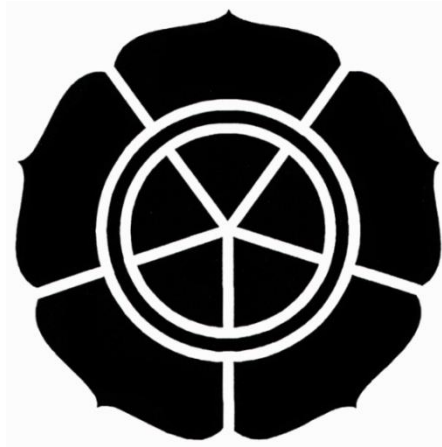


**Iklan Televisi “Belanja Murah, Lengkap Dan Hemat Di Kios  
Cinderamata Taman Wisata Candi Prambanan” Berbasis  
Multimedia**

**Tugas Akhir**



disusun oleh

**Fitri Puji Astuti**

**08.02.7149**

JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA  
SEKOLAH TINGGI MANAGEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER

AMIKOM  
YOGYAKARTA

2011

**Iklan Televisi “Belanja Murah, Lengkap Dan Hemat Di Kios  
Cinderamata Taman Wisata Candi Prambanan” Berbasis  
Multimedia**

**Tugas Akhir**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Ahli Madya pada jenjang  
Diploma III jurusan Manajemen Informatika



disusun oleh

**Fitri Puji Astuti**

**08.02.7149**

JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA  
SEKOLAH TINGGI MANAGEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM  
YOGYAKARTA  
2011

**PERSETUJUAN**

**TUGAS AKHIR**

**IKLAN TELEVISI “BELANJA MURAH, LENGKAP DAN HEMAT DI  
KIOS CINDERAMATA TAMAN WISATA CANDI PRAMBANAN”  
BERBASIS MULTIMEDIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Fitri Puji Astuti**

**08.02.7149**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Pada tanggal 21 Februari 2011

Dosen Pembimbing

**Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng**

**NIK 190302107**

**PENGESAHAN**

**TUGAS AKHIR**

**IKLAN TELEVISI “BELANJA MURAH, LENGKAP DAN HEMAT DI  
KIOS CINDERAMATA TAMAN WISATA CANDI PRAMBANAN”  
BERBASIS MULTIMEDIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Fitri Puji Astuti**

**08.02.7149**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 17 Maret 2011

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Amir Fatah Sofyan, ST.,M.Kom

NIK 190302047

Mei Parwanto Kurniawan, S.Kom

NIK 190302187

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

**Tanggal 17 Maret 2011**

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**

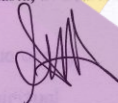
Prof. Dr. M. Suyanto,MM

NIK 190302001

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, Tugas Akhir ini merupakan karya saya 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 saya 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, 17 Maret 2011



Fitri Puji Astuti

NIM : 08.02.7149



## Persembahan

- ✚ Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang diberikanNya
- ✚ Bapak M. Suyanto selaku Ketua Stmik Amikom Yogyakarta dan seluruh keluarga besar STMIK AMIKOM YOGYAKARTA
- ✚ Terima kasih buat Pak Erik selaku dosen pembimbing sehingga tugas akhir ini bisa diselesaikan
- ✚ Ucapan terima kasih dan sayang selalu untuk kedua orang tua saya yang telah memberikan dorongan baik spiritual maupun materiil, dan doa yang tiada henti untuk putrinya
- ✚ Buat anak-anak mi bhe'08 trima kasih buat supportnya
- ✚ Thx to Intan CB, Imam Kamdumah, Sudan Gendot, Ari Seseputh, Dimas Gosong, Resmi Iyem, Ambar Plombier n Patra Gagap bwt support n proses produksinya, thx for all bro...
- ✚ Special thx to Abidin EmbemQ atas semua bimbingan dan support yang tak pernah berhenti
- ✚ Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, trima kasih doa dan bantuannya

Pelaku....

## *Motto*

*Hidup adalah sebuah pilihan*

*Tentukan pilihan terbaik menurut kata hati mu*

*Semangat berjuang dan senantiasa panjatkan doa untuk  
mendapatkan sebuah pilihan kehidupan yang terbaik*

*Siapkan diri dan hati untuk segala konsekuensi yang telah  
dipilih*

*Good Luck*

*\* \**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul **Strategi Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi “Belanja Murah, Lengkap Dan Hemat Di Kios Cinderamata Taman Wisata Candi Prambanan” Berbasis Multimedia**

Penulisan laporan ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di jurusan Manajemen Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Tugas akhir ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak baik yang secara moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mohammad Suyanto, MM selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku Ketua Jurusan Manajemen Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Dosen Pembimbing.
4. Keluarga di rumah atas doa dan dukungan yang tak mengenal kata tertatih.



5. Orang-orang terkasih dari penulis yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis
6. Teman – teman yang turut berperan dan senantiasa selalu memberi semangat dan motivasi hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
7. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis sadar bahwa dalam penyusunan laporan tugas akhir ini masih banyak yang perlu dikoreksi lebih lanjut, maka penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran demi perubahan kearah yang lebih baik. Semoga laporan ini dapat berperan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Maret 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

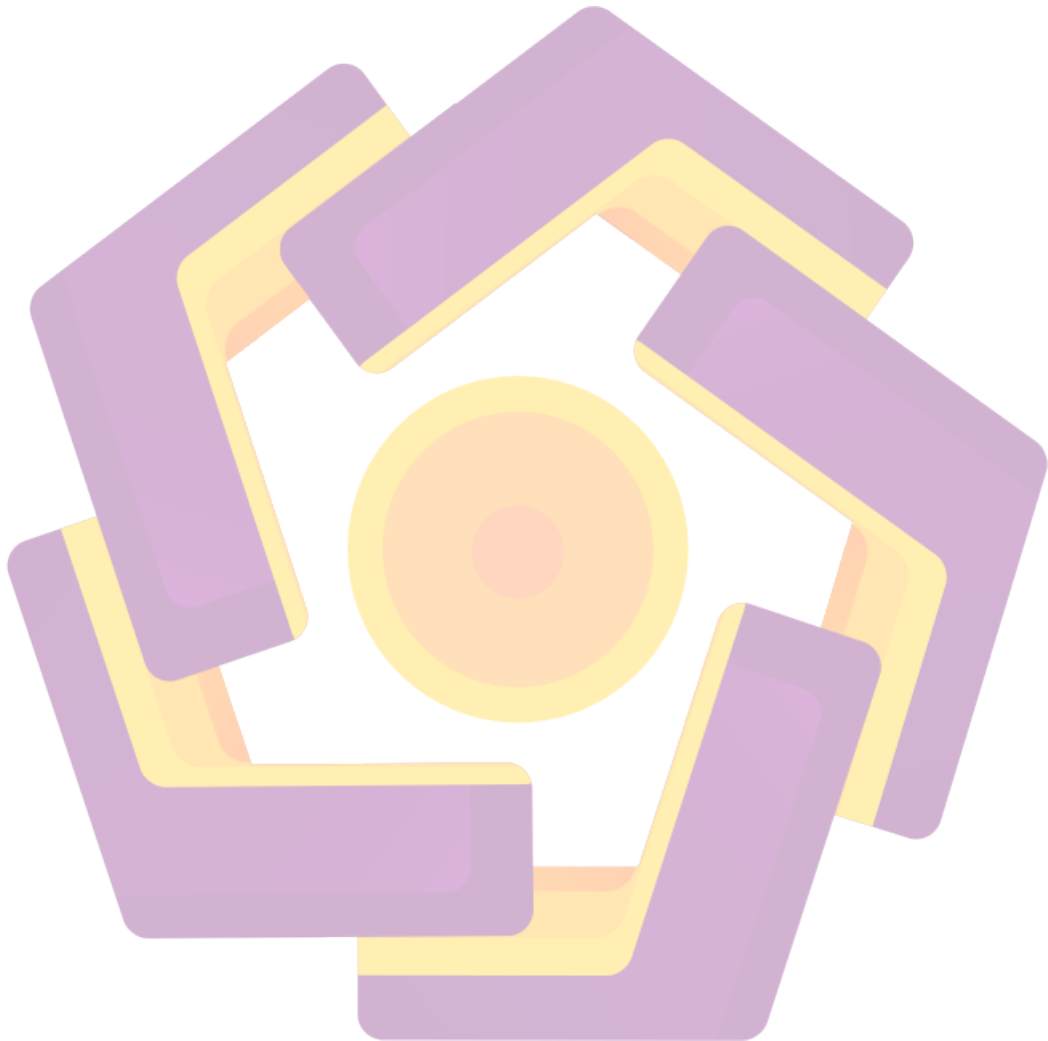
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
INTISARI .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	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 .....	4
1.6 Metode Pengumpulan Data .....	4

1.7 Sistematika Penulisan .....	5
1.8 Jadwal Rencana Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Multimedia .....	8
2.1.1 Pengertian Multimedia.....	8
2.1.2 Unsur-Unsur Multimedia .....	8
2.2 Periklanan Televisi .....	10
2.2.1 Unsur-Unsur Pembentuk Iklan .....	11
2.2.2 Strategi Periklanan Televisi .....	12
2.3 Standar Broadcast Periklanan Televisi .....	17
2.4 Kebutuhan Sistem Pendukung .....	19
2.4.1 Perangkat Keras (Hardware) .....	19
2.4.2 Perangkat Lunak (Software) .....	20
2.4.2.1 Adobe Audition 2.0.....	20
2.4.2.2 Adobe Premiere Pro Cs3.....	21
2.4.3 Spesifikasi Hardware Yang Digunakan.....	22
<b>BAB III TINJAUAN UMUM .....</b>	<b>24</b>
3.1 Sejarah dan Perkembangan.....	25
3.2 Pembagian Jenis Pedagang .....	26
3.3 Sistem Sewa Kios .....	28
3.3 Struktur Organisasi .....	29

BAB IV PEMBAHASAN .....	30
4.1 Tahapan Proses Produksi .....	30
4.1.1. Tahap Pekerjaan .....	30
4.1.2. Manajemen Sumber Daya Manusia .....	30
4.2 Pra Produksi .....	32
4.2.1 Perancangan Anggaran Keuangan .....	33
4.2.2 Naskah Iklan Televisi .....	34
4.2.3 Storyboard Iklan Televisi.....	34
4.2.4 Analisis Teknik Produksi .....	34
4.2.5 Multimedia Equipment .....	35
4.3 Produksi .....	36
4.3.1 Pengambilan Gambar .....	36
4.3.2 Capturing .....	36
4.3.3 Penyuntingan Musik .....	37
4.4 Pasca Produksi .....	39
4.4.1 Finishing .....	39
4.4.2 Rendering .....	44
BAB V PENUTUP .....	46
5.1 Kesimpulan .....	46
5.2 Saran .....	47

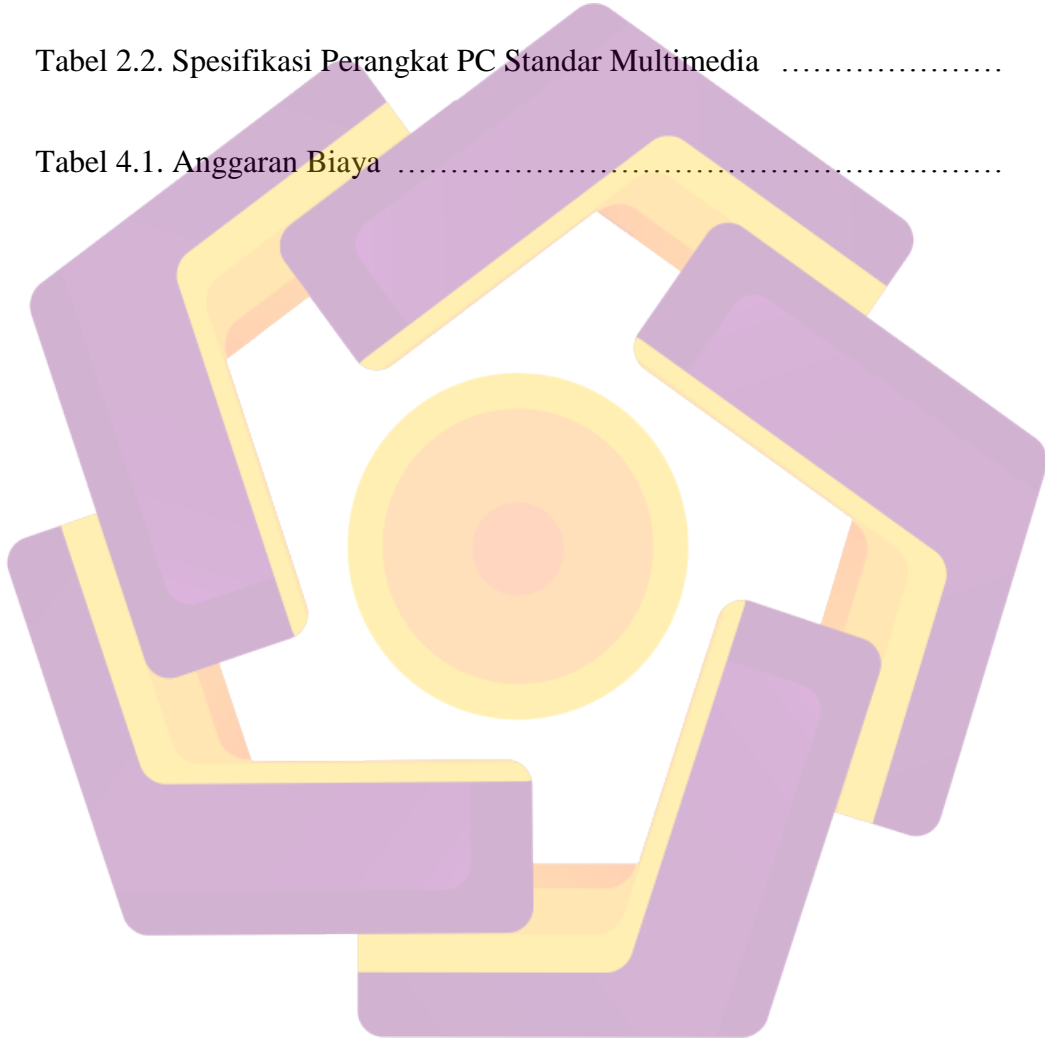
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jadwal Rencana Penelitian .....	7
Tabel 2.1. Standar Video .....	17
Tabel 2.2. Spesifikasi Perangkat PC Standar Multimedia .....	19
Tabel 4.1. Anggaran Biaya .....	33





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh Storyboard Iklan Televisi .....	15
Gambar 2.2. Pembagian Wilayah Digital Video Broadcasting (DVB) .....	19
Gambar 2.3. Multitrack Adobe Audition 2.0.....	21
Gambar 2.4. Adobe Premiere Pro Cs3.....	22
Gambar 3.1. Kios Pakaian Bagian Dalam.....	26
Gambar 3.2. Kios Pakaian Bagian Luar.....	27
Gambar 3.3. Kios Pernak-Pernik/Lapak.....	27
Gambar 3.4. Kios Makanan.....	27
Gambar 3.5. Struktur Organisasi.....	29
Gambar 4.1. Tahap Pekerjaan .....	30
Gambar 4.2. Kamera Equipment .....	35
Gambar 4.3. Velbon CX560 .....	36
Gambar 4.4. Capturing Panasonic MD10000 .....	37
Gambar 4.5. Musik Instrument Kebo Giro.....	38
Gambar 4.6. Musik Instrument Kebo Giro Editing.....	38
Gambar 4.7. Record suara Backsound.....	39
Gambar 4.8. Custom Setting Adobe Premiere Pro.....	41
Gambar 4.9. Penyusunan Video pada Timeline.....	41
Gambar 4.10. Video Opening dengan efek Center Merge.....	42

Gambar 4.11. Layar Terbagi Menjadi 2 bagian..... 43

Gambar 4.12. Rendering..... 44

Gambar 4.13. Proses Renderig..... 44



## INTISARI

Sebuah produk akan laku keras apabila banyak orang yang mengetahui tentang produk itu, untuk itu sebuah produk perlu melakukan sebuah strategy promosi untuk produknya agar produk tersebut dikenal oleh orang lain. Strategy promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara misal dengan pembuatan poster, brosur, ataupun dengan pembuatan iklan.

Departemen Perdagangan Amerika Serikat pada bulan Mei 1949 mengemukakan bahwa besarnya kekuatan penjualan melalui televisi, karena iklan di televisi sangat efektif untuk media promosi dan sangat cepat dikenal oleh masyarakat. Pengertian iklan itu sendiri adalah usaha untuk mempengaruhi konsumen dalam bentuk tulisan, gambar, suara, atau kombinasi dari semuanya itu yang diarahkan pada masyarakat secara luas dan secara tidak langsung.

Dari manfaat yang di dapat setelah iklan melalui televisi, peneliti terinspirasi untuk melakukan penelitian terhadap “Kios Cenderamata Taman Wisata Candi Prambanan” tetapi juga dengan memperhatikan dan mempertimbangkan strategi periklanan televisi yang tepat, efektif dan efisien, supaya hasil yang didapat lebih maksimal dan dapat meningkatkan penjualan di Kios Cenderamata Taman Wisata Candi Prambanan.

Dari penjabaran tersebut maka peneliti akan meneliti lebih lanjut mengenai perancangan dan pembuatan periklanan televisi Kios Cenderamata Taman Wisata Candi Prambanan.

**Kata Kunci :** *Periklanan Televisi, Advertaising.*

## ABSTRACT

A product will sell well if many people know about the product, for it is a product needs to do a promotion for its product strategy for these products are known by others. Promotion strategy can be done in various ways such as by making posters, brochures, or to ad creation.

United States Department of Commerce in May 1949 revealed that the sales force via the television, because television advertising is very effective for promoting media and very quickly known by the public. Understanding the ad itself is an attempt to influence consumers in the form of text, images, sounds, or a combination of everything that is directed at society at large and indirectly.

Of benefits in the can after the advertising through television, inspired researchers to do research on "Souvenir Kiosk Park Prambanan Temple" but also by taking into account and consider the appropriate television advertising strategies, effective and efficient, so that the results obtained more leverage and can increase sales Souvenir Kiosk Park at Prambanan temple.

From the translation are then researchers will investigate more about the design and manufacture of television advertising Souvenir Kiosk Park Prambanan Temple.

Keywords: Television Advertising, Advertising.