

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN MONUMEN JOGJA
KEMBALI UNTUK MEDIA TELEVISI**

Skripsi



Disusun oleh

Wahyu Ade Pratama

07.12.2085

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM
YOGYAKARTA
2011**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN MONUMEN JOGJA
KEMBALI UNTUK MEDIA TELEVISI**

Skripsi

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Sistem Informasi



Disusun oleh

Wahyu Ade Pratama

07.12.2085

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM
YOGYAKARTA
2011**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Analisis dan Perancangan Iklan Monumen Jogja Kembali untuk Media
Televisi**


yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wahyu Ade Pratama

07.12.2085

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 April 2011

Dosen Pembimbing,


Prof. Dr. M. Suyanto, MM

NIK. 190302001

PENGESAHAN

SKRIPSI

**Analisis dan Perancangan Iklan Monumen Jogja Kembali untuk Media
Televisi**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wahyu Ade Pratama

07.12.2085

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 3 Mei 2011

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

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



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



Andi Sunyoto, M.Kom
NIK. 190302052



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Komputer Tanggal 11 Mei 2011

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 17 April 2011

Wahyu Ade Pratama

NIM 07.12.2085

MOTTO

✚ *Hidup adalah perjuangan*

✚ *“Jangan pernah menyerah
hancurkan kesedihan, kita kan
bersama ayo lawan dunia injak
kesombongan dan semuanya” (-jrx)*

✚ *“ Tuhan mungkin tidak pernah
mengabulkan doa kita,tapi tuhan
memberi kita pentunjuk dan jalan
untuk mendapatkannya “*

HALAMAN PERSEMBAHAN

- + Puji Syukur Kehadirat Allah SWT pemilik jiwa dan ragaku.
- + Nabi Muhammad SAW yang senantiasa mejadi panutan dan penuntun hidupku
- + Ayahku & Adik adiku terima kasih atas supoortnya dan doa selama ini...
- + Ninik Dwi Hastuti ,,Ibuku tersayang ...yang merawat ku sejak lahir ...engaku tak kan tergantikan
- + Buat Tony,Sodron,Widi,Galih, Amoy ,Wisnu,Rony,Tio dkk semoga sukses selalu ...
- + Anak – anak KOMA Shincan, Budi, Purna, Kharisma dkk..yang tidak bisa saya sebutin satu per satu
- + AB 2483 HE kamu memang bener2x Satria

Terima kasih semuanya tanpa kalian aku tidak berarti apa apa ...semoga sukses selalu ...AMIN ..

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

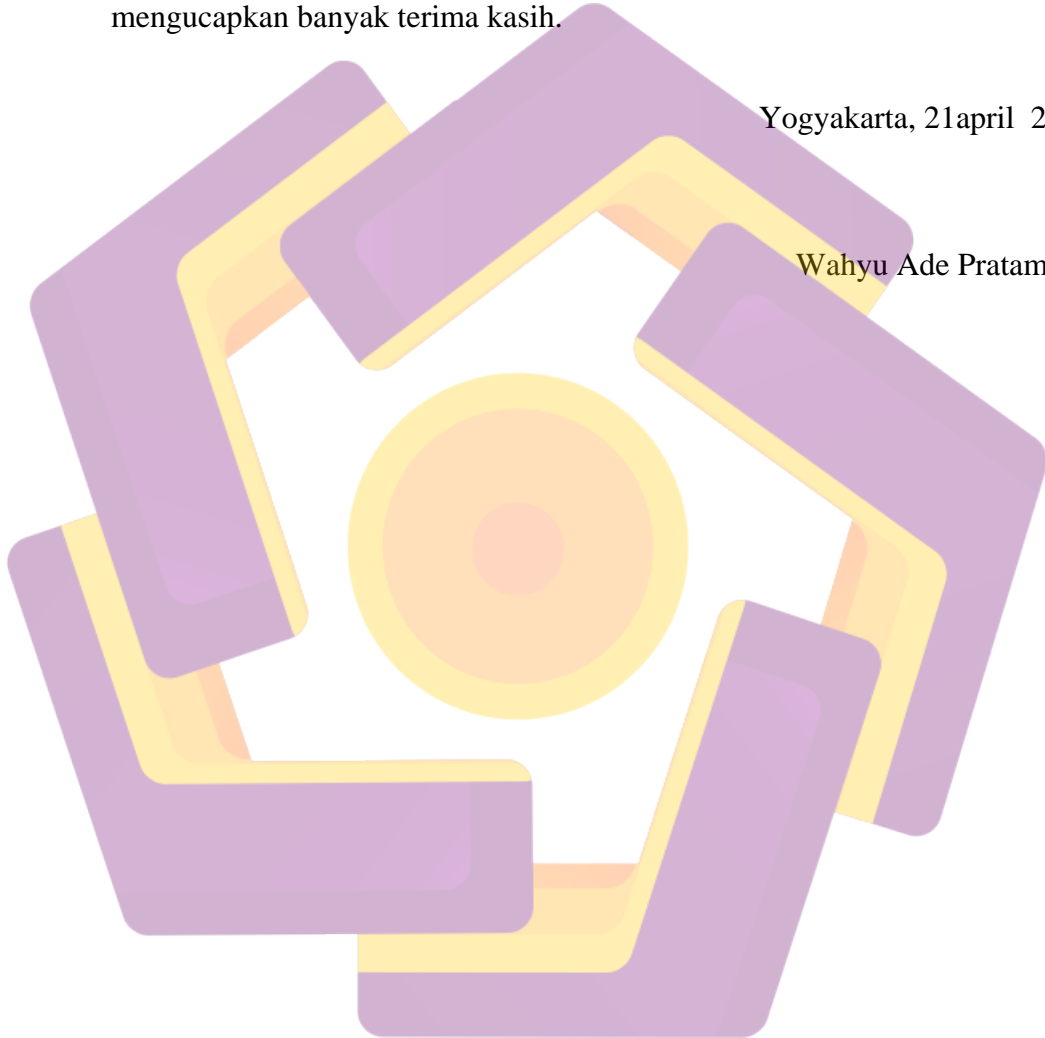
Puji syukur kita haturkan kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Komputer. Penyusunan laporan skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Ketua STMIK “AMIKOM” Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M Selaku, Dosen Pembimbing
3. Kedua orang tuaku yang tak lelah menyayangiku serta membimbingku dari aku kecil sampai sebesar ini, ku tak ingin mengecewakan kalian
4. Dra. Sri Utami Bag Urusan Museum dan Perpustakaan
5. Monumen Jogja Kembali yang telah mempercayakan dan mengizinkan kepada penulis untuk membuat iklan Televisi dalam skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen STMIK “AMIKOM” Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah
7. Teman-temanku SI S1- kelas A yang telah banyak memberikan aku arti hidup dalam suka dan duka..
8. Terimakasih juga pada pihak-pihak yang telah membantu penulis

Penulis tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan-kekurangan dan kelemahan-kelemahannya. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun. Atas saran dan kritikan-nya penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, 21 April 2011

Wahyu Ade Pratama



DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
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	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	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. Sistematika Penulisan	4

BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1. Sejarah Periklanan Televisi	6
2.2. Konsep Dasar Perancangan Iklan Televisi	7
2.3. Strategi Perancangan Iklan Televisi	8
2.4 Penetapan Tujuan Periklanan	9
2.5. Strategi Merancang Iklan Televisi	10
2.5.1 Strategi Menetapkan Audien Sasaran	10
2.5.2 Strategi Menetapkan Sasaran dan Anggaran	10
2.5.3 Strategi Mencari Keunggulan Produk	11
2.5.4 Strategi Merancang Ide Penjualan Utama.....	12
2.5.5 Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan	12
2.5.6 Strategi Merancang Gaya Dalam Eksekusi Pesan Iklan ...	12
2.5.7 Strategi Merancang, Kata ,Logo, dan Simbol	13
2.5.8 Strategi Merancang Naskah dan Storyboard	13
2.6 Merancang Format	17
2.6.1 Ilustrasi Gambar Bermakna.....	17
2.6.2 Ilustrasi Relasi Tanda.....	17
2.6.3 Ilustrasi Simbol	17
2.6.4 Ilustrasi Logo	18
2.6.5 Merancang Teks.....	18
2.7 Kamera	19
2.7 Perangkat Lunak Multimedia Yang Digunakan	20
2.8.1 Adobe Premiere	21
2.8.2 Adobe Audition	22
2.8.3 Adobe After Effects	22

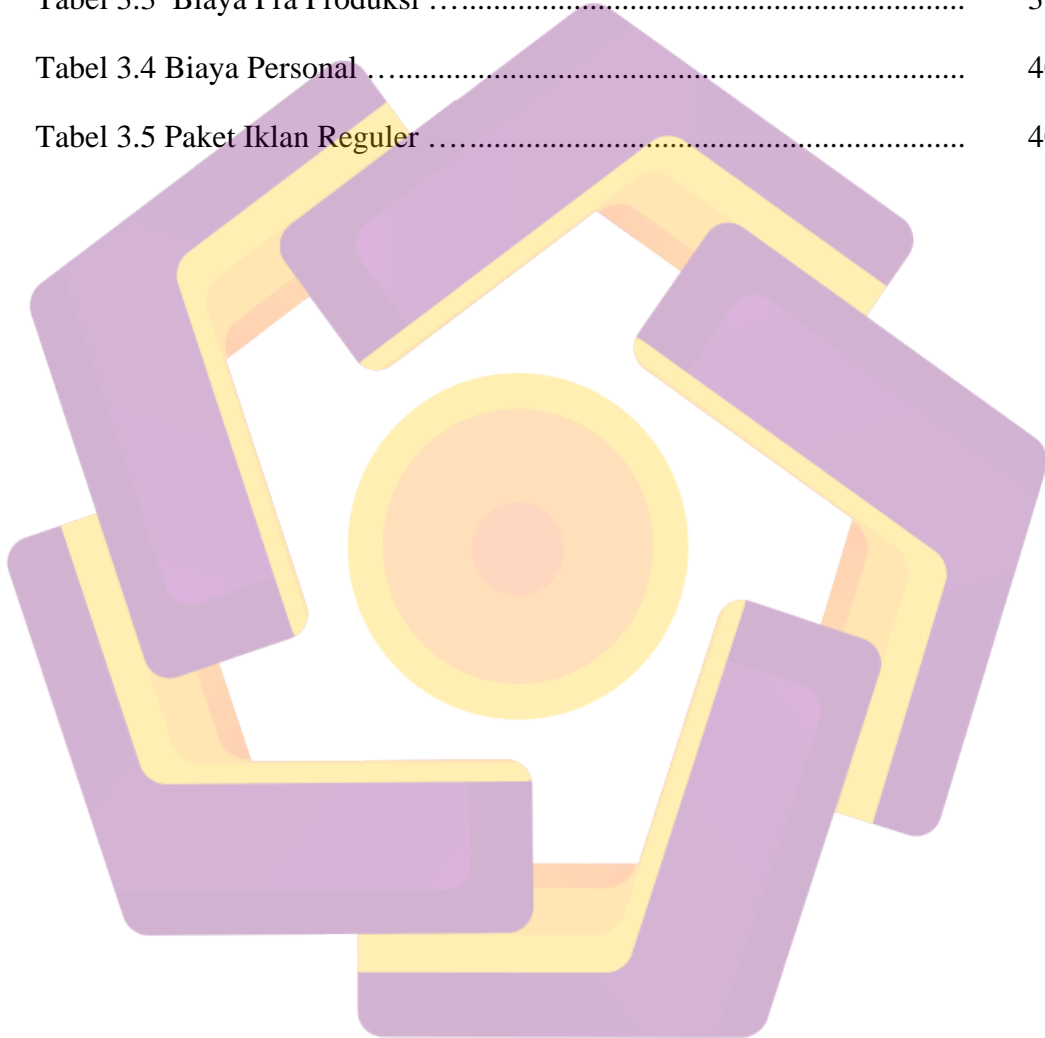
BAB III TINJAUAN UMUM DAN ANALISIS	24
3.1 Sejarah Monumen Jogja Kembali	22
3.2 Struktur Kepengurusan	25
3.3 Strategi Yang Dilakukan Saat ini	27
3.4 Pengertian Analisis Sistem	28
3.5 Konsep Dasar Analisis Sistem	29
3.5.1 Definisi Analisis Sistem	29
3.6 Analisis Sistem	29
3.6.1 Analisis Kelemahan Sistem	29
3.6.1.1 Analisis Kinerja (<i>Performance</i>)	29
3.6.1.2 Analisis Informasi (<i>Information</i>)	30
3.6.1.3 Analisis Ekonomi (<i>Economic</i>)	31
3.6.1.4 Analisis Keamanan (<i>Control</i>)	31
3.6.1.5 Analisis Efisiensi	32
3.6.1.6 Analisis Pelayanan (<i>Service</i>)	32
3.7 Analisis Biaya Manfaat	32
3.7.1 Analisis Biaya	32
3.7.2 Analisis Biaya Manfaat	33
3.7.3 Perhitungan Analisis Biaya Manfaat	33
3.7.4 Metode Payback Periode	33
3.7.5 Metode Pengembalian Investasi (<i>ROI</i>)	36
3.7.6 Metode Nilai Sekarang Bersih (<i>NPV</i>)	37
3.7.7 Rencana Anggaran Biaya	39
3.8. Analisis Kebutuhan Sistem	40
3.8.1 Kebutuhan Perangkat Keras	41

3.8.2	Kebutuhan Perangkat Lunak ..	41
3.9	. Aspek Hardware,Software, Brainware ..	42
3.9.1	. Aspek Hardware ..	42
3.9.2	Aspek Software ..	43
3.9.3	Aspek Brainware ..	43
3.10	Perancangan Iklan ..	43
3.10.1	Pra Produksi ..	43
3.10.2	Menyusun Naskah Cerita ..	44
3.10.3	Treatment ..	44
3.10.4	Membuat/Menulis Script ..	44
3.10.5	Membuat Storyboard ..	44
3.10.6	Produksi ..	45
3.10.7	Pasca Produksi ..	45
	BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN ..	46
4.1	Pra produksi ..	47
4.1.2	Pembuatan Naskah/ Script Iklan TV ..	47
4.1.3	Pembuatan Stortyboard ..	50
4.2	Tahap produksi ..	57
4.2.1	Perlengkapan Syuting ..	57
4.2.1.1	Kamera ..	57
4.2.1.2	Kaset MiniDv ..	57
4.2.1.3	Tripod ..	58
4.3	Tahap Pasca Produksi ..	58
4.3.1	Perlengkapan Editing ..	59
4.3.1.1	Komputer/Laptop ..	59

4.3.1.2 Earphone Headshot	59
4.3.2 Proses Editing	60
4.3.2.1 Capturing	60
4.3.2.2 Importing Video	62
4.3.2.3 Membuat Teks/judul (<i>Still</i>)	64
4.3.2.4 Perekaman Narasi	66
4.3.2.5 Menghilangkan Noise Pada Rekaman Audio	67
4.3.2.6 Membuat Animasi Text	68
4.3.2.7 Rendering	71
4.3.2.8 Mastering	72
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
Daftar Pustaka	
Lampiran - Lampiran	

DAFTAR TABEL

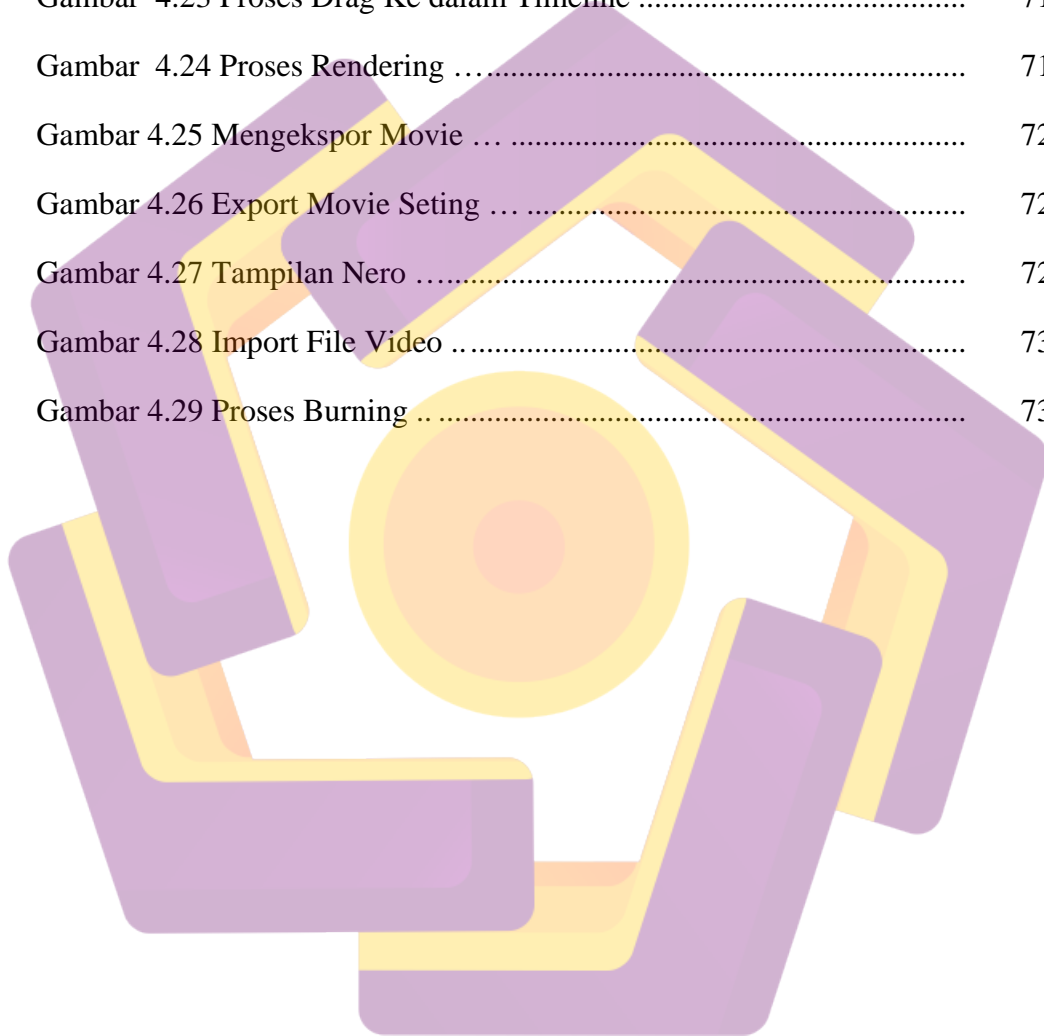
Tabel 3.1. Rincian Biaya Manfaat	34
Tabel 3.2. Tabel Kesimpulan ..	39
Tabel 3.3 Biaya Pra Produksi	39
Tabel 3.4 Biaya Personal	40
Tabel 3.5 Paket Iklan Reguler	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Storyboard	17
Gambar 2.2 Adobe Premier CS 3	21
Gambar 2.3 Tampilan Adobe Audition	22
Gambar 2.4 Adobe After Effects	23
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	26
Gambar 4.1 Kamera HVR	57
Gambar 4.2 Tripod	58
Gambar 4.3 Headshet	60
Gambar 4.4 Tab Logging dan Setting	60
Gambar 4.5 Kotak Pilihan Capture	61
Gambar 4.6 Tampilan Awal Adobe Premiere	62
Gambar 4.7 Tampilan New Project	62
Gambar 4.8 Tampilan Import File	63
Gambar 4.9 Tampilan Trimming	63
Gambar 4.10 Membuat Text	64
Gambar 4.11 Mengelola Text	65
Gambar 4.12 Title Properties	65
Gambar 4.13 Proses Pemindahan Title Ke dalam Timeline	66
Gambar 4.14 Tampilan Pengaturan Audio	66
Gambar 4.15 Tampilan Audio Adobe Audition	66
Gambar 4.16 Kotak Dialog Noise Reduction	67
Gambar 4.17 Capturing Noise Profil	67
Gambar 4.18 Noise Reduction	68

Gambar 4.19 Tampilan Adobe Photoshop CS 3	68
Gambar 4.20 Text Toll	69
Gambar 4.21 Tampilan Adobe Affter Effect CS 3 ..	70
Gambar 4.22 Open Project.....	70
Gambar 4.23 Proses Drag Ke dalam Timeline	71
Gambar 4.24 Proses Rendering	71
Gambar 4.25 Mengekspor Movie	72
Gambar 4.26 Export Movie Seting	72
Gambar 4.27 Tampilan Nero	72
Gambar 4.28 Import File Video	73
Gambar 4.29 Proses Burning	73



INTISARI

Museum MONUMEN JOGJA KEMBALI merupakan bukti sejarah bisu yang mana bisa memberikan pengetahuan tentang kejadian di masa lampau. Selain itu museum juga sebagai tempat penyimpanan barang-barang peninggalan bersejarah serta benda-benda yang bersifat realia, replika, foto, lambang-lambang dan berbagai jenis senjata yang digunakan oleh para pahlawan untuk memperjuangkan daerah yang ingin direbut dari penjajah. Tetapi dewasa ini Museum Monumen Jogja Kembali ini mengalami penurunan pengunjung dalam decade ini sehingga pemasukan menjadi menurun. Penghasilan yang hanya didapat dari hasil penjualan tiket tidak mencukupi kebutuhan.

Berdasarkan berbagai masalah tersebut, penyusun mencoba merancang dan menganalisis sebuah iklan lewat media televisi pada Monumen Jogja Kembali yang mempunyai permasalahan dalam mengenalkan kepada publik bahwa Monumen Jogja Kembali merupakan sebuah tempat wisata/museum edukasi sejarah yang didalamnya berisi tentang perjuangan bangsa Indonesia merebut kemerdekaannya. Dengan adanya media iklan televisi Monumen Jogja Kembali mencoba akan menggunakan iklan televisi untuk mengenalkan kepada publik dan diharapkan bisa menambah pemasukan Monumen Jogja Kembali. Karena iklan multimedia merupakan salah satu media pendukung dalam penyampaian informasi yang efektif dan menarik dalam penyampaiannya daripada lewat media tertulis.

Hasil analisis masalah masih ditemukan banyak hal yang harus dibenahi yaitu kurangnya strategi promosi pihak Monumen Jogja Kembali dalam mempublikasikan/mengenalkan sehingga orang tidak banyak yang tahu. Dengan adanya media iklan televisi PT Monumen Jogja Kembali mencoba akan menggunakan iklan televisi untuk mengenalkan kepada publik dan diharapkan bisa menambah pemasukan PT Monumen Jogja Kembali. Karena iklan multimedia merupakan salah satu media pendukung dalam penyampaian informasi yang efektif dan menarik dalam penyampaiannya daripada lewat media tertulis.

Kata kunci : Museum, iklan, multimedia, informasi, promosi, efektif

ABSTRAKSI

Museum MONUMEN JOGJA KEMBALI is mute historical evidence which can provide knowledge about what happened in the past. In addition, the museum also as a storage area of historic relics and objects that are realia, replicas, photographs, symbols and various types of weapons used by the heroes to fight for the area you want captured from invaders. But today this Jogja Kembali Monument Museum has decreased in this decade sehingga visitor revenue to decrease. Income is only obtained from the ticket sales are not sufficient.

Based on various issues, the authors try to design and analyze an advertisement via television media on Jogja Kembali Monument which has permasalahan in introducing to the public that Jogja Kembali Monument is a tourist / educational history museum which contains about the struggle of the Indonesian nation won its independence. With the media Jogja Kembali Monument television advertisements to try to use television advertising to introduce to the public and is expected to increase revenue Jogja Kembali Monument. Because multimedia advertising is one of the supporting media in disseminating information on effective and interesting in its delivery rather than through the written media.

Result analysis of the problems still found many things that must be addressed: the lack of promotion strategy Jogja Kembali Monument party in publish / introducing so many people do not know. With the television advertising medium PT Jogja Kembali Monument tried to use television advertising to introduce to the public and is expected to increase revenue PT Jogja Kembali Monument. Because multimedia advertising is one of the supporting media in disseminating information on effective and interesting in its delivery rather than through the written media.

Keywords: Museum, advertising, multimedia, information, promotions, effective