

**PERANCANGAN IKLAN ARDHIAN DEKORASI PENGANTIN
UNTUK MEDIA TELEVISI LOKAL**

TUGAS AKHIR



disusun oleh

Adrian Wijar Pradana **08.02.7230**

Arief Rokhim Pranyono **08.02.7284**

**JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM
YOGYAKARTA**

2012

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IKLAN ARDHIAN DEKORASI PENGANTIN

UNTUK MEDIA TELEVISI LOKAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adrian Wijar Pradana

08.02.7230

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Januari 2012

Susunan Dewan Penguji

Nama

Tanda Tangan

Agus Purwanto, S.Kom
NIK. 190000001

Abas Ali Pangera, Ir, M.Kom
NIK. 190302008

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 20 Januari 2012

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



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

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IKLAN ARDHIAN DEKORASI PENGANTIN

UNTUK MEDIA TELEVISI LOKAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Arief Rokhim Pranyono

08.02.7284

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Januari 2012

Susunan Dewan Penguji

Nama

Tanda Tangan

Barka Satya, S.Kom
NIK. 190302126



Hanif Al Fatta, M.Kom
NIK. 190302096



Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer

Tanggal 20 Januari 2012

KEP. TUA STM IK AMIKOM YOGYAKARTA



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

PERNYATAAN

Kami yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, Tugas Akhir ini merupakan karya kelompok kami sendiri (ASLI), dan isi dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain atau kelompok lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan kami juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain atau kelompok lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 20 Januari 2012

Nama

NIM

Tanda tangan

Adrian Wijar Pradana

08.02.7230



Arief Rokhim Pranyono

08.02.7284

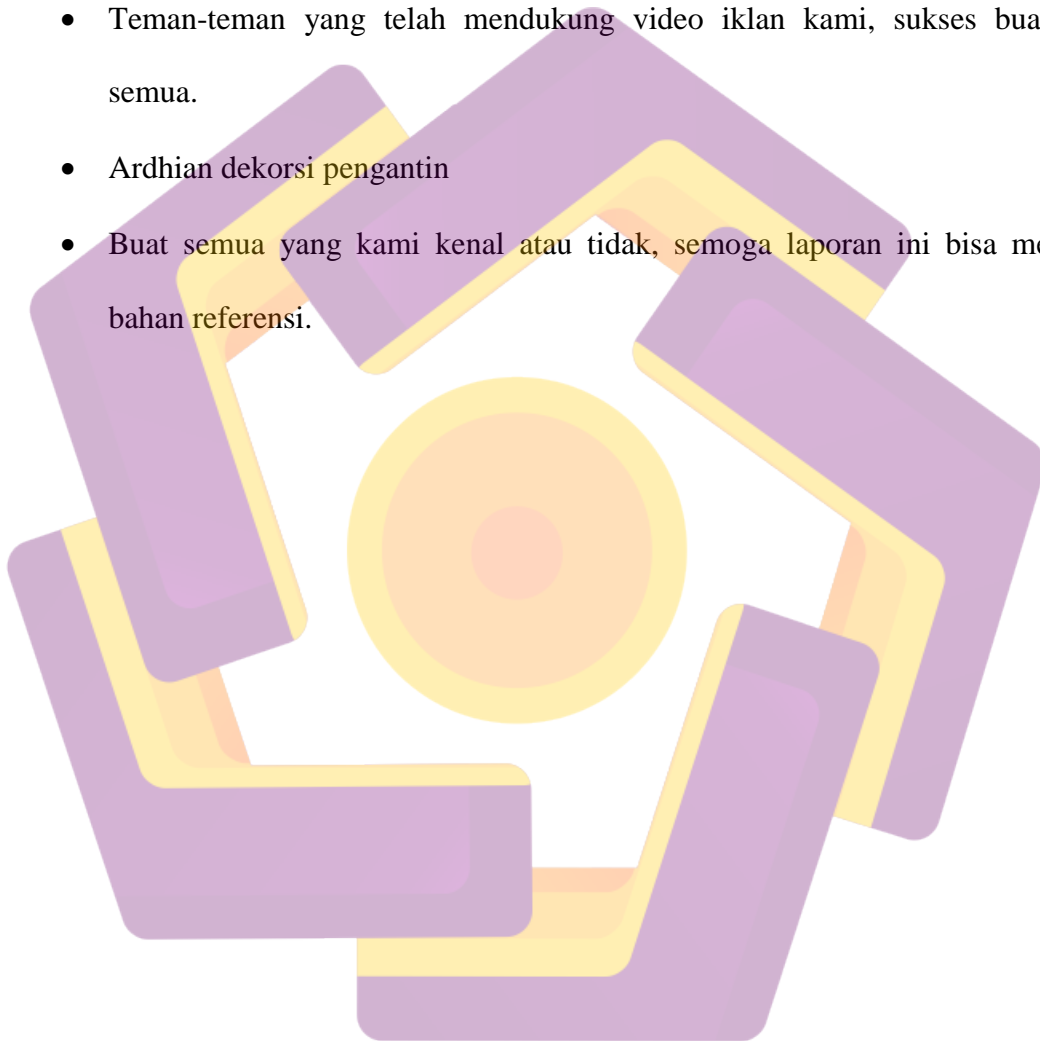


MOTTO

- Orang yang sejatinya paling kaya, adalah dia yang kebahagiaannya berasal dari hal-hal yang tidak harus dibeli.
- Berfokuslah melakukan yang sudah jelas-jelas harus anda lakukan untuk menjadikan anda pribadi yang lebih kuat dari pada masalah-masalah anda. Dan janganlah terpicat dalam kesibukan yang kesenangannya sementara dan tidak penting.
- Rahasia utama bagi keberhasilan karir dalam bidang apapun, adalah menemukan orang-orang yang lebih terbuka bagi ide dan rencana anda.
- Seseorang disebut kuat bukan karena badannya kuat, tetapi karena hati anda yang sedang dikecilkan dan bersedih itu, tetap bertahan dan menyabarkan diri.
- Keberuntungan tidak setia kepada kita, kecuali kita setia kepada perilaku yang memberuntungkan.
- Perubahan memang tak menjamin perbaikan, tapi tidak ada perbaikan dicapai tanpa perubahan.

PERSEMBAHAN

- Untuk kedua orang tua dan saudara-saudaraku, terima kasih atas dukungannya.
- Teman-teman yang telah mendukung video iklan kami, sukses buat kita semua.
- Ardhan dekorsi pengantin
- Buat semua yang kami kenal atau tidak, semoga laporan ini bisa menjadi bahan referensi.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayahnya, sehingga kami dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “*PERANCANGAN IKLAN ARDHIAN DEKOR PENGANTIN UNTUK MEDIA TELEVISI LOKAL*” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Diploma 3 dalam bidang Manajemen Informatika di STMIK “AMIKOM” Yogyakarta.

Kami menyadari sepenuhnya bahwa penulisan tugas akhir jauh dari sempurna, oleh sebab itu kami mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna membantu tugas akhir ini, sehingga mendekati dari kesempurnaan dan dapat bermanfaat bagi kami serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Pada kesempatan ini kami menyampaikan terima kasih kepada:

- a. Allah SWT atas semua nikmat dan berkah yang diberikan kepada kami.
- b. Orang tua yang telah memberikan dukungan doa, semangat maupun motivasi
- c. Bapak Prof. Drs. Mohammad Suyanto, M.M, selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
- d. Ibu Krisnawati, M.Kom Selaku ketua jurusan Teknik Informatika Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
- e. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir.

- f. Segenap dosen Amikom, terima kasih atas kerjasama dan dukungan yang diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung.
- g. Teman-teman, (David, Dita, Dimas) yang mau menjadi talent kami, (Fajar, Arifin) teima kasih atas pinjaman properti. Semua teman-teman D3MI.
- h. Dan semua pihak yang telah membantu dalam meyelesaikan tugas ini.

Harapan kami, semoga karya ini dapat bermanfaat dan dipakai sebagai bahan referensi yang dapat memberikan wawasan luas dalam bidang ilmu komunikasi dan khususnya bagi kami.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 20 Januari 2012

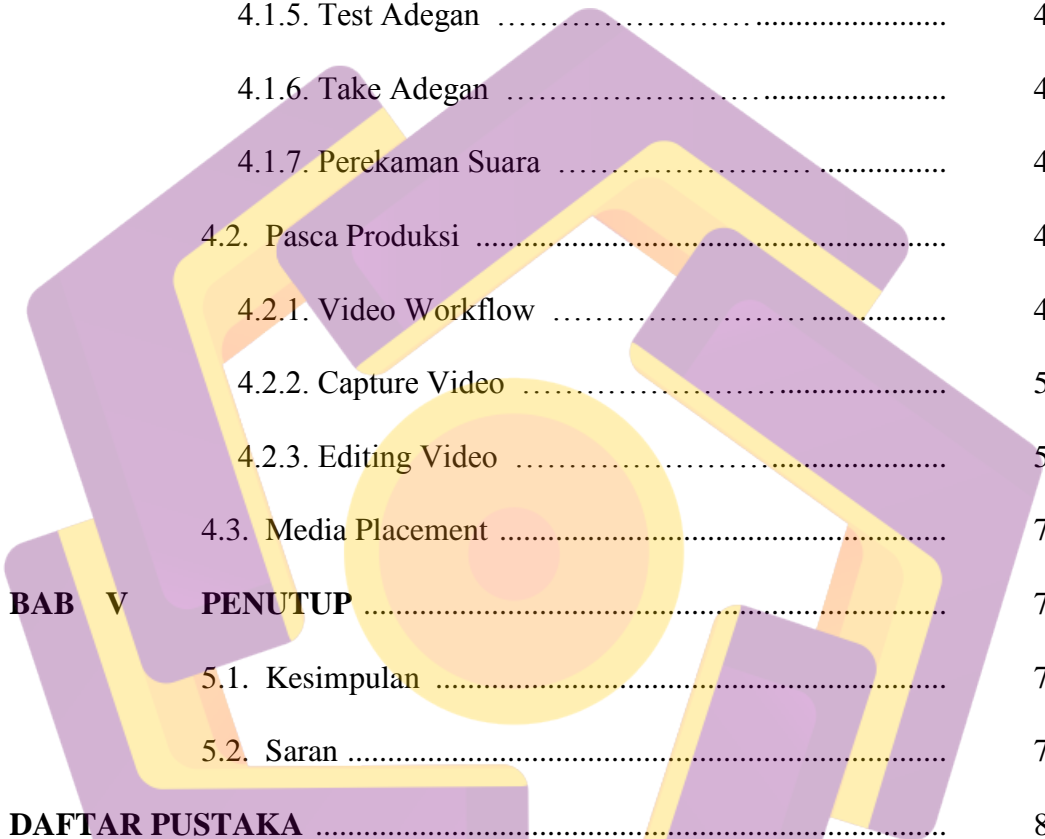
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI	xviii
ABSTRACT	xix
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	5

BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Sejarah Multimedia	7
2.1.2. Definisi Multimedia	8
2.1.3. Sejarah Periklanan Televisi	10
2.1.4. Standar Video Broadcast	12
2.1.5. Konsep Dasar Dalam Periklanan	15
2.1.6. Tujuan Periklanan	15
2.2. Jenis-jenis Iklan	17
2.3. Langkah-langkah Pembuatan Iklan Televisi	18
2.3.1. Tahap Pra Produksi	18
2.3.2. Tahap Produksi	19
2.3.3. Tahap Pasca Produksi	19
2.3.4. Tahap Media Placement	20
2.4. Kamera Angle	20
2.5. Format File Video	25
2.5.1. Quick Time (MOV)	26
2.5.2. Motion Picture Expert Group (MPEG)	27
2.5.3. Audio Video Interleave (AVI)	27
2.5.4. Real Video (RM/RAM)	28
2.5.5. Shockwave (Flash/SWF)	28
2.6. Software yang Digunakan	28

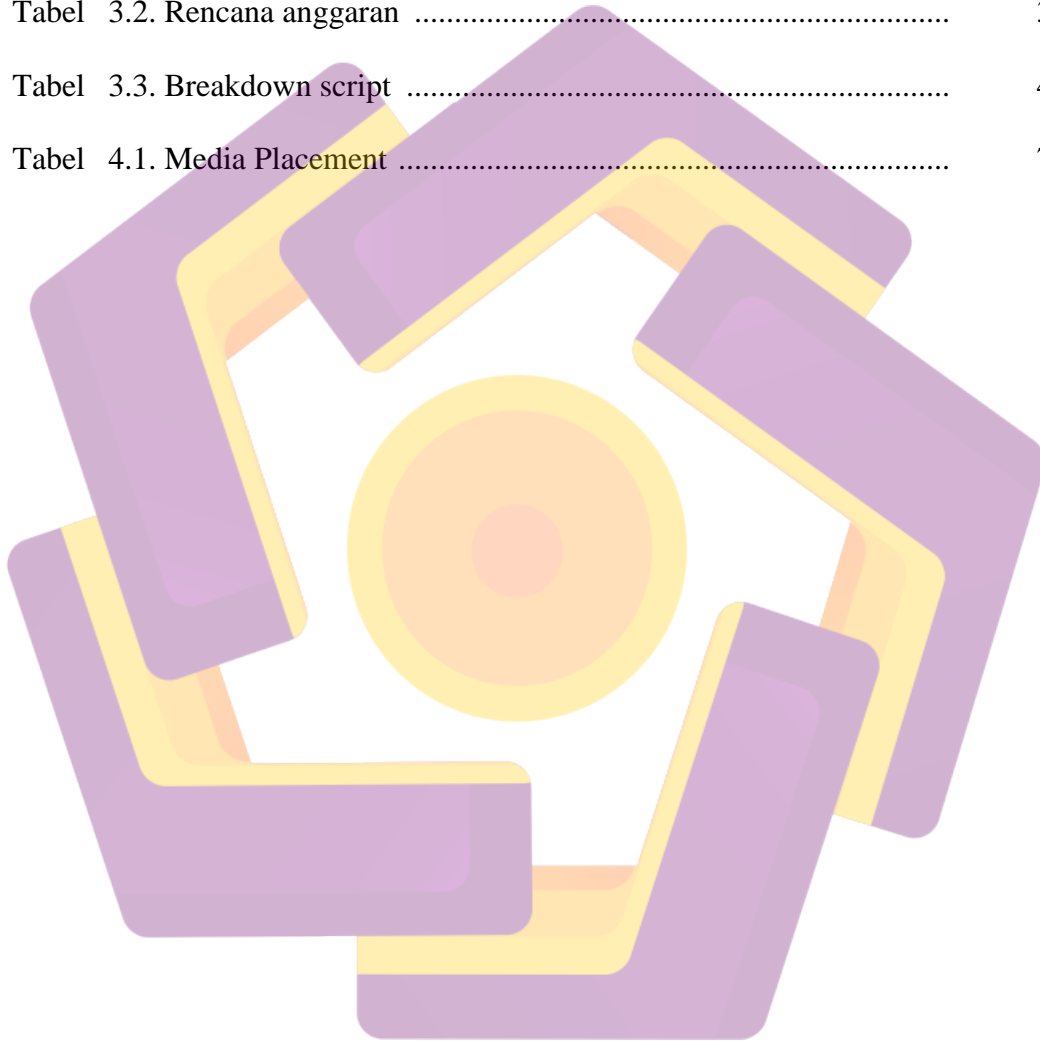
2.6.1. Adobe Premiere Pro	28
2.6.2. Adobe After Effect	29
2.6.3. Adobe Photoshop	32
BAB III. GAMBARAN UMUM	34
3.1. Profil Ardhian Dekor	34
3.1.1. Struktur Organisasi	36
3.1.2. Visi dan Misi Usaha	36
3.1.3. Pertumbuhan Perusahaan	37
3.1.4. Laporan Keuangan	37
3.1.5. Persaingan Usaha	38
3.2. Analisis Masalah	38
3.3. Pra Produksi	39
3.3.1. Persiapan Perancangan	39
3.3.2. Proses Pra Produksi	40
3.4. Pembagian Berdasarkan Peran dan Scene	41
3.5. Diagram Scene	42
3.6. Rencana Kru	42
3.7. Breakdown Script	44
3.8. Storyboard	45
BAB IV. PEMBAHASAN	46
4.1. Proses Produksi	46
4.1.1. Menyiapkan Perlengkapan	46



4.1.2. Make Up dan Wardrobe Model	46
4.1.3. Briefing	47
4.1.4. Test Alat	47
4.1.5. Test Adegan	47
4.1.6. Take Adegan	48
4.1.7. Perekaman Suara	48
4.2. Pasca Produksi	49
4.2.1. Video Workflow	49
4.2.2. Capture Video	50
4.2.3. Editing Video	54
4.3. Media Placement	74
BAB V PENUTUP	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel standart broadcasting	12
Tabel 3.1. Laporan keuangan	37
Tabel 3.2. Rencana anggaran	39
Tabel 3.3. Breakdown script	44
Tabel 4.1. Media Placement	75



TABEL GAMBAR

Gambar 2.1. Bagan Tahap Perancangan Iklan	18
Gambar 2.2. simulasi pengambilan gambar <i>high angle, top angle dan bird angle</i>	20
Gambar 2.3. simulasi pengambilan gambar <i>low angle dan frog eye level</i> .	21
Gambar 2.4. simulasi pengambilan gambar <i>eye level</i>	21
Gambar 2.5. simulasi pengambilan gambar <i>over shoulder</i>	22
Gambar 2.6. simulasi pengambilan gambar <i>Walking shot, Fast Road Effect</i>	22
Gambar 2.7. simulasi pengambilan gambar <i>Aritficial shot</i>	23
Gambar 2.8. simulasi pengambilan gambar <i>Reflection shot</i>	23
Gambar 2.9. simulasi pengambilan gambar <i>Tripod transitio</i>	24
Gambar 2.10. simulasi pengambilan gambar <i>Back light shot</i>	24
Gambar 2.11. simulasi pengambilan gambar <i>Door frame shot</i>	25
Gambar 2.12. simulasi pengambilan gambar <i>1 shot, 2 shot, 3 shot</i>	25
Gambar 2.13. Panel pada program	29
Gambar 2.14. Tampilan jendela kerja program Adobe After Effects CS4	31
Gambar 2.15. Tampilan jendela kerja program Adobe Photoshop	33
Gambar 3.1. Usaha CV Astuti	34
Gambar 3.2. Produk Ardhian Dekor	35
Gambar 3.3. Produk Ardhian Dekor	35
Gambar 3.4. Produk Ardhian Dekor	35

Gambar 3.5. Struktur Organisme	36
Gambar 3.6. Diagram scene	42
Gambar 3.7. Story Board	45
Tabel 4.1. <i>Make up</i> dan <i>wardrobe</i> model	46
Tabel 4.2. Take adegan	48
Tabel 4.3. Diagram Workflow	49
Tabel 4.4. Tampilan <i>Devices and Printers</i> pada <i>Control Panel</i>	51
Tabel 4.5. Tiga tampilan awal Premiere CS3	51
Tabel 4.6. Jendela <i>New Project</i>	52
Tabel 4.7. <i>New Sequence</i>	52
Tabel 4.8. Pilihan File pada <i>toolbar</i>	53
Tabel 4.9. <i>Dialog Box</i>	53
Tabel 4.10. Tampilan <i>Dialog Box</i>	54
Tabel 4.11. Kotak Dialog <i>Welcome to Adobe Premiere Pro CS3</i>	55
Tabel 4.12. Tampilan <i>form New Project</i>	55
Tabel 4.13. Membuka semua <i>file</i> yang diperlukan	56
Tabel 4.14. <i>Drag file</i> ke <i>timeline</i>	57
Tabel 4.15. Menjalankan gabungan video	57
Tabel 4.16. <i>Razor Tool</i>	58
Tabel 4.17. <i>Rork area bar</i> pada posisi paling belakang di video.	58
Tabel 4.18. Jendela <i>Eksport Setting</i>	59
Tabel 4.19. <i>Form</i> komposisi	60

Tabel 4.20. <i>Form import file</i>	61
Tabel 4.21. Jendela <i>Curves</i>	61
Tabel 4.22. Jendela <i>Curves</i>	62
Tabel 4.23. Jendela <i>Glow</i>	63
Tabel 4.24. Jendela <i>Box Blur</i>	64
Tabel 4.25. Jendela <i>Effects & Presets</i>	65
Tabel 4.26. <i>CC Pixel Polly</i>	65
Tabel 4.27. Jendela Hasil	66
Tabel 4.28. <i>Masking</i>	66
Tabel 4.29. <i>Form rendering</i>	67
Tabel 4.30. Kotak Dialog <i>Welcome to Adobe Premiere Pro CS3</i>	68
Tabel 4.31. Tampilan <i>form New Project</i>	68
Tabel 4.32. Membuka semua <i>file</i> yang diperlukan	69
Tabel 4.33. <i>Drag file</i> ke <i>timeline</i>	70
Tabel 4.34. Menjalankan gabungan video	70
Tabel 4.35. <i>Razor Tool</i>	71
Tabel 4.36. Jendela <i>Transisi</i>	72
Tabel 4.37. Jendela <i>Time line</i>	72
Tabel 4.38. <i>Rork area bar</i> pada posisi paling belakang di video	73
Tabel 4.39. Jendela <i>Eksport Setting</i>	74

INTISARI

Ardhian Dekorasi Pengantin salah satu usaha dekorasi pengantin di Yogyakarta, dan saat ini belum memiliki cabang. Masih banyak masyarakat yang kurang tahu adanya Ardhian Dekorasi Pengantin, dikarenakan pihak Ardhian Dekorasi Pengantin kurang mempromosikan di area Yogyakarta. Disamping kurang mempromosikan usahanya, di Yogyakarta juga banyak usaha dekorasi pengantin yang menjadi pesaing Ardhian Dekorasi Pengantin.

Untuk mengatasi masalah tersebut, saya membuat iklan dengan media televisi. Memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang adanya Ardhian Dekorasi Pengantin. Memproduksi iklan televisi harus melalui 4 tahap, yaitu tahap praproduksi, tahap produksi, tahap pasca produksi dan Media *placement*.

Iklan media televisi tersebut akan memberikan banyak informasi tentang adanya Ardhian Dekorasi Pengantin. Tidak hanya itu saja, konsumen akan melihat sekilas produk dari Ardhian Dekorasi Pengantin. Setelah masyarakat mengetahui informasi yg ada di iklan tersebut, masyarakat akan menghubungi Ardhian Dekorasi Pengantin untuk kepentingan dekorasi pengantin.

Kata Kunci : Media Televisi, informasi, iklan, dekorasi pengantin



ABSTRACT

Ardhian Wedding Decoration one wedding decorations effort in Yogyakarta, and do not currently have a branch. There are still many people who are less aware of Ardhian Wedding Decorations, because of the lack Ardhian Decorations Wedding promote in Yogyakarta areas. On the side of less promote his business, in Yogyakarta also a lot effort decorating the bride who became a competitor Ardhian Wedding Decorations.

To overcome this problem, I made the medium of television advertising. Introducing to the general public about the existence Ardhian Wedding Decorations. Producing a television ad to go through four stages, namely the preproduction stage, production stage, the stage of post production and media placement.

The television media advertising will provide much information about the Ardhian Wedding Decorations. Not only that, consumers will see a glimpse of products from Ardhian Wedding Decorations. After people know the information in the ad, people will contact Ardhian Wedding Decorations for the sake of the bride decorations.

Keyword: *Television Media, Information, Advertising, Wedding Decorations*

