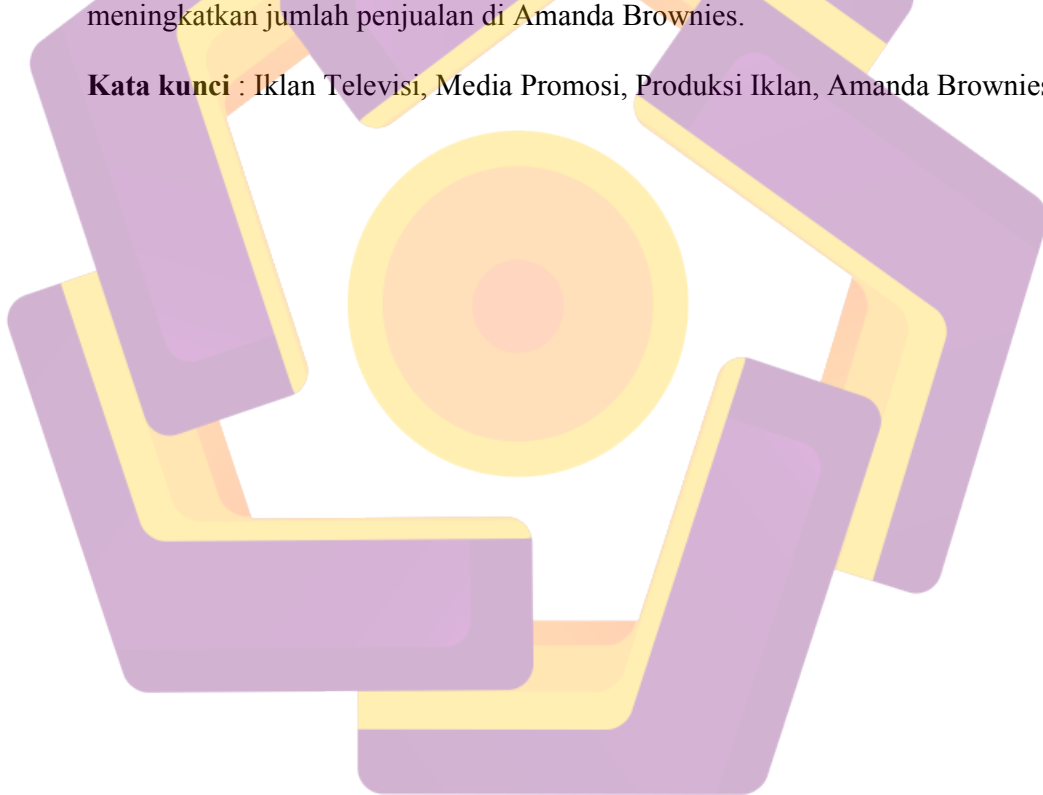
INTISARI

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan pengaruh pada kehidupan secara positif, salah satunya dengan media elektronik yaitu televisi. Iklan televisi merupakan salah satu cara untuk menyampaikan suatu pesan kepada khalayak yang dianggap cukup berhasil mempengaruhi sasaran. Selain menjadi alat promosi, iklan televisi juga berguna untuk menanamkan citra kepada target. Oleh karena itu iklan sangat berpengaruh dalam pengembangan suatu perusahaan.

Amanda Brownies merupakan perusahaan yang bergerak dalam produk makanan. Dalam perkembangan multimedia saat ini perusahaan tersebut belum menggunakan iklan yang maksimal untuk promosi. Dengan iklan yang belum maksimal masyarakat kurang mengetahui akan adanya Amanda Brownies. Oleh karena itu pembuatan iklan sangat dibutuhkan untuk media promosi.

Iklan ini akan dibuat dengan tampilan yang menarik agar pesan yang disampaikan dapat di terima dengan baik oleh target sasaran. Media promosi ini di harapkan dapat di gunakan dengan baik sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan jumlah penjualan di Amanda Brownies.

Kata kunci : Iklan Televisi, Media Promosi, Produksi Iklan, Amanda Brownies.



ABSTRACT

The development of information technology has an impact on life in a positive way , one of them with the electronic media , namely television . Television advertising is one way to convey a message to the audience of successfully influencing the target . In addition to being a promotional tool , television advertising is also useful to embed the image to the target. Therefore, the ad is very influential in the development of an enterprise.

Amanda Brownies is a company engaged in food products. In today's multimedia development company is not using the maximum advertisement for promotion . With the advertising community has not been up less aware of the existence Amanda Brownies. Therefore making the advertisement is needed for the media campaign.

These ads will be made with an attractive appearance that the message can be received well by the target. The media campaign is expected to be used properly as part of efforts to increase the number of sales in Amanda Brownies.

Keywords : *Television Advertising, Media Promotion, Production Advertising, Amanda Brownies.*

