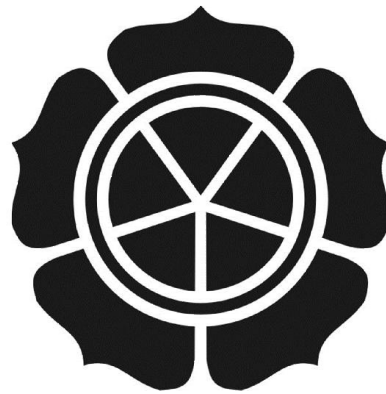


**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA
THE WESTLAKE RESTO BEDOG
UNTUK MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



disusun oleh

Rudi Hatmoko

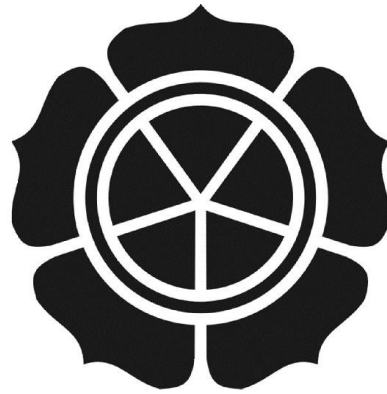
10.12.4495

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2013**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA
THE WESTLAKE RESTO BEDOG
UNTUK MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1
Pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Rudi Hatmoko

10.12.4495

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2013**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA
THE WESTLAKE RESTO BEDOG
UNTUK MEDIA PROMOSI**


yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rudi Hatmoko

10.12.4495

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 7 Oktober 2013

Dosen Pembimbing,


Hanif Al Fatta, M.Kom.

NIK. 190302096

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA
THE WESTLAKE RESTO BEDOG
UNTUK MEDIA PROMOSI**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Rudi Hatmoko

10.12.4495

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 13 Februari 2013

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ferry Wahyu Wibowo, S.Si., M. Cs.
NIK. 190302207

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.
NIK. 190302215

Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng.
NIK. 190302105

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 17 Februari 2014



KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah 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, 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.



Yogyakarta, 13 Februari 2014

Rudi Hatmoko
10.12.4495

MOTTO

Lakukansah hal terbaik untuk saat ini, dan nikanti hasil terbaik di kelak kemudian hari.

Setiap masalah yang kita hadapi, merupakan cara Tuhan untuk menaikkan derajat seseorang jika disikapi dengan positif.



PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama ALLAH SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Sholawat serta salam tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah. Atas petunjuk, rahmat dan ridho darimulah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang senantiasa bersyukur atas nikmatnya, sabar dan ikhlas atas ujian dan cobaannya dan bertaubat dengan sungguh-sungguh untuk meraih keridoannya, kepada mereka:

1. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, doa, dan dukungan yang tak pernah henti.
2. Kedua kakakku yang senantiasa memberi dorongan dan dukungannya.
3. Ketiga ponakanku yang senantiasa menjadi penghiburku.
4. Untuk semua pihak yang terlibat dan membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat selesai.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi dengan judul : Analisis dan Perancangan Iklan Televisi pada The Westlake Resto Bedog untuk Media Promosi. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Sistem Informasi, STMIK Amikom Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada penulisan ini penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom. yang saya hormati, selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Bapak Drs. Bambang Sudaryanto, MM. yang saya hormati, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Sugiyono S.Pd. dan Ibu Mursidah yang telah membesarkan dan mendidik dengan penuh kasih sayang.
4. Kedua kakak saya Ekawati, S.E. dan Retno Cahyaningsih, S.Kep. Ns. yang senantiasa memberikan saya semangat dan motivasi.
5. Ketiga ponakan saya Reyka Fedora Huwaida, Reyka Fatma Az Zahra, Umaiza Ahdia Sobrena yang sering jadi penghibur bagi saya.
6. Kedua kakak ipar saya Rachmad Chodiran, S.P. dan Sobran Jamil, S. Kep. Ns. yang turut serta memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Seseorang yang juga menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini, Wasrinda Kanni Adelita terima kasih.
8. Teman-teman 10-SISI-12 yang selalu menjadi teman saat kita bersama-sama menyelesaikan studi, sukses untuk kita semua.
9. Teman-teman KEPOMPONG (Nadia, Novry, Jalu, Hogi, Nova), terima kasih atas persaudaraan dan bantuannya selama ini.
10. Teman-teman komunitas Kamera Analog Jogjakarta dan POTRAIT. Terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan serta dukungannya.
11. Terima kasih juga untuk Ganis, sudah mau meluangkan waktu datang di pendadaran jauh-jauh dari Umbulharjo.
12. Seluruh dosen pengajar Jurusan Sistem Informasi dan STMIK Amikom Yogyakarta.
13. Seluruh staff akademik, staff laboratorium, dan staff perpustakaan STMIK Amikom Yogyakarta.
14. Semua pihak yang telah banyak membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.
15. Harapan penulis, skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukannya. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Yogyakarta, 14 Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
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 Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Konsep Dasar Iklan.....	10
2.2.1 Pengertian Iklan	10
2.2.2 Sejarah Periklanan.....	10
2.2.3 Etika Periklanan	12
2.2.4 Manajemen Periklanan.....	13
2.2.5 Jenis-Jenis Iklan	14
2.2.6 Fungsi-Fungsi Iklan	15

2.3	Perencanaan Merancang Iklan Televisi	15
2.3.1	Menetapkan Audien Sasaran.....	15
2.3.2	Menetapkan Sasaran dan Anggaran Iklan Televisi.....	16
2.3.3	Mencari Keunggulan Produk Yang Dipasarkan	17
2.3.4	Perancangan Ide Penjualan Utama Sebagai Tema Kampanye.....	17
2.3.5	Perancangan Daya Tarik Pesan Iklan.....	18
2.3.6	Perancangan Gaya Dalam Mengeksekusi Pesan Iklan.....	18
2.3.7	Perancangan Slogan, Logo, dan Simbol	18
2.3.8	Perancangan Naskah dan Storyboard Iklan Televisi.....	19
2.3.9	Perencanaan Memproduksi Iklan Televisi	25
2.4	Software Yang Digunakan.....	26
2.4.1	Adobe Premiere Pro CS3	26
2.4.2	Adobe After Effect CS3	27
2.4.3	Adobe Soundbooth CS5.....	28
2.4.4	Nikon D5100.....	29
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM.....		34
3.1	Tinjauan Umum	34
3.1.1	Latar Belakang The Westlake Resto.....	34
3.1.2	Fasilitas-Fasilitas.....	35
3.1.3	Kelemahan dan Keistimewaan The Westlake Resto.....	40
3.2	Analisis Sistem.....	40
3.2.1	Analisis Kelemahan Sistem Lama	40
3.2.1.1	Identifikasi Masalah.....	40
3.2.1.2	Analisis SWOT	41
3.2.2	Analisis Kebutuhan Sistem Baru	46
3.2.3	Studi Kelayakan	46
3.2.3.1	Kelayakan Teknis.....	46
3.2.3.2	Kelayakan Ekonomi.....	48
3.2.3.3	Kelayakan Operasi/Organisasi.....	48
3.2.3.4	Kelayakan Hukum	49

3.2.3.5	Kelayakan Jadwal	50
3.2.3.6	Kelayakan Strategik	52
3.2.4	Tahap Praproduksi	53
3.2.4.1	Ide Iklan Televisi	53
3.2.4.2	Tema Iklan Televisi	54
3.2.4.3	Persiapan Alat Yang Digunakan	54
3.2.4.4	Naskah Iklan	55
3.2.4.5	Syuting Schedule	58
3.2.4.6	Storyboard Iklan Televisi.....	60
3.2.5	Analisis Kebutuhan Iklan	60
3.2.5.1	Kebutuhan Informasi	60
3.2.5.2	Kebutuhan Perangkat Keras	60
3.2.5.3	Kebutuhan Perangkat Lunak	61
3.2.5.4	Kebutuhan Brainware	61
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Implementasi.....	62
4.1.1	Tahap Produksi	62
4.1.1.1	Gambar yang Harus diambil Ulang	63
4.1.1.1.1	Missing Fokus	63
4.1.1.1.2	Over/Under Exposure	63
4.1.1.1.3	Unframe	64
4.1.1.2	Perlengkapan Syuting	64
4.1.1.2.1	Kamera	64
4.1.1.2.2	Tripod.....	65
4.1.1.2.3	Media Penyimpanan.....	65
4.1.1.3	Proses Pengambilan Gambar	66
4.1.2	Tahap Pasca Produksi	73
4.1.2.1	Perlengkapan Editing	73
4.1.2.1.1	Komputer	73
4.1.2.1.2	Headset/Microphone	73
4.1.2.2	Proses Editing	74

4.1.2.2.1	Capturing.....	74
4.1.2.2.2	Importing Video.....	74
4.1.2.2.3	Coloring.....	76
4.1.2.2.4	Video Transitions.....	78
4.1.2.2.5	Membuat Running Teks/Teks Berjalan (Crawl).....	79
4.1.2.2.6	Membuat Teks/Judul (Still).....	81
4.1.2.2.7	Perekaman Narasi.....	82
4.1.2.2.8	Menghilangkan Noise pada Rekaman Audio.....	83
4.1.2.2.9	Rendering.....	84
4.2	Pembahasan.....	86
4.2.1	Tampilan Hasil Iklan The Westlake Resto.....	86
4.2.2	Pengetesan Iklan The Westlake Resto.....	90
BAB V	PENUTUP.....	95
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....		99
LAMPIRAN.....		100

DAFTAR TABEL

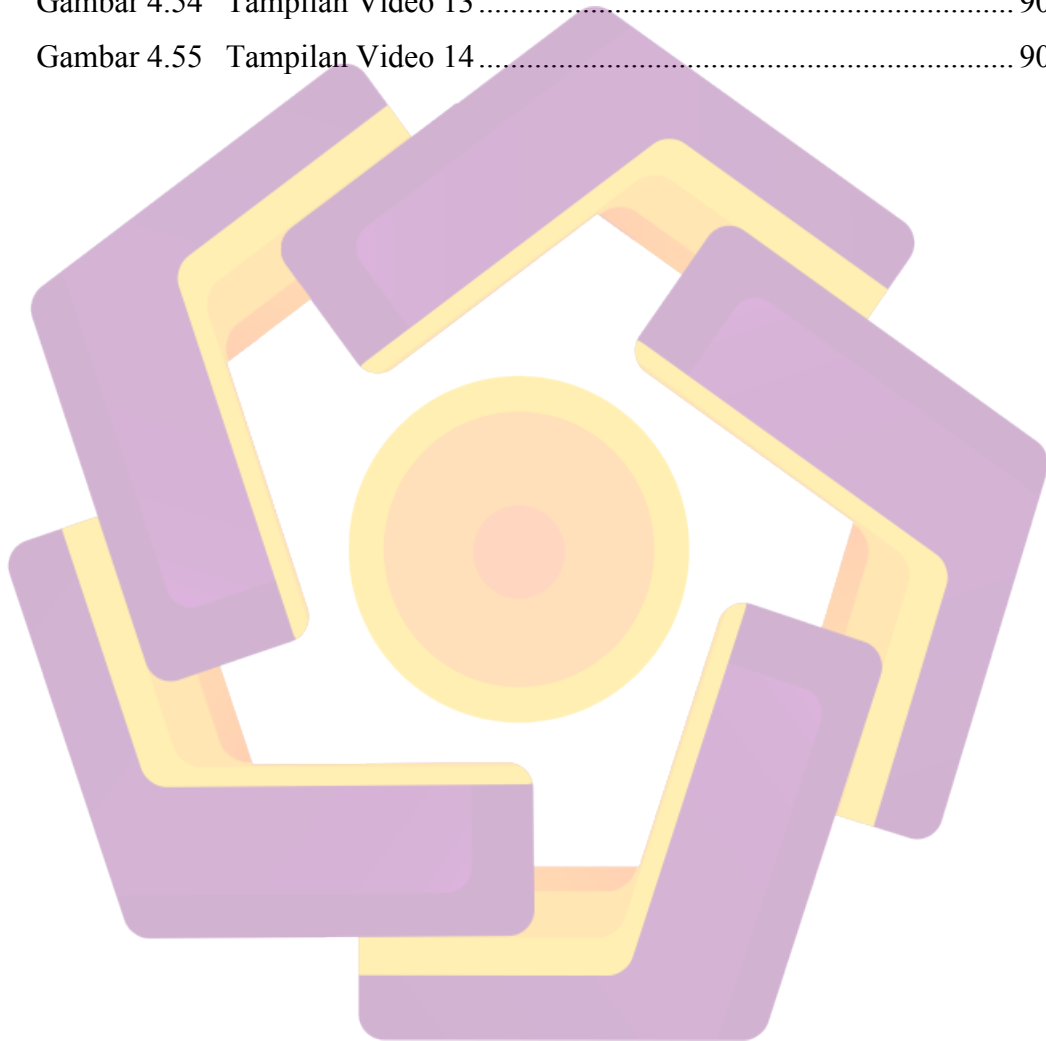
Tabel 2.1	Spesifikasi Nikon D5100	29
Tabel 3.1	Strategi Analisis SWOT	42
Tabel 3.2	Hasil Analisis Kelayakan Teknis	47
Tabel 3.3	Hasil Analisis Kelayakan Operasional	49
Tabel 3.4	Hasil Analisis Kelayakan Hukum	50
Tabel 3.5	Hasil Analisis Kelayakan Waktu	51
Tabel 3.6	Hasil Analisis Kelayakan Strategik	52
Tabel 3.7	Alat Yang Digunakan	54
Tabel 4.1	Quesioner Penilaian Iklan The Westlake Resto untuk Masyarakat Umum/Mahasiswa	91
Tabel 4.2	Quesioner Penilaian Iklan The Westlake Resto untuk Praktisi Multimedia	91
Tabel 4.3	Quesioner Penilaian Iklan The Westlake Resto untuk Pegawai The Westlake Resto	92
Tabel 4.4	Hasil Penilaian Quesioner untuk Masyarakat Umum/ Mahasiswa dari 20 Orang	93
Tabel 4.5	Hasil Penilaian Quesioner untuk Praktisi Multimedia Dari 5 Orang	93
Tabel 4.6	Hasil Penilaian Quesioner untuk Pegawai The Westlake Resto dari 5 Orang	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tampilan Adobe Premiere Pro CS3	27
Gambar 2.2	Tampilan Adobe After Effect CS3	28
Gambar 2.3	Tampilan Adobe Soundbooth CS5	29
Gambar 2.4	Kamera Nikon D5100.....	33
Gambar 3.1	Function Hall	36
Gambar 3.2	Gazebo.....	36
Gambar 3.3	Out Door	37
Gambar 3.4	Meeting Room	37
Gambar 3.5	Jogging Track	38
Gambar 3.6	Area Bermain Anak.....	38
Gambar 3.7	Kolam Kececeh	39
Gambar 3.8	Perahu Bebek.....	39
Gambar 4.1	Alur Proses Produksi	62
Gambar 4.2	Fokus Meleset dan Fokus Tepat	63
Gambar 4.3	Over, Normal, dan Under Exposure	63
Gambar 4.4	Unframe dan Frame	64
Gambar 4.5	Nikon D5100	64
Gambar 4.6	Tripod	65
Gambar 4.7	MMC dan Card Reader	65
Gambar 4.8	Tampilan Video 01	66
Gambar 4.9	Tampilan Video 02	66
Gambar 4.10	Tampilan Video 03	67
Gambar 4.11	Tampilan Video 04	67
Gambar 4.12	Tampilan Video 05	68
Gambar 4.13	Tampilan Video 06	68
Gambar 4.14	Tampilan Video 07	69
Gambar 4.15	Tampilan Video 08	69
Gambar 4.16	Tampilan Video 09	70
Gambar 4.17	Tampilan Video 10	70
Gambar 4.18	Tampilan Video 11	71

Gambar 4.19	Tampilan Video 12	71
Gambar 4.20	Tampilan Video 13	72
Gambar 4.21	Tampilan Video 14	72
Gambar 4.22	Tampilan Awal Adobe Premiere Pro CS3.....	75
Gambar 4.23	Tampilan New Project.....	75
Gambar 4.24	Tampilan Import File.....	76
Gambar 4.25	Tampilan Trimming.....	76
Gambar 4.26	Tampilan Utuh Fast Color Corrector.....	77
Gambar 4.27	Tampilan Fast Corrector.....	77
Gambar 4.28	Tampilan Shadow/Highlight	78
Gambar 4.29	Tampilan Cross Dissolve di Timeline	79
Gambar 4.30	Tampilan Menu Cross Dissolve dan Hasil Cross Dissolve	79
Gambar 4.31	Membuka Tab Title	80
Gambar 4.32	Tampilan Pengolah Teks	80
Gambar 4.33	Tampilan Teks	80
Gambar 4.34	Membuka Tab Title	81
Gambar 4.35	Tampilan Pengolah Teks	81
Gambar 4.36	Tampilan Teks	82
Gambar 4.37	Tampilan Pengaturan Record	83
Gambar 4.38	Tampilan Audio pada Soundbooth CS5.....	83
Gambar 4.39	Tampilan Kotak Dialog Noise Reduction	84
Gambar 4.40	Tampilan Menu Mengeksport Video.....	85
Gambar 4.41	Tampilan Export Setting.....	85
Gambar 4.42	Tampilan Video 01	86
Gambar 4.43	Tampilan Video 02	86
Gambar 4.44	Tampilan Video 03	86
Gambar 4.45	Tampilan Video 04	87
Gambar 4.46	Tampilan Video 05	87
Gambar 4.47	Tampilan Video 06	87
Gambar 4.48	Tampilan Video 07	88

Gambar 4.49	Tampilan Video 08	88
Gambar 4.50	Tampilan Video 09	88
Gambar 4.51	Tampilan Video 10	89
Gambar 4.52	Tampilan Video 11	89
Gambar 4.53	Tampilan Video 12	89
Gambar 4.54	Tampilan Video 13	90
Gambar 4.55	Tampilan Video 14	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Storyboard Iklan The Westlake Resto	101
Lampiran 2	Quesioner	105



INTISARI

“The Westlake Resto” sebagai restaurant yang tergolong baru, membutuhkan suatu media untuk promosi. Televisi diduga paling efektif untuk mempromosi sebuah produk ataupun jasa, baik saluran televisi lokal atau saluran televisi nasional. Biaya juga sangat dipertimbangkan untuk memaksimalkan media dan keefisienan biaya. Perancangan iklan televisi di “The Westlake Resto” cukup tergolong sulit karena mengingat pesaing-pesaingnya yang juga mengusung tema restaurant dan tempat bermain. Namun “The Westlake Resto” mempunyai kelebihan dari yang lain yaitu berupa danau buatan yang cukup besar dan pemandangan yang bagus.

Tentu dalam perancangan iklan televisi “The Westlake Resto” membutuhkan ketepatan dalam menempatkan frame-ramenya. Dalam pengambilan gambar pada iklan "The Westlake Resto" dengan bantuan media rekam karena ini adalah satu-satunya media yang sangat nyata. Unsur dramatisasi yang fungsinya untuk menarik minat atau ajakan melalui iklan televisi, agar penonton tertarik mencobanya. Dikarenakan pesaing-pesaing cukup banyak, dan kurangnya dari “The Westlake Resto” maka akan mengambil unsur suasana dan fasilitas-fasilitas yang terdapat di “The Westlake Resto”. Tentu sebelum itu perlu adanya survei dan observasi agar dapat sinkron dengan “The Westlake Resto” itu sendiri.

“The Westlake Resto” telah mengupayakan usaha untuk mempromosikan, tetapi hasil yang diharapkan kurang mendekati target, sehingga hanya pada hari-hari tertentu pengunjung yang datang ke “The Westlake Resto” itupun ketika ada acara tertentu. Dengan media televisi diharapkan mampu menarik pengunjung lebih luas.

Kata Kunci : The Westlake Resto, Iklan Televisi

ABSTRACT

“The Westlake Resto” as a relatively new restaurant, requires a medium for promotion. Television supposedly the most effective way to promote a product or service, both local television channels or national television channels. Costs are also highly considered in order to maximize the efficiency and cost of media. Designing a television advertisement in “The Westlake Resto” is quite difficult because considering its rivals that also carries the theme restaurant and a playground. But “The Westlake Resto” has the advantage of others in the form of an artificial lake that is big enough and nice scenery.

Of course in the design of a television advertisement “The Westlake Resto” requires accuracy in placing the frame - frame. In the image on the ad “The Westlake Resto” with the help of recording media because it is the only medium that is very real. Dramatization element whose function is to attract or solicitation through television advertising, so that viewers are interested to try it. Due to quite a lot of competitors, and the lack of “The Westlake Resto” will take elements of the atmosphere and facilities are contained in “The Westlake Resto”. Of course before that we need a survey and observation in order to sync with “The Westlake Resto” itself.

“The Westlake Resto” has sought to promote the effort, but the results are expected to be less close to the target, so it is only on certain days of visitors coming to “The Westlake Resto” and even then when there is a specific event. With the television media is expected to attract a wider visitor.

Keywords : *The Westlake Resto, Television Advertising*