

PEMBUATAN IKLAN ANEKA TANAMAN HIAS SEKAR ASRI

YOGYAKARTA

SKRIPSI



disusun oleh

Donan Ari Ferdian

08.12.2804

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM
YOGYAKARTA
2012**

PEMBUATAN IKLAN ANEKA TANAMAN HIAS SEKAR ASRI

YOGYAKARTA

SKRIPSI

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



disusun oleh

Donan Ari Ferdian

08.12.2804

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM
YOGYAKARTA
2012**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN ANEKA TANAMAN HIAS SEKAR ASRI
YOGYAKARTA**

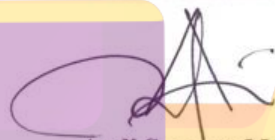
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Donan Ari Ferdian

08.12.2804

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 22 juni 2012

Dosen Pembimbing,



Andi Sunypto, M.Kom

NIK. 190302052

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN ANEKA TANAMAN HIAS SEKAR ASRI
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Donan Ari Ferdian

08.12.2804

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 juni 2012

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Hanif Al Fatta, M.Kom

NIK. 190302096

Tonny Hidavat, M.Kom

NIK. 190302182

Sudarmawan, MT

NIK. 190305035



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 22 Juni 2012

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Syanto, M.M.

NIK. 190302001



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan 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 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, 22 Juni 2012


Donan Ari Ferdian
NIM : 08.12.2804

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- ✚ Allah S.W.T. atas rahmat, hidayah dan karunia serta junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada saya sebuah jalan kebenaran yang haqiqi bagi umatnya.
- ✚ Ibu, Ayah dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan secara material maupun spiritual sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- ✚ Bapak Andi Sunyoto selaku pembimbing skripsi saya, Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk membimbing dalam menyusun skripsi saya.
- ✚ Taman Sekar Asri yang telah memberikan izin kepada saya melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
- ✚ Untuk teman-teman terbaikku (Roni Yulianto, Ahmad sobirin, Andria Chandra, Hafnan Arandaru, Mahmuda Saputra, Erwin klewer, Edwin, Farid Ihwan, Catur taufik, Asnan habib dan seluruh keluarga besar SI BETA) terimakasih atas bantuan dan semangat yang kalian berikan selama ini.

MOTTO

“Ikatlah Ilmu dengan Menuliskannya, dan kembangkanlah ilmu dengan mengajarkannya”

-Donan Ari Ferdian-

“Harga diri seorang lelaki adalah BEKERJA”

-Anonim-

"Ngawula dateng kawulaning Gusti lan memayu ayuning urip, tanpa pamrih tanpa ajrih, jejeg mantep, mawi pasrah. Sebab payung kula Gusti kula, tameng kula inggih Gusti kula."

-kata mutiara jawa-

“Kalau uang bisa membuatku melupakan sahabat terbaikku, maka aku lebih memilih untuk tidak punya uang sama sekali”

-Patrick Star-

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa mencurahkan rahmat, hidayah dan inayah kepada setiap hamba-Nya dan tak lupa saya ucapkan sholawat salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukan kepada saya sebuah jalan kebenaran yang haqiqi bagi umatnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata 1 Jurusan Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer “AMIKOM” Yogyakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya Skripsi berjudul *Pembuatan Iklan Aneka Tanaman Hias Sekar Asri Yogyakarta* . Dengan ini penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada :

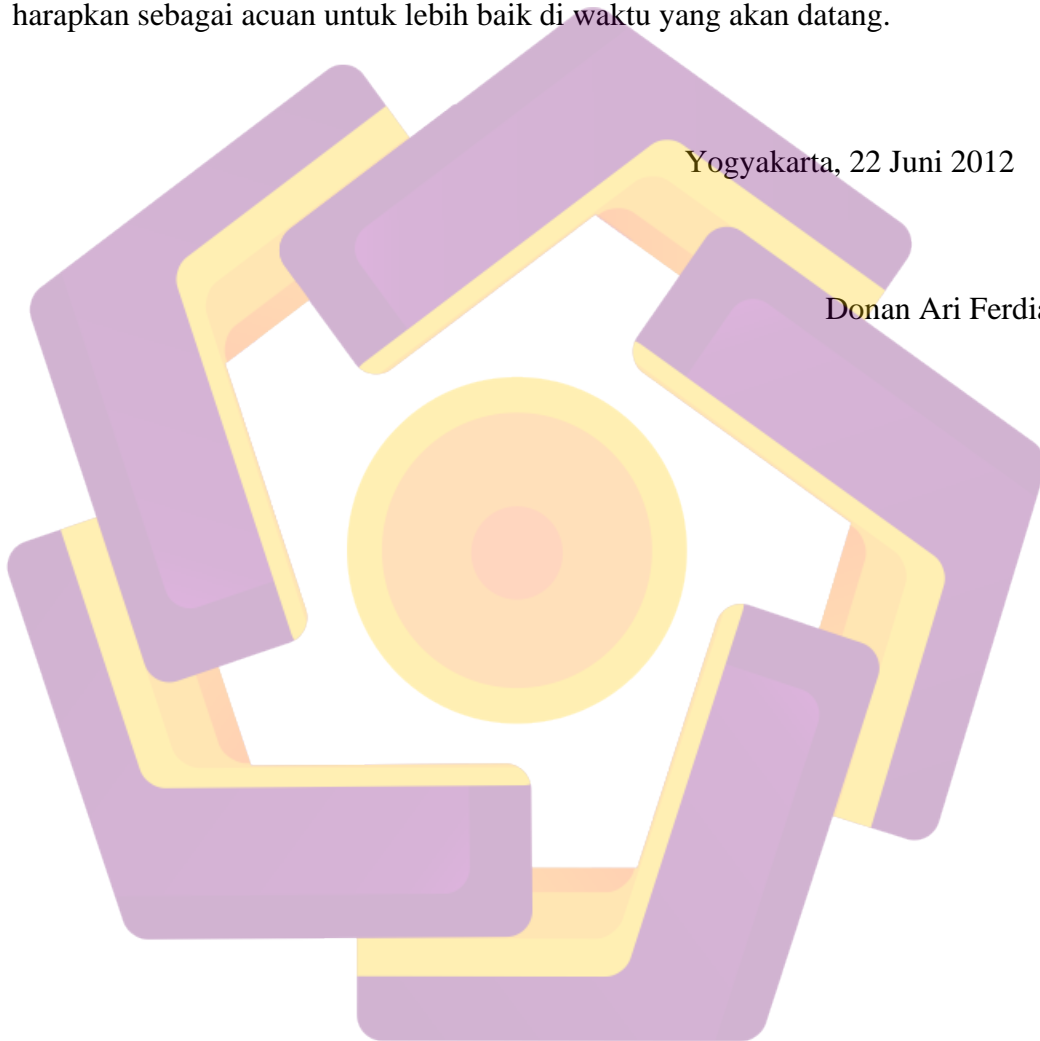
1. Bapak Prof. Dr. H.M. Suyanto, MM. selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer “AMIKOM” Yogyakarta.
2. Bapak Andy Sunyoto, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan yang membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.
3. Drs. Bambang Sudaryatno, MM. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Teman - teman S1 SI B '08

Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.

Akhir kata semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait dan kalangan umum dan khususnya bagi penyusun , skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu saran atau masukan dari pembaca sangat kami harapkan sebagai acuan untuk lebih baik di waktu yang akan datang.

Yogyakarta, 22 Juni 2012

Donan Ari Ferdian



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
INTISARI.....	xvii
APSTRACT.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Masalah.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.1 Metode Obsevasi.....	3
1.5.2 Metode Wawancara.....	4
1.5.3 Metode Keputusan.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4

BAB II LANDASAN TEORI

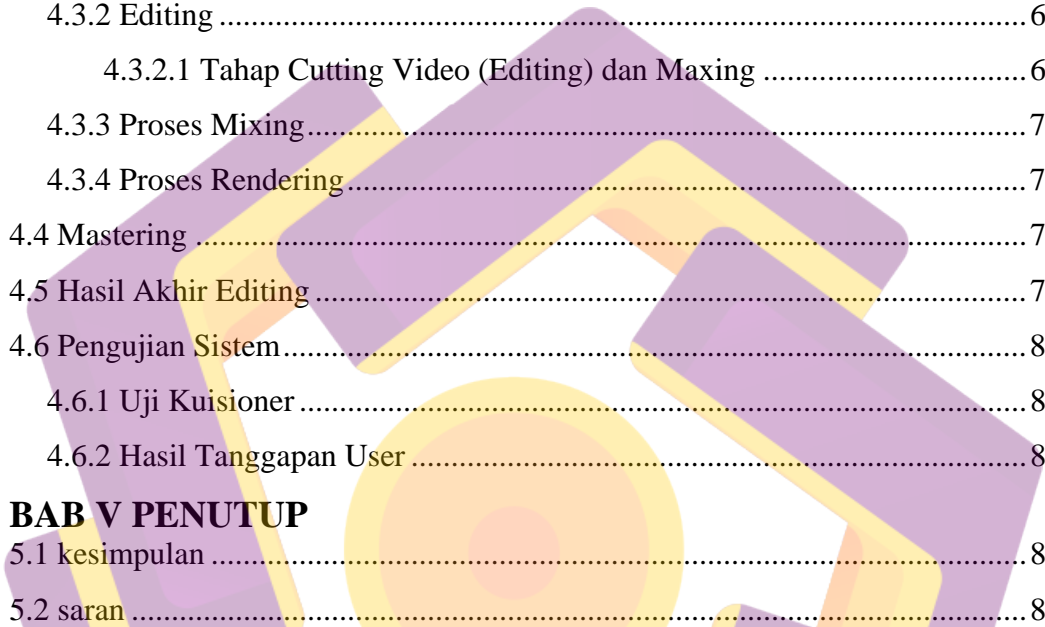
2.1 Periklanan.....	7
2.1.1 Pengertian Iklan.....	8
2.1.2 Jenis-Jenis Iklan.....	8
2.1.3 Ciri-Ciri Iklan Yang Baik.....	10
2.1.4 Manajement Periklanan.....	12

2.2 Strategi Perancangan Iklan Televisi.....	13
2.2.1 Strategi Menetapkan Audien Sasaran.....	13
2.2.2 Strategi Pembidikan Pasar Dan Penentuan Posisi.....	13
2.2.3 Strategi Mencari Keunggulan Produk.....	14
2.2.4 Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi.....	14
2.2.5 Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi.....	14
2.2.6 Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan Televisi.....	15
2.2.7 Strategi Merancang Slogan, Logo, dan Simbol Dalam Eksekusi Pesan Iklan Televisi.....	15
2.2.8 Strategi Merancang Naskah Dan Storyboard Iklan Televisi.....	15
2.2.9 Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	16
2.3 Pengambilan Gambar.....	16
2.3.1 Peralatan Dasar Produksi Iklan.....	16
2.3.2 Kamera Digital.....	17
2.3.3 Camcorder.....	17
2.3.4 Minidv Camcorder Sony.....	18
2.4 Istilah-Istilah Dalam Pembuatan Naskah Dan Storyboard.....	19
2.4.1 Pengambilan Gambar [camera angle].....	22
2.4.2 Gerakan Pada Kamera.....	26
2.5 Spesifikasi Perangkat Lunak Multimedia Broadcasting Yang Digunakan.....	29
2.5.1 Adobe Premire Pro CS 3.....	29
2.5.2 Adobe After Effects CS 3.....	30
2.5.3 Adobe Photoshop CS 3.....	31

BAB III ANALISI DAN PERANCANGAN SISTEM

3.1 Tinjauan Umum.....	32
3.1.1 Sejarah Berdirinya Aneka Tanaman Hias Sekar Asri Yogyakarta.....	32

3.1.2 Letak Dan Batas Aneka Tanaman Hias Sekar Asri Yogyakarta	33
3.1.3 Visi Dan Misi	33
3.2 Identifikasi Masalah	34
3.2.1 Analisis SWOT	34
3.2.2 Analisis Kebutuhan Sistem Baru	36
3.2.3 study kelayakan	37
3.2.3.1 Segmentasi TV (Lokal)	37
3.2.3.2 Penempatan Iklan	39
3.2.3.3 kelayakan teknis	39
3.2.3.3.1 Aspek hardware	39
3.2.3.3.2 Aspek Software	42
3.2.3.3.3 Aspek Brainware	44
3.2.3.4 Kelayakan Ekonomi	45
3.2.3.5 Kelayakan operasi	46
3.2.3.6 Kelayakan Hukum	47
3.2.3.7 Kelayakan jadwal	48
3.2.3.8 Kelayakan Strategik	49
3.2.4 Tahap Pra Produksi	50
3.2.4.1 Pembuatan Storyboard	51
3.2.4.2 Survey Lokasi	51
3.2.4.3 Analisis Kebutuhan dan Kelengkapan Shooting	51
3.2.4.4 Pengambilan Gambar	52
3.2.4.5 Ilustrasi Musik, Editing Video Dan Finishing	52
3.2.3.6 Perancangan Naskah Cerita	52
3.2.3.7 Perancangan Storyboard	56
 BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	
4.1 Tahap Produksi Pembuatan Iklan	58
4.2 Produksi Iklan	59

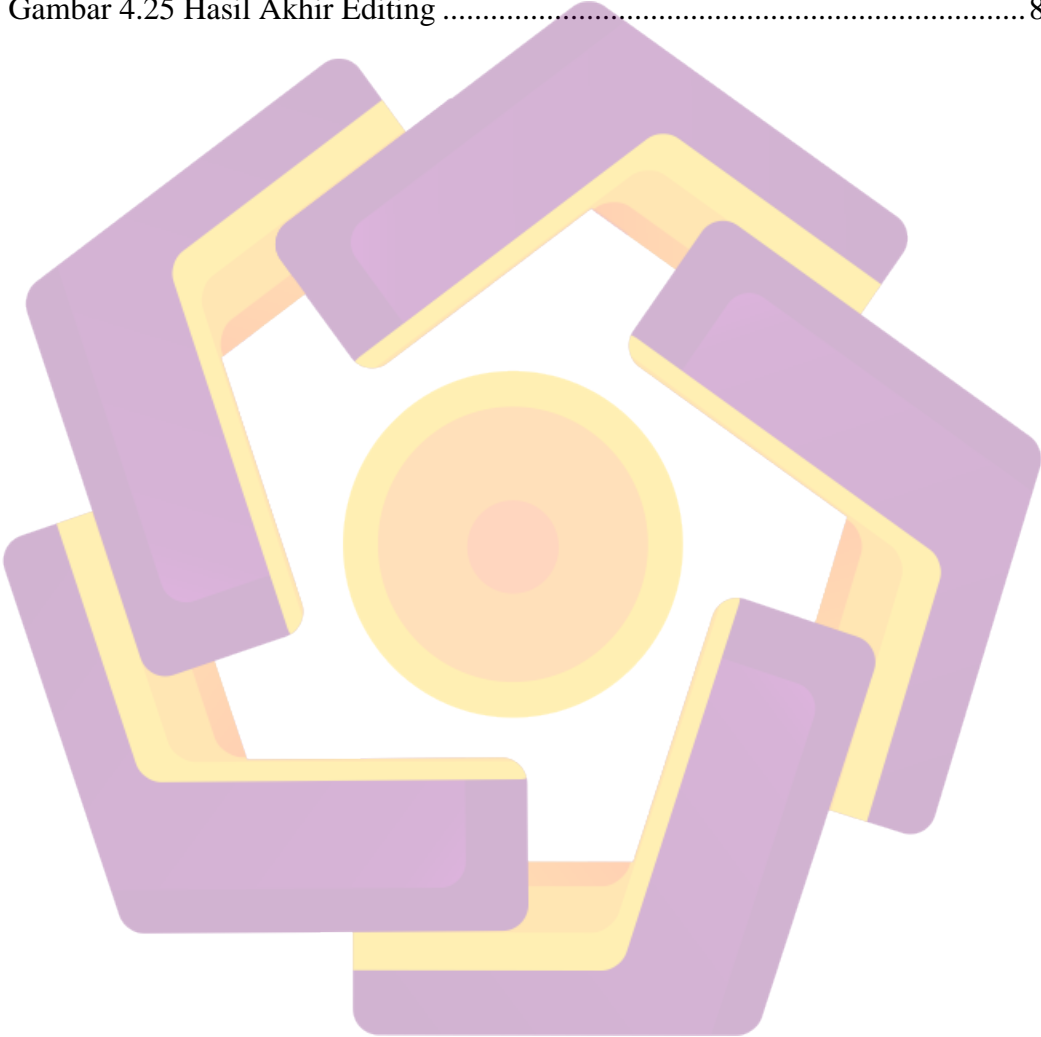


4.2.1 Rencana Kegiatan Shooting	59
4.2.2 Shooting / Pengambilan Gambar.....	61
4.3 Tahap Pasca Produksi	62
4.3.1 Capturing.....	63
4.3.2 Editing	67
4.3.2.1 Tahap Cutting Video (Editing) dan Maxing	67
4.3.3 Proses Mixing.....	74
4.3.4 Proses Rendering.....	74
4.4 Mastering	77
4.5 Hasil Akhir Editing	79
4.6 Pengujian Sistem.....	81
4.6.1 Uji Kuisisioner	81
4.6.2 Hasil Tanggapan User	82
BAB V PENUTUP	
5.1 kesimpulan	85
5.2 saran	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajemen Periklanan	12
Gambar 2.2 Nikon Coolpix 2500.....	17
Gambar 2.3 Sony DSR-PD150 DV Cam.....	18
Gambar 2.4 Minidv Camcorder Sony	19
Gambar 2.5 Adobe Premire Pro CS 3	29
Gambar 2.6 Adobe After Effects CS 3.....	30
Gambar 2.7 Photoshop CS 3	31
Gambar 4.1 Struktur Tahap Pembuatan Iklan.....	58
Gambar 4.2 Daerah Depan Dan Pintu Depan	61
Gambar 4.3 Aneka Tanaman Hias	61
Gambar 4.4 Pupuk Dan Media Tanam.....	62
Gambar 4.5 Papan Reklame.....	62
Gambar 4.6 Tahap Pasca Produksi.....	63
Gambar 4.7 Membuat Project Baru	64
Gambar 4.8 Isi Folder Video.....	64
Gambar 4.9 MainConcept MPEG Econdor	65
Gambar 4.10 Cara Masukan Video Yang Akan Di Convert.....	66
Gambar 4.11 Welcome To Abode Premier Pro CS 3	68
Gambar 4.12 New Project pada Adobe Premiere CS3	69
Gambar 4.13 Import File.....	70
Gambar 4.14 Drag Footage ke Timeline.....	72
Gambar 4.15 Jendela Timeline	72
Gambar 4.16 Jendela Timeline	73
Gambar 4.17 Proses Mixing.....	74
Gambar 4.18 Memilih Adobe Media Enconde	75
Gambar 4.19 Setting Export.....	76
Gambar 4.20 Penyimpanan Video	76

Gambar 4.21 Proses Rendering..... 76
Gambar 4.22 Menu FAVORIT pada Nero Star Smart 77
Gambar 4.23 Proses Add data..... 78
Gambar 4.24 Proses Burning 79
Gambar 4.25 Hasil Akhir Editing 80



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Strategi Analisis SWOT.....	35
Tabel 3.2 Tabel Traffict Iklan Jogja TV	39
Tabel 3.3 Rincian Biaya Hardware Peralatan Syuting.....	41
Tabel 3.4 rincian biaya peralatan editing.....	42
Tabel 3.5 Rincian Biaya Software	42
Tabel 3.6 Tabel Rincian Biaya Brainware	45
Tabel 3.7 analisis kelayakan operasi.....	47
Tabel 3.8 kelayakan hukum	48
Tabel 3.9 Analisis Penjadwalan.....	49
Tabel 3.10 Analisis Kelayakan Strategik.....	50
Tabel 3.11 Perancangan Storyboard	57
Tabel 4.1 Hasil Tangapan User.....	83

INTISARI

Perkembangan dunia teknologi yang sangat pesat, khususnya dalam bidang *advertising* (periklanan). Periklanan menekankan pada suatu inovasi-inovasi baru untuk membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi secara cepat dan mudah. Sebuah perusahaan harus mampu membuat pelayanan informasi dan promosi baik untuk menarik konsumen. Selain menyediakan akurat, informasi yang cepat dan mudah disampaikan harus dikemas dengan menarik. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan tentang keistimewaan dari *tanaman-tanaman hias* yang ada disekitar kita.

Metode yang digunakan adalah kualitatif, dengan pendekatan terhadap teori periklanan. Metode analisis yang digunakan adalah *flow model of analysis*. Teknik analisis model *flow* memiliki proses analisa antara lain: (1) Mengidentifikasi dan menyeleksi data yang sudah diperoleh; baik berupa hasil wawancara, dokumentasi maupun data tertulis. (2) Data yang sudah diperoleh kemudian dipaparkan dan analisis. (3) Setelah analisis dilakukan kemudian disimpulkan. Sumber data dalam penelitian ini adalah : (1) Pembuatan iklan *aneka tanaman hias sekar asri yogyakarta* (2) Responden kunci dari *crew* produksi iklan tersebut, dan (3) Catatan hasil observasi peneliti.

Proses produksi iklan memang membutuhkan persiapan yang matang dan kuat untuk menghasilkan sebuah iklan yang baik. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam proses produksi iklan adalah perlu diadakan riset tentang tingkah laku konsumen sebelum menciptakan kreatif. Pertahanan terhadap ide kreatif untuk iklan harus lebih kuat, sehingga kemurnian ide kreatif tersebut dapat terjaga.

Kata Kunci : *advertising, flow model of analysis, kreatif*

ABSTRACT

The development of rapid technological world, especially in the field of advertising (advertising). Advertising emphasis on a new innovations to help people in getting information quickly and easily. A company must be able to make information services and promotions to attract consumers. In addition to providing accurate, quick and easy information presented should be attractively packaged. This study aimed to describe the features of ornamental plants all around us.

The method used is qualitative, with a theoretical approach to advertising. Analytical methods used were flow model of analysis. Flow model analysis techniques have a process of analysis include: (1) Identifying and selecting the data that has been obtained; either in the form of interviews, written documentation and data. (2) Data that has been obtained and presented, and analysis. (3) After the analysis is done later concluded. Sources of data in this study were: (1) Development of various ad sekar beautiful ornamental plants yogyakarta (2) Respondents of the key production crew that ad, and (3) Note the observation of researchers.

Advertising production process does require thorough preparation and strong to produce a good ad. Some factors to consider in the advertising production process is necessary to hold research on consumer behavior before creating creative. Defense against creative ideas for ads to be more robust, so that the purity of the creative ideas that can be maintained.

Keywords: advertising, flow model of analysis, creative