

**ANALISIS DAN PERANCANGAN
IKLAN TELEVISI DI STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

Nama : Imam Hadi Mustofa

NIM : 04.12.0783

Jenjang : Strata – 1 (S1)

Konsentrasi : Iklan Televisi

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER

“AMIKOM”

JOGYAKARTA

2009

ABSTRAK

ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DI MSV

YOGYAKARTA BERSEKALA NASIONAL



NAMA : Imam Hadi Mustofa

Nim : 04.12.0783

JURUSAN SISTEM INFORMASI

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER

“ AMIKOM ”

YOGYAKARTA

2008

HALAMAN PERSETUJUAN

A. JUDUL SKRIPSI : **ANALISIS DAN PERANCANGAN**

**PERIKLANAN TELEVISI DI MSV BERSKALA
NASIONAL**

B. IDENTITAS :

Nama : Imam Hadi Mustofa

Nim : 04.12.0783

Jurusan : Sistem Informasi

Jenjang : S 1 (Strata Satu)

Yogyakarta, Februari 2008

Dosen pembimbing,

Diajukan oleh

(Dr. M. Suyanto)

(Imam Hadi Mustofa)

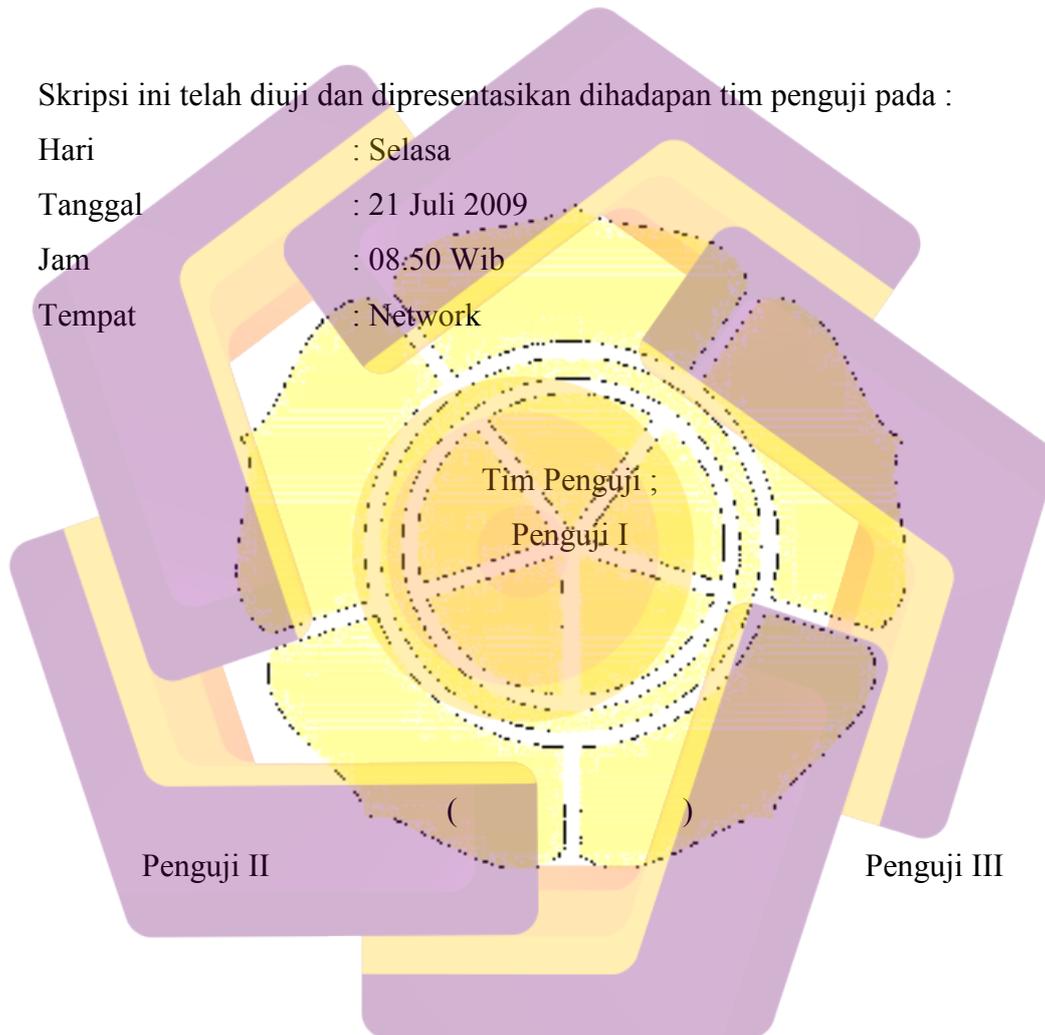
Nim: 04.12.0783

HALAMAN BERITA ACARA

ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Skripsi ini telah diuji dan dipresentasikan dihadapan tim penguji pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 21 Juli 2009
Jam : 08:50 Wib
Tempat : Network



() ()

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Strata I.
Jurusan Sistem Informasi Di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan
Komputer di STMIK "AMIKOM" Yogyakarta

Disusun Oleh,

IMAM HADI MUSTOFA

04.12.0783

Yogyakarta, Agustus 2009

Telah disahkan dan disetujui Oleh :

Mengetahui ;

Ketua STMIK "AMIKOM"

Dosen Pembimbing

Prof. M. Suyanto, MM

Prof. M. Suyanto, MM

HALAMAN PERSEMBAHAN

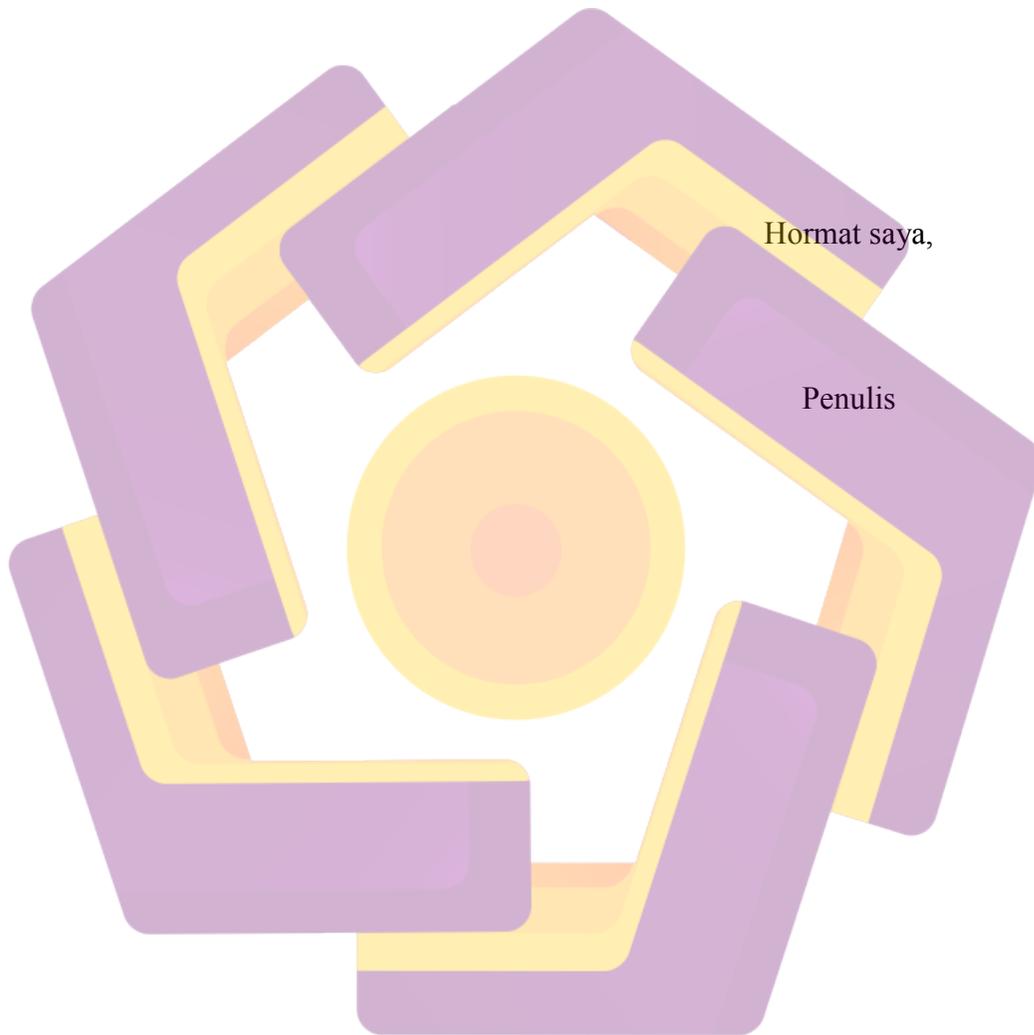
Berkat Rahmat Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya kepada Penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan dan walaupun ada sedikit rintangan, tapi Alhamdulillah bisa diatasi dengan baik.

Sholawat dan salam penulis panjatkan kepada Junjungan Nabi Besar yaitu Nabi Muhammad SAW Keluarga dan Sahabatnya. Yang telah membimbing kita kejalan yang benar sampai sekarang ini dan sampai hari kiamat nanti.

Dan penulis juga tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, diantara ;

1. Ibu Dan Bapak penulis yang telah membesarkan dan mendidik hingga saat ini serta juga memberikan bantuan baik moril maupun materil kepada penulis.
2. Bapak Prof. M. Suyanto. MM, selaku Ketua STMIK AMIKOM YOGYAKARTA dan Sebagai Pembimbing Skripsi yang telah memberikan motivasi serta pengajaran kepada Penulis hingga mengetahui berbagai hal yang berhubungan dengan bisnis maupun yang berhubungan dengan ilmu computer lainnya.
3. Bapak dan Ibu Dosen di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA yang telah memberikan ilmunya kepada penulis sehingga penulis bisa mengetahui apa yang sebelumnya penulis belum mengerti dan mengetahui berbagai hal yang berhubungan dengan ilmu Komputer.
4. Bapak Saiful dan sekeluarga yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis dikala sedang down (turun semangat) menjadi semangat kembali hingga saat ini.
5. Teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Semoga bantuan mereka kepada penulis dibalas Oleh Allah Subhana Wata'ala dengan balasan sebaik-baiknya, dan ditingkatkan kedudukan yang lebih tinggi sesuai apa yang mereka berikan kepada penulis. Amin.....



HALAMAN MOTO

*Dimana ada kemauan disana pasti ada keberhasilan
Dimana ada kesempatan dan niat pasti ada rejeki
Dimana ada kesenangan dan Kesedihan hadapilah dengan lapang.*

*Hidup hanya sekali jangan sampai kecewa dikemudian hari
Hidup hanya untuk sesuatu yang berharga jangan digunakan untuk hal
yang tidak sewajarnya.*

*Hidup penuh dengan peraturan dan disitulah ada kedamaian
didalamnya asalkan peraturan agama dan Negara.*

Hidup kita sekarang dibawah pasti suatu saat kita berada diatas.

*Jaman semakin canggih berpegang teguhlah pada yang hak,
Jika semua berpegang yang hak pastilah kebatilan akan hancur
Jadilah yang terbaik diantara yang terbaik.*

*Kenikmatan yang hakiki adalah kenikmatan yang sesuai dengan ajaran
agama Islam.*

*Kenikmatan hidup adalah dikala kita menghargai orang lain dan
mengerti perasaan orang lain.*

*Kenikmatan itu berawal dari kesengsaraan maka bersabarlah
menghadapi kesengsaraan hidup didunia ini.*

KATA PENGANTAR

Segala punji bagi Allah SWT yang dengan kebesaran dan keagungan-Nya telah memberikan begitu banyak anugrah ilmu, rezeki yang berlimpah, kasih dan sayang-Nya kepada seluruh alam, sehingga satupun makhluk di dunia ini yang tercipta tanpa makna.

Skripsi ini menggunakan pembahasan dengan gaya yang sangat mudah dipahami dan dimengerti sehingga bagi para calon strudara sangat pas bila menggunakan skripsi ini sebagai panduan dalam pembuatan periklanan karena di skripsi ini disebutkan beberapa strategi dalam pembuatan dan menentukan posisi supaya bisa memenangkan persaingannya.

Bahan yang diperoleh diambil di berbagai media diantaranya pengambilan di Internet dan buku-buku yang dikarang oleh orang yang pakar didalamnya. Sehingga memudahkan bagi pembaca untuk memahami dan dimengerti.

Penulis sadar walaupun masih sangat jauh dari kesempurnaan untuk itu penulis mengharapkan kepada para pembaca untuk bisa memberikan masukan saran dan kritik terhadap penulis supaya skripsi ini bisa lebih bisa disempurnakan.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metode Penulisan	4
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pendahuluan	7
2.1.1 Sejarah Televisi Indonesia	7
2.1.2 Pemirsa Televisi	9
2.2 Pengertian Iklan	11

2.2.1	Periklanan Dan Manajemen Iklan	13
2.2.2	Menentukan Tujuan Iklan	14
	a. Periklanan Informatif	14
	b. Periklanan Persuasif	15
	c. Periklanan Pengingat	15
2.2.3	Anggaran Periklanan	16
	a. Anggaran Periklanan Sesuai dengan Kemampuan..	16
	b. Anggaran Metode Para Pesaing	16
	c. Metode Sasaran dan Fungsi	16
2.2.4	Keputusan Pesan	17
	A. Strategi Kreatif	17
	B. Strategi Daya Tarik Pesan	19
	C. Gaya dalam Mengeksekusi Pesan	19
	D. Kata Dan Format Dalam Mengeksekusi Pesan	22
2.2.5	Keputusan Memilih Media	22
2.2.6	Mengeksekusi Pantas Tidaknya Sebuah Iklan	23
2.3	Bentuk-bentuk Iklan Televisi	25
	2.3.1 Persponsoran	25
	2.3.2 Partisipasi	25
	2.3.3 Spot Announcement	26
	2.3.4 Public Service Announcement	26

BAB III TINJAUAN UMUM

3.1 Sejarah Berdirinya PT. Mataram Surya Visi (MSV)	27
3.1.1 Struktur Organisasi	27
3.2 Visi Dan Misi PT. Mataram Surya Visi (MSV)	29
3.2.1 Visi-visi PT. Mataram Surya Visi (MSV)	29
3.2.2 Misi-misi PT. Mataram Surya Visi (MSV)	29
3.3 Kebijakan Mutu	29
3.4 Kebijakan Layanan	29
3.5 Portofolio	31
3.6 Contoh Isi Surat Perjanjian Antara PT. MSV dengan PT. Benu ang Sakti	35

BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI

4.1 Pemahaman Terhadap Iklan Televisi	40
4.1.1 Pengertian Iklan Televisi	40
4.2 Pendahuluan	41
4.3 Identifikasi Penyebab Masalah	42
4.4 Analisis Periklanan Berdasarkan Strategi Yang Digunakan	44
A. Strategi Generik	45
B. Strategi Positioning	45
C. Strategi Preemptive	46
D. Strategi Inheren Drama	47

E.	Strategi Unique Selling Proposition	48
F.	Strategi Brand Image	49
G.	Strategi Resonansi	50
4.5	Prime Time	50
4.6	Analisis Biaya Manfaat	53
4.6.1	Analisis Return Of Investment	55
4.6.2	Analisis Net Present Value	56
4.6.3	Modal Tingkat Pengembalian Internal	56
4.7	Analisis Swot	58
A.	Kekuatan (Strength)	59
B.	Kelemahan (Weakness)	60
C.	Peluang (Opportunities)	61
D.	Ancaman (Threatens)	62
BAB	V PEMBAHASAN	
5.1	Tahapan Pra Produksi	63
5.1.1	Ide	63
5.1.2	Tema	64
5.1.3	Script	65
5.1.4	Storyboard	65

5.2 Tahapan Pasca Produksi	68
5.2.1 Adobe After Effect	68
5.2.2 Adobe Audition	69
5.2.3 Adobe Premier	70

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	72
6.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

