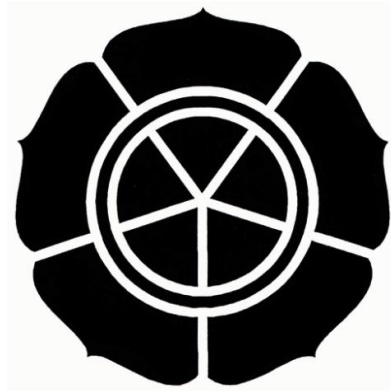


**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TV PADA JOGJA ENGLISH
SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI BERBASIS
MULTIMEDIA**

SKRIPSI



disusun oleh

Alfiyah Verawati

10.12.5214

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

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TV PADA JOGJA ENGLISH
SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI BERBASIS
MULTIMEDIA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana Komputer
pada jenjang S1 jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Alfiyah Verawati

10.12.5214

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

2013

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TV PADA JOGJA ENGLISH
SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI BERBASIS
MULTIMEDIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Alfiyah Verawati

10.12.5214

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
tanggal 27 Juni 2013

Dosen Pembimbing



Dhani Ariatmanto, M.Kom

NIK. 190302197

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TV PADA JOGJA
ENGLISH SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI
BERBASIS MULTIMEDIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Alfiyah Verawati
10.12.5214

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 Juni 2013

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Heri Sismoro, M.kom
NIK 190302057

Kusrini, Dr, M.Kom
NIK 0190302106

Dhani Ariatmanto, M.Kom
NIK. 190302197

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 27 Junil 2013

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suvanto, M.M
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah 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 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 secara tertulis menjadi acuan dalam naskah ini dan di sebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 2013

Alfiah Vewawati
10.12.5214

MOTTO

- Kesuksesan itu bukanlah kewajiban, tetapi berjuang dan berusaha itu merupakan kewajiban untuk sukses.
- Untuk melihat pelangi kita harus menghadapi hujan dan badai, begitu juga untuk mencapai kesuksesan kita harus menghadapi segala tantangan yang ada dengan doa dan usaha keras..
- "Sebuah rencana yang hebat dapat gagal hanya karena kurangnya kesabaran."
- Prinsip Sukses Kehidupan : ada saat menanam, ada saat memupuk, ada saat menuai, dan semua itu harus dilakukan satu persatu (Krishnamurti)

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan dengan rasa terima kasih kepada :

- Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan karunia, rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
- Kedua Orang Tuaku, Bapak & Ibu..Terima kasih atas segala doa yang kalian panjatkan setiap harinya. Terima kasih juga telah memberikan semangat, motifasi, dukungan moril maupun materil sehingga aku bisa seperti ini.
- Bpk. Dhani Ariatmanto, M.Kom yang telah membimbing Tugas Akhir ini dan telah memberikan saran, motifasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- KakakqLia Terimakasih atas doa dan dukungan serta bantuannya.
- Sahabat ku Isti, Alaikal Fajridkk. Makasih ya atas doa, saran, semangat, motifasi kalian yang membangun sehingga membuat Q bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- Temen-temen S1Sistem Informasi. Terima kasih buat kebersamaan kita selama ini.
- Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih banyak.

~♥♥♥~

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warrahmatullahi wabarakatuhu

Dengan mengucapkan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi ini dengan baik.

Adapun laporan Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Komputer (S1) Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Dalam penyusunan laporan Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M.Suyanto., M.M, selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer “AMIKOM” Yogyakarta.
2. BapakDhani Ariatmanto, M.KOM , selaku Dosen Jurusan TI Teknik Informatika dan selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan, bimbingan, dan saran yang membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.
3. Seluruh Dosen STMIK “AMIKOM” Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis.

4. Seluruh Tutor dan Staf Jogja English yang telah membantu dalam proses penelitian saya.
5. Kedua orangtuaku, mbak ku dan Teman-Temanku yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dukungan moral.

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, tetapi penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat menjadi bahan kajian mahasiswa STMIK AMIKOM dalam pengambilan Skripsi. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan Skripsi ini. Demikian Tugas Skripsi ini dibuat, semoga dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.


Wassalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuhu.....

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
INTISARI	xv
ABSTARCT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Metode Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Konsep Dasar ultimedia	7
2.1.1. Definisi Multimedia	7

2.1.2.	Elemen Multimedia	8
2.2.	Konsep Dasar Animasi	9
2.2.1.	Animasi 2D	9
2.2.2.	Animasi 3D	9
2.3.	Iklan	10
2.3.1.	Sejarah Iklan	10
2.3.2.	Definisi Iklan	11
2.3.3.	Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	11
2.3.4.	Strategi Perancangan Iklan Televisi	13
2.3.5.	Strategi Pembidik Pasar dan Penempatan Posisi	13
2.3.6.	Strategi Mencari Keunggulan Produk	14
2.3.7.	Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi	14
2.3.8.	Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan	14
2.3.9.	Strategi Daya Tarik Pesan Iklan Televisi	15
2.3.10.	Strategi Merancang Gaya Eksekusi Pesan Iklan Televisi	15
2.3.11.	Strategi Merancang Naskah dan Storyboard	16
2.3.12.	Istilah Dalam Pembuatan Naskah dan Storyboard	17
2.3.13.	Memproduksi Iklan Televisi	19
2.4.	Perangkat Lunak yang Digunakan Dalam Pembuatan Iklan TV	
	Jogja English	20
2.4.1.	Adobe Premier Pro CS3	20
2.4.2.	Adobe After Effect CS3	21
2.4.3.	Adobe Photoshop CS3	22
2.4.4.	3D Max 2010	23
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		24
3.1.	Gambaran Umum	24
3.1.1.	Sejarah Jogja English	24

3.1.2.	Visi dan Misi Jogja English	24
3.1.3.	Logo Jogja English	25
3.2.	Analisis Media.....	25
3.2.1.	Analisis Kelemahan Media Lama.....	25
3.2.1.1.	Identifikasi Masalah	25
3.2.1.2.	Analisis SWOT.....	27
3.2.1.1.1.	Strengths (kekuatan)	27
3.2.1.1.2.	Weakness (kelemahan)	28
3.2.1.1.3.	Opportunities (peluang)	28
3.2.1.1.4.	Threats (ancaman)	28
3.2.2.	Analisis Kebutuhan Media Iklan	28
3.2.2.1.	Kebutuhan Informasi	29
3.2.2.2.	Kebutuhan Perangkat Keras	29
3.2.2.3.	Kebutuhan Perangkat Lunak	29
3.2.2.4.	Kebutuhan Brainware	30
3.3.	Strategi Perancangan Iklan.....	30
3.3.1.	Strategi Pembidikan Pasar dan Penempatan Posisi	30
3.3.2.	Strategi Mencari Keunggulan Produk	31
3.3.3.	Strategi Penempatan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi	31
3.3.3.1.	Perhitungan Analisis Biaya-Manfaat	31
3.3.3.2.	Perhitungan Analisis Biaya Iklan	32
3.3.3.3.	Hasil Analisis	33
3.3.4.	Strategi Kreatif Merancang Iklan Televisi	34
3.3.5.	Strategi Daya Tarik Pesan Iklan Televisi	34
3.3.6.	Strategi Merancang Gaya Eksekusi Pesan Iklan Televisi	34
3.4.	Perancangan Media Iklan	35
3.4.1.	Pra Produksi	35



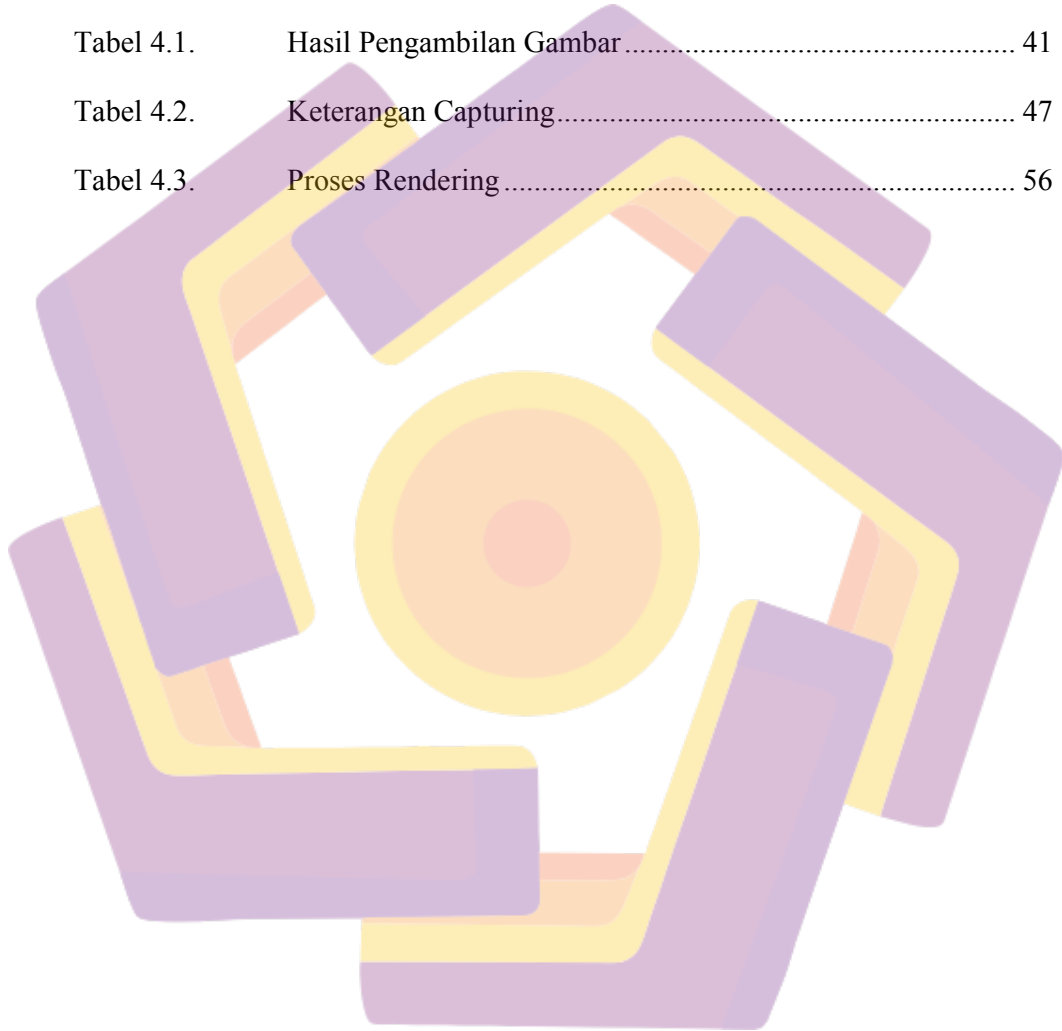
3.4.1.1. Merancang Naskah	35
3.4.1.2. MerancangStoryboard.....	37
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Produksi.....	41
4.1.1. Shooting	41
4.1.2. Teknik Merekam Suara	43
4.1.3. Teknik Pencahayaan	43
4.1.4. Teknik Kamera.....	44
4.2. Pasca Produksi.....	45
4.2.1. Capturing	45
4.2.2. Editing	47
4.2.3. Mastering	56
BAB V PENUTUP	58
4.3. Kesimpulan.....	58
4.4. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Tampilan Adobe Premier Pro Effect CS3	21
Gambar 2.2.	Tampilan Adobe After Effect CS3	22
Gambar 2.3.	Tampilan Adobe Photoshop CS3	23
Gambar 2.4.	Tampilan 3Dmax 2010	23
Gambar 3.1.	Tampilan Logo Jogja English	25
Gambar 4.1.	Penataan Lampu	44
Gambar 4.2.	Pengambilan Vidio Lock Down Dari Depan.....	45
Gambar 4.3.	Pengambilan Vidio Lock Down Dari Belakang.....	45
Gambar 4.4.	Proses Capturing.....	46
Gambar 4.5.	Proses Pembuatan Hologram di Photoshop CS3.....	48
Gambar 4.6.	Proses Pembuatan Lebah di Photoshop CS3	48
Gambar 4.7.	Menu Pada 3DMax.....	48
Gambar 4.8.	Background Kota.....	49
Gambar 4.9.	Background Taman.....	49
Gambar 4.10.	Tampilan Membuat Bola Dunia di 3DMax.....	49
Gambar 4.11.	Jendela Project Pada Object After Effect CS3	50
Gambar 4.12.	Time Line Project Pada After Effect CS3	50
Gambar 4.13.	Jendela Compositon Pada After Effect CS3	51
Gambar 4.14.	Jendela Tool Bar Pada After Effect CS3	51
Gambar 4.15.	Jendela Time Control Pada After Effect CS3.....	51
Gambar 4.16.	Jendela Effect dan Present pada Adobe After Effect CS3.....	52
Gambar 4.17.	Jendela Time Marker Pada After Effect CS3	52
Gambar 4.18.	Tampilan Background Pada Jogja English.....	53
Gambar 4.19.	Proses Tracking	53
Gambar 4.20.	Proses Memberi Effect 3D pada Hologram.....	54
Gambar 4.21.	Proses Pengeditan Bumi di After Effect.....	54
Gambar 4.22.	Proses Pengaturan Posisi Bumi di After Effect.....	55
Gambar 4.23.	Prose mengedit Sound dan Musik di Adobe premier CS3....	55
Gambar 4.24.	Proses Render	56

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Prosentase Target Media Cetak dan TV	26
Tabel 3.2.	Perhitungan Biaya Manfaat Iklan	31
Tabel 4.1.	Hasil Pengambilan Gambar	41
Tabel 4.2.	Keterangan Capturing	47
Tabel 4.3.	Proses Rendering	56



INTISARI

Iklan adalah kampanye media, dalam hal ini iklan sangat membantu dalam menyebarkan informasi yang dapat dengan mudah dipahami oleh semua orang. Saat ini iklan dapat membantu perusahaan atau pemerintah dalam memberikan informasi penting kepada publik melalui iklan media cetak dan TV. Dan dalam hal ini dibutuhkan iklan multimedia, media pendukung penyampaian informasi dan sebagai alat promosi untuk meningkatkan citra produk dan layanan.

Skripsi ini membahas tentang bagaimana melakukan analisis dan desain dalam membangun iklan multimedia sebagai cara untuk meningkatkan eksistensi dari Jogja English agar lebih dikenal masyarakat secara luas. Selain itu juga dijelaskan tentang proses pembuatan iklan dan pengeditannya.

Sehingga menghasilkan media promosi iklan yang diharapkan akan mampu membantu Jogja English untuk mempromosikan fasilitas dan berbagai keunggulan yang dimiliki. Serta dapat menjadikan konsumen lebih tertarik untuk mendalami bahasa Inggris.

Kata kunci : Iklan, Multimedia, informasi, Promosi

ABSTRACT

Advertising is a media campaign, in this case the advertisement is very helpful in disseminating out information that can be easily understood by everyone. Currently advertising is helping companies or governments in providing essential information to the public through print ads and TV media. And in this case it takes a multimedia system, the media supporting the delivery of information and as a promotional tool to enhance the image of a product and the service.

This thesis discuss about how to Analyzing and designing multimedia advertisement as tool for o increase existance of jogja english in order to recognizing it into widely society. Beside that ,it is explaining about advertisement making and editing process.

So, it can procedure advertising prpmotion media. Hopefully, can helps Jogja English to promote facilites and many superiority. And then it's make consumer more interest to learn english.

Keywords: *Advertaising, Multimedia, Information, Promotion.*

