

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA BOROBUDUR
INTERNATIONAL GOLF & COUNTRY CLUB
MAGELANG**

SKRIPSI



disusun oleh

Yogi Heri Susanto

08.12.3215

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

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA BOROBUDUR
INTERNATIONAL GOLF & COUNTRY CLUB
MAGELANG**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Yogi Heri Susanto

08.12.3215

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Pembuatan Iklan Televisi Pada Borobudur
International Golf & Country Club
Magelang**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yogi Heri Susanto

08.12.3215

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 24 Januari 2012

Dosen Pembimbing,



Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng
NIK. 190302105

PENGESAHAN

SKRIPSI

**Pembuatan Iklan Televisi Pada Borobudur
International Golf & Country Club
Magelang**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yogi Heri Susanto

08.12.3215

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 Januari 2012

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng
NIK. 190302105



Abidarin Rosidi, Dr, M.Ma.
NIK. 190302034



Dony Ariyus, M.Kom
NIK. 190302128



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 24 Januari 2012

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



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

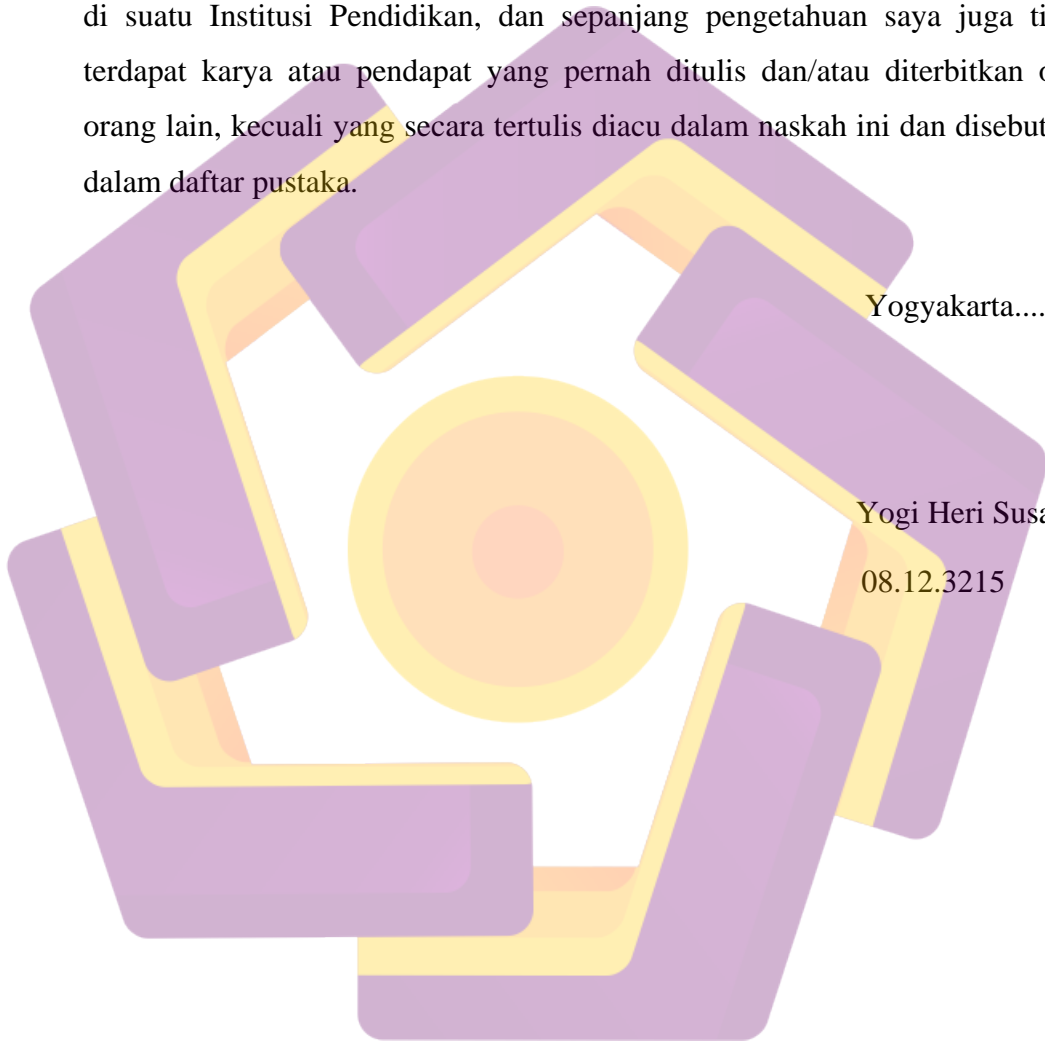
PERNYATAAN

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.....

Yogi Heri Susanto

08.12.3215



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. ALLAH SWT.
2. Ayahku Tobing, Ibuku tercinta Sukapti dan kakak-kakakku Yudo, Yuan, Yudi mbak Tina, mbak Mita serta keponakan Dona, Dika dan Lexa, terimakasih atas doa, supportnya dan nasihatnya selama ini. Dan Ratna Sari yang sudah sabar menunggu dan selalu berdoa dan memberi dukungannya 😊. Serta seluruh keluarga besarku yang ada di Lampung dan Batam, ALHAMDULILLAH JAZAKUMULLAHU KHOIRO terima kasih atas dukungan, semangat dan doanya sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Sobat-sobatku : mas Bondan, mas Dito, mas Donan, mas Topan, mas Johan, mas Risank, mas Aan, mas Tuponk, Rita (mpok nori) dan teman-teman ku semuanya terima kasih.... Doa dan Jasa - jasa kalian tak kan terlupa sobat.
4. Bapak Ibu guru dari SD, SLTP, SLTA yang mendidik saya, tak terlupa dosen pembimbing Bpk. Melwin Syafrizal, S.Kom, serta Dosen – dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang memberi perkuliahan serta ilmunya.
5. Seluruh teman-teman angkatan 2008 khususnya kelas G atas supportnya.

MOTTO

Kepintaran dan kemampuan yang saya miliki, semua orang juga bisa memilikinya, tetapi kepribadian yang ada dalam diri saya hanya saya yang miliki😊

Jagalah semua kepercayaan yang orang lain berikan kepada kita karna kepercayaan lebih sulit dicari, terutama kepercayaan untuk orang tua.



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA BOROBUDUR INTERNATIONAL GOLF & COUNTRY CLUB MAGELANG”** dengan baik.

Karya tulis ini disusun dengan tujuan sebagai pelengkap dari berbagai syarat untuk dapat menyelesaikan program pendidikan jenjang S1 Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.

Pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini, yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng selaku dosen pembimbing dalam penyusunan karya tulis ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
4. Semua Staf karyawan perusahaan “BOROBUDUR INTERNATIONAL GOLF & COUNTRY CLUB“ Magelang.
5. Bapak, Ibu serta kakak-kakak tercinta yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil tanpa henti.
6. Calon Istriku tercinta yang sabar menunggu serta selalu memberikan motivasi dan dukungan.
7. Teman-teman seperjuangan di STMIK AMIKOM dan semua teman-teman saya.

Akhir kata penulis berharap semoga karya tulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

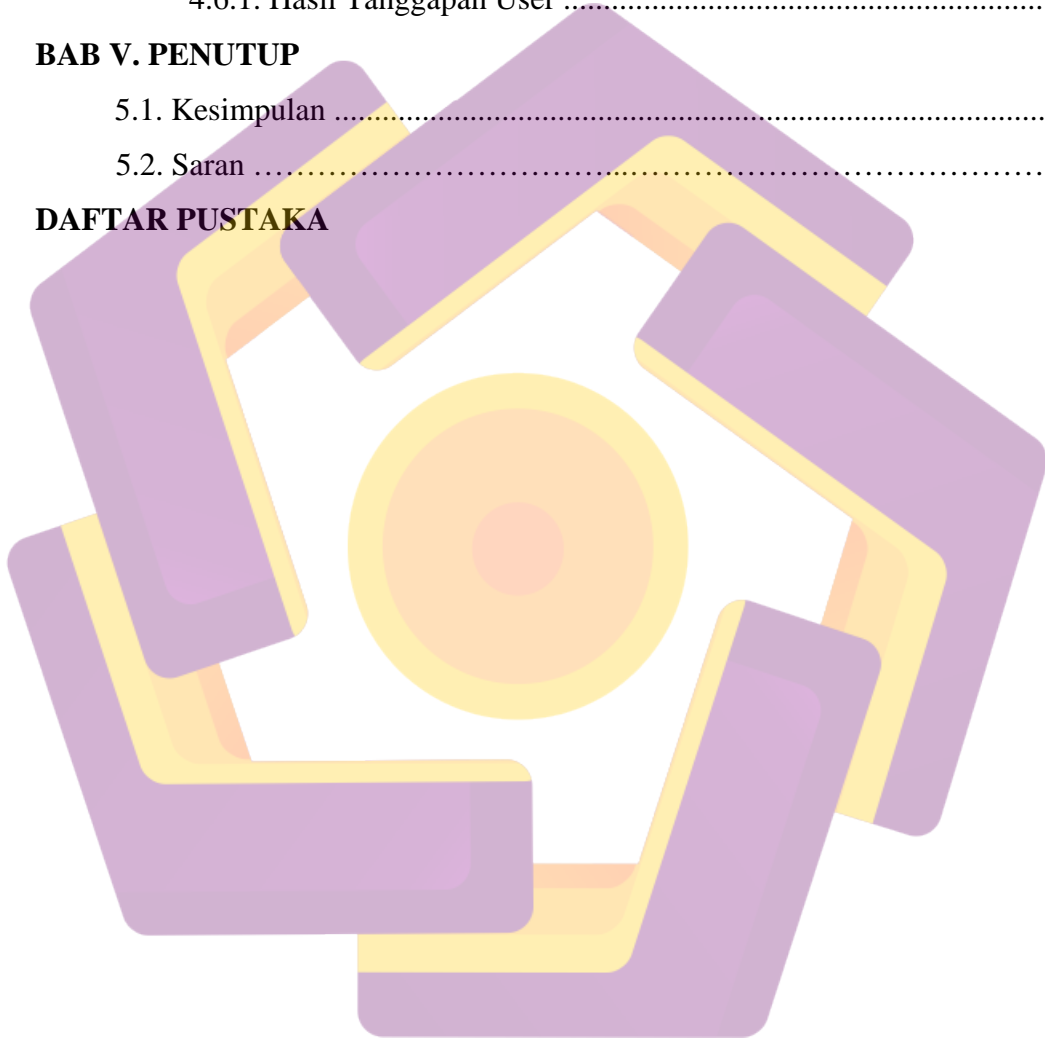
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN BERITA ACARA	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xv
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	3
1.6. Metode Pengumpulan Data	3
1.6.1. Metode Observasi	4
1.6.2. Metode Wawancara	4
1.6.3. Metode Keputusan	4
1.7. Sistematika Penulisan Laporan	4
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.2. Pengertian Periklanan	8
2.3. Sejarah Periklanan	9
2.4. Konsep Dasar Periklanan	10
2.5. Langkah-langkah dan Strategi Merancang Iklan Televisi	10
2.6. Manajemen Periklanan	11
2.7. Kelebihan-kelebihan Iklan Televisi	12

2.8. Kelemahan Iklan Televisi	13
2.9. Strategi Keunggulan Produk	14
2.10. Penetapan Tujuan Periklanan	14
2.11. Strategi Kreatif	15
2.12. Daya Tarik Pesan	16
2.13. Gaya Dalam Mengekusi Pesan	16
2.14. Anggaran Periklanan	17
2.15. Keputusan Pesan	18
2.16. Keputusan Memilih Media	18
2.17. Evaluasi Efektivitas Periklanan	18
2.18. Sinematografi	19
2.19. Teknik Menggunakan Kamera	19
2.20. Teknik Pengambilan Gambar	19
2.21. Kamera Angle	20
2.22. Perangkat Multimedia Yang digunakan	22
2.22.1. Adobe Premier Pro CS3	22
2.22.2. Adobe Soundbooth CS3	23
2.22.3. Adobe Photoshop CS3	24
BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	
3.1. Tinjauan Umum	25
3.1.1. Sejarah BIG & CC	25
3.1.2. Letak dan Batas	26
3.1.3. Visi dan Misi	26
3.2. Analisa Yang Digunakan	29
3.2.1. Analisis PIECES	29
3.2.1.1. Kinerja Sistem (<i>Performance</i>)	29
3.2.1.2. Informasi (<i>Information</i>)	31
3.2.1.3. Ekonomi (<i>Economy</i>)	32
3.2.1.4. Kontrol (<i>Control</i>)	33
3.2.1.5. Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	34

3.2.1.6. Pelayanan (Service)	34
3.2.1.7. Hasil dan Solusi analisis PIECES	35
3.3. Analisis Kebutuhan Sistem	36
3.3.1. Aspek Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	36
3.3.2. Aspek Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	38
3.3.3. Aspek Sumber Daya Manusia (<i>Brainware</i>)	39
3.4. Perancangan Sistem	40
3.4.1. Pembuatan Storyboard	40
3.4.2. Survey Lokasi	40
3.4.3. Analisis Kebutuhan dan Perlengkapan Shooting	41
3.4.4. Shootong atau Pengambilan Gambar	41
3.4.5. Iustrasi musik, Editing video dan Finising	41
3.4.6. Perancangan Naskah Cerita	41
3.4.7. Perancangan Storyboard	43
3.4.8. Biaya Kebutuhan Pembuatan Iklan	46
3.5. Tahap Produksi	47
3.5.1. Perancangan Naskah Cerita	48
3.5.2. Perancangan Storyboard	48
3.5.3. Lokasi.....	48
3.5.4. Rencana Anggaran	48
3.6. Biaya Pemasangan Iklan di Televisi	49
BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	
4.1. Tahap Produksi Pembuatan Iklan	50
4.2. Produksi	51
4.2.1. Rencana Kegiatan Shooting	51
4.2.2. Shooting atau Pengambilan Gambar	53
4.3. Tahap Pasca Produksi	54
4.3.1. Capturing	55
4.3.2. Editing	58
4.3.2.1 Tahap Cutting Video dan Maxing	59
a. Proses Editing	59

b. Proses Mixing	65
c. Proses Rendering	65
4.4. Mastering	68
4.5. Hasil Akhir Editing	69
4.6. Uji Coba Sistem	71
4.6.1. Hasil Tanggapan User	71
BAB V. PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan	7
Tabel 3.2. Kinerja Sistem	30
Tabel 3.3 Informasi	31
Tabel 3.4 Ekonomi	33
Tabel 3.5 Efisiensi	34
Tabel 3.6 Pelayanan	35
Tabel 3.7 Rincian Biaya Hardware Peralatan Shooting	37
Tabel 3.8 Rincian Biaya Peralatan Editing	37
Tabel 3.9 Rincian Biaya Tamban Hardware	38
Tabel 3.10 Rincian Biaya Software	39
Tabel 3.11 Rincian Biaya Brainware	40
Tabel 3.12 Rancangan Naskah	42
Tabel 4.26 Hasil Tanggapan User	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2. Proses Manajemen Periklanan	11
Gambar 2.3. Adobe Premiere CS3	23
Gambar 2.4. Soundbooth CS3.....	23
Gambar 2.5. Adobe Photoshop CS3.....	24
Gambar 3.1. Struktur Organisasi	28
Gambar 3.12. Perancangan Storyboard	43
Gambar 4.1. Tahap Pembuaan Iklan	50
Gambar 4.2. Daerah Hole 14	53
Gambar 4.3. Cedi Menemai Konsumen Bermain	53
Gambar 4.4. Restaurant	54
Gambar 4.5. Gedung BIG&CC	54
Gambar 4.6. Tahap Pasca Produksi	55
Gambar 4.7. Membuat Project Baru	56
Gambar 4.8. Isi Folder Video	56
Gambar 4.9. MainConcept MPEG Encoder	57
Gambar 4.10. Cara Memasukan Video yang Akan di convert	58
Gambar 4.11. Welcome to Adobe Premiere Pro	59
Gambar 4.12. New Project pada adobe Premiere Pro	60
Gambar 4.13. Import File	61

Gambar 4.14. Drag Footage ke Timeline	63
Gambar 4.15. Jendela Timeline	63
Gambar 4.16. Jendela Timeline	64
Gambar 4.17. Import Audio ke dalam Timeline	65
Gambar 4.18. Memilih Adobe Media Encoder	66
Gambar 4.19. Setting Export	66
Gambar 4.20. Penyimpanan Video	67
Gambar 4.21. Proses Rendering	67
Gambar 4.22. Menu FAVORIT pada Nero Star Smart	68
Gambar 4.23. Proses Add Data	68
Gambar 4.24. Proses Burning	69
Gambar 4.25. Hasil akhir Iklan	70

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. Borobudur International Golf & Country Club yang bergerak dibidang olahraga, mengalami permasalahan dalam memberikan informasi dan mempromosikan tempat dan fasilitas yang ada saat ini. Masih banyak orang yang belum tahu tentang keberadaan Borobudur International Golf & Country Club.

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 dianalisis. (3) Setelah melakukan analisis kemudian disimpulkan. Sumber data dalam penelitian ini adalah : (1) Produksi, shooting video, pemilihan video dan pengeditan video (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 dan menarik. Manfaat dari iklan ini sebagai media promosi sekaligus sebagai media informasi bagi pihak perusahaan, yang diharapkan akan menaikkan citra dari perusahaan tersebut.

Kata Kunci : *advertising, flow model of analysis, Borobudur International Golf & Country Club.*

ABSTRACT

The development of the technology world very rapidly, 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. Borobudur International Golf & Country Club is engaged in the sport, experienced problems in providing information and promoting places and facilities that exist today. There are still many people who do not know about the existence of Borobudur International Golf & Country Club.

The method used was qualitative, with the approach to the theory of advertising. Analytical methods used were flow model of analysis. Analysis techniques have a process flow model analysis include: (1) Identifying and selecting the data that has been obtained; either in the form of interviews, written documentation and data. (2) The data has been obtained and presented and analyzed. (3) After conducting the analysis later concluded. Sources of data in this study were: (1) Production, shooting video, the selection of video and video editing (2) Respondents of the key production crew ads, and (3) Note the results of observations of researchers.

Advertising production proses does require preparation and strong to produce a goog and interesting advertising. The benefits of this advertising as a media campaign as well as a medium of information for the company, which is expected to raise the image of the company.

Keywords: advertising, flow model of analysis, the Borobudur International Golf & Country Club.