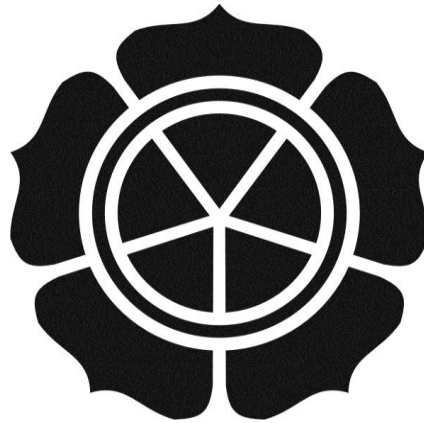


**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA GILANG RAMADHAN STUDIO BAND
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Hermawan Hestu Nugroho

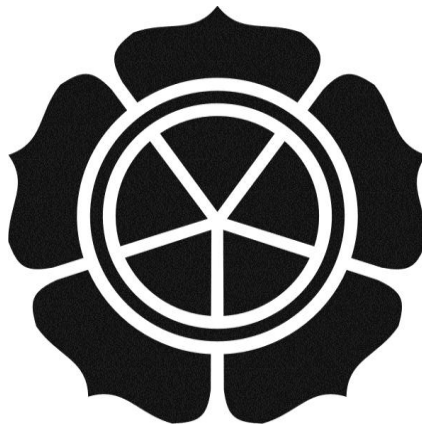
08.12.2922

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

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA GILANG RAMADHAN STUDIO BAND
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Hermawan Hestu Nugroho

08.12.2922

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA GILANG RAMADHAN STUDIO BAND
YOGYAKARTA**

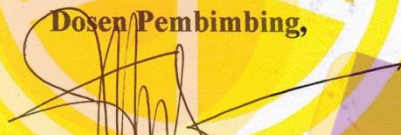
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Hermawan Hestu Nugroho

08.12.2922

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 13 Desember 2011

Dosen Pembimbing,



Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng

NIK. 190302105

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA GILANG RAMADHAN STUDIO BAND
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Hermawan Hestu Nugroho

08.12.2922

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Mei 2013

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Sudarmawan, MT
NIK. 190302035

Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

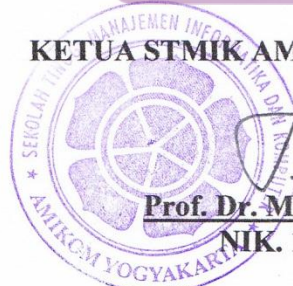
Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302105

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 13 Juni 2013

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



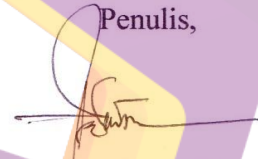
Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang sepengetahuan saya di dalam skripsi ini 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, 11 Juni 2013

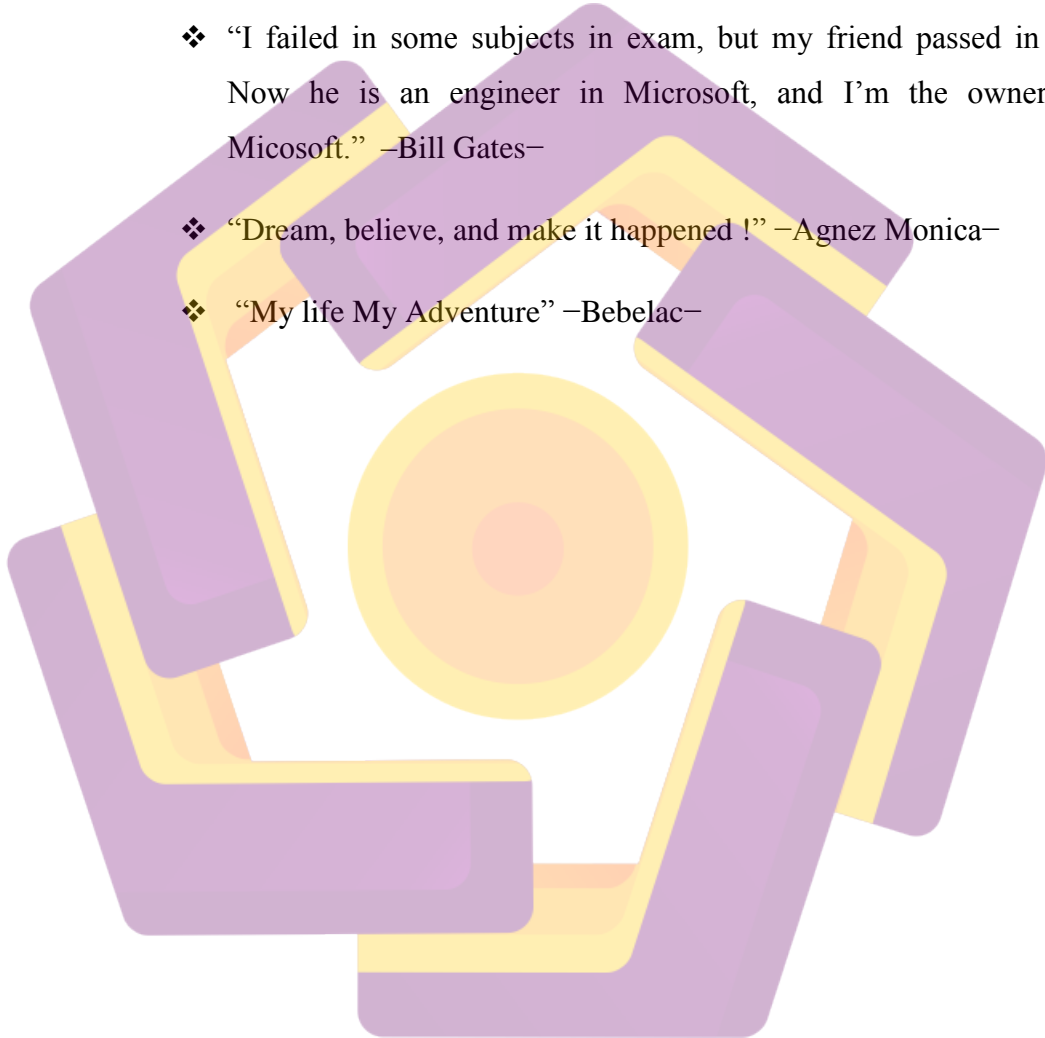
Penulis,



Hermawan Hestu Nugroho

MOTTO

- ❖ “Wani perih!!” –Hestu–
- ❖ “I’m not going back, I’m moving ahead.” –Israel Houghton–
- ❖ “I failed in some subjects in exam, but my friend passed in all. Now he is an engineer in Microsoft, and I’m the owner of Microsoft.” –Bill Gates–
- ❖ “Dream, believe, and make it happened !” –Agnez Monica–
- ❖ “My life My Adventure” –Bebelac–



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. YHWH.
2. STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Gilang Ramadhan Studio Band Yogyakarta.
4. Keluarga saya tercinta bapak Yusak Slamet Nugroho, S.Pd., emak Yekti Widiyatni, AM.Keb dan adik Shylviana Hesti Putri Nugroho.
5. Dosen Pembimbing saya Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng.
6. Yang tak tergantikan Gati Chandrasari.
7. Sahabat-sahabat saya : Sharazita, Dimas Abi, Riris Ndis, Mbah Ferry, Echak, Beni, Agus, Harris, Kamto, Eric, Melinda, Arief, Icha, Yogi, Rendi, Aris, Bagus, Irwan, Setyo, Dani, Omet, Gilang Jr, Arina, Eneng, Dini, Ana, Yasda, dll.
8. Teman-teman SI-C-2008.
9. Dan semua pihak yang sudah membantu dan mendukung saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih, karunia, dan kuasa-Nya sehingga skripsi yang saya kerjakan dengan judul “Analisis dan Perancangan Iklan Televisi sebagai Media Promosi pada Gilang Ramadhan Studio Band Yogyakarta” ini dapat saya selesaikan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna menyelesaikan pendidikan Program Strata Satu (S1) Jurusan Sistem Informasi pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.

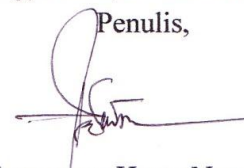
Dalam penyusunan skripsi ini, banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng selaku Dosen Pembimbing skripsi.
3. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, MM selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom dan Bapak Sudarmawan, MT selaku dosen penguji.
5. Bapak Pandan P. Purwachandra, M.Kom atas saran dan bimbingannya.
6. Segenap staf pengajar di STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah membimbing dan memberi ilmu pengetahuan kepada penulis selama ini.
7. Bapak Firman Ambardi selaku Pimpinan GRSB Yogyakarta.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca dan semoga skripsi yang saya tukis bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 11 Juni 2013

Penulis,



Hermawan Hestu Nugroho

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Penelitian.....	2
1.4.1. Tujuan Objek.....	2
1.4.2. Tujuan Akademis.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	3
1.5.1. Manfaat Objek.....	3
1.5.2. Manfaat Akademis	3
1.6. Metode Pengumpulan Data	4
1.6.1. Metode Observasi	4
1.6.2. Metode Wawancara	4
1.6.3. Metode Kepustakaan	5
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
1.8. Rencana Pelaksanaan Kegiatan	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Persamaan	9
2.1.2. Perbedaan	9
2.2. Konsep Dasar Multimedia	10
2.2.1. Pengertian Multimedia	10
2.2.2. Objek-objek Multimedia	11
2.2.2.1. Teks	11
2.2.2.2. Grafis	11
2.2.2.3. Audio	11
2.2.2.4. Video	11
2.2.2.5. Animasi	12
2.3. Konsep Dasar Iklan	12
2.3.1. Pengertian Periklanan	12
2.3.2. Jenis-jenis Iklan Televisi	12
2.3.2.1. Iklan Komersial	12
2.3.2.2. Iklan Layanan Masyarakat	12
2.3.3. Tujuan Iklan	13
2.3.3.1. Iklan Informatif	13
2.3.3.2. Iklan Persuasif	14
2.3.3.3. Iklan Pengingat	14
2.3.4. Memproduksi Iklan Televisi	15
2.3.4.1. Tahap Pra produksi	15
2.3.4.2. Tahap Produksi	16
2.3.4.3. Tahap Pasca Produksi	16
2.4. Strategi Merancang Naskah dan Storyboard Iklan Televisi	16
2.4.1. Prinsip Dasar Menulis Naskah Iklan Televisi	16
2.4.2. Istilah-istilah dalam Pembuatan Naskah dan Storyboard	18
2.5. Sistem Televisi Dunia	21
2.5.1. NTSC (<i>Nasional Television Standars Comitte</i>)	21

2.5.2.	PAL (<i>Phase Alternate Line</i>)	21
2.5.3.	SECAM (<i>Sequential Colour and Memory System</i>).....	21
2.5.4.	HDTV (<i>High Definition TV</i>).....	21
2.6.	Format File Video	21
2.7.	Perangkat Lunak yang Digunakan.....	24
2.7.1.	Adobe Premiere Pro.....	24
2.7.2.	Adobe After Effects	25
2.7.3.	Adobe Soundbooth	25
2.7.4.	Adobe Photoshop.....	26

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

3.1	Tinjauan Umum.....	27
3.1.1	Gambaran Umum Gilang Ramadhan Studio Band.....	27
3.1.2	Visi dan Misi GRSB	28
3.1.2.1	Visi	28
3.1.2.2	Misi	29
3.1.3	Program-program GRSB	29
3.1.3.1	Program Reguler GRSB	29
3.1.3.2	Special Program.....	30
3.2	Identifikasi Masalah	30
3.3	Analisis SWOT	31
3.4	Analisis Kebutuhan sistem	32
3.4.1	Perangkat Keras (<i>Hardware</i>).....	32
3.4.2	Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	33
3.4.3	Sumber Daya Manusia (<i>Brainware</i>).....	33
3.5	Rincian Biaya	34
3.5.1	Biaya Pembuatan Iklan	34
3.5.2	Informasi Rate Penayangan Iklan.....	34
3.6	Studi Kelayakan Sistem.....	35
3.7	Perancangan Iklan.....	36
3.7.1	Tahap Pra Produksi.....	36
3.7.1.1	Ide Iklan Televisi	37

3.7.1.2	Konsep Iklan Televisi	37
3.7.1.3	Naskah Iklan Televisi	38
3.7.1.4	Storyboard Iklan Televisi	41
3.7.1.5	Perencanaan Jadwal Syuting	41
3.7.1.6	Pembentukan Crew Syuting	42

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

4.1.	Tahap Produksi	43
4.1.1.	Proses Pengambilan Gambar Gerak (<i>Video Shooting</i>)	43
4.1.1.1.	Peralatan Syuting yang Digunakan.....	44
4.1.1.2.	Laporan Kegiatan Syuting.....	44
4.1.1.3.	Mensortir File Video Hasil Syuting.....	47
4.1.2.	Proses Perekaman Narasi.....	48
4.1.2.1.	Peralatan Rekaman yang Digunakan.....	48
4.1.2.2.	Merekam Narasi	48
4.1.2.3.	Menghilangkan Noise pada Rekaman Suara.....	50
4.2.	Tahap Pasca Produksi	51
4.2.1.	Proses Editing	51
4.2.1.1.	Peralatan Editing yang Digunakan	52
4.2.1.2.	Capturing	52
4.2.1.2.1.	Capturing Video.....	52
4.2.1.2.2.	Capturing Image	54
4.2.1.3.	Adobe Photoshop Project	55
4.2.1.4.	Adobe After Effects Project	57
4.2.1.4.1.	Memulai Project Baru.....	58
4.2.1.4.2.	Importing Files.....	59
4.2.1.4.3.	Membuat Composition Teks Get, Teks the, Teks Soul.....	59
4.2.1.4.4.	Membuat Composition Throw Logo	60
4.2.1.4.5.	Membuat Composition Photo Strech	63
4.2.1.4.6.	Membuat Composition Photo Flow.....	64

4.2.1.4.7. Membuat Composition Closing	
Teks.....	65
4.2.1.4.8. Rendering.....	66
4.2.1.5. Adobe Premiere Pro Project	67
4.2.1.5.1. Memulai Project Baru.....	67
4.2.1.5.2. Importing Files.....	69
4.2.1.5.3. Editing Video.....	70
4.2.1.5.4. Membuat Efek Slow Motion	70
4.2.1.5.5. Mengatur Brightness & Contrast.....	71
4.2.1.5.6. Rendering.....	72
4.3. Pembahasan	73
4.3.1. Review Testing	73
4.3.2. Tampilan Iklan	74
4.3.3. Kuisisioner	77
4.3.3.1. Hasil Kuisisioner	79
4.3.4. Rencana Penayangan Iklan	80
BAB V PENUTUP	
8.1. Kesimpulan	81
8.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	

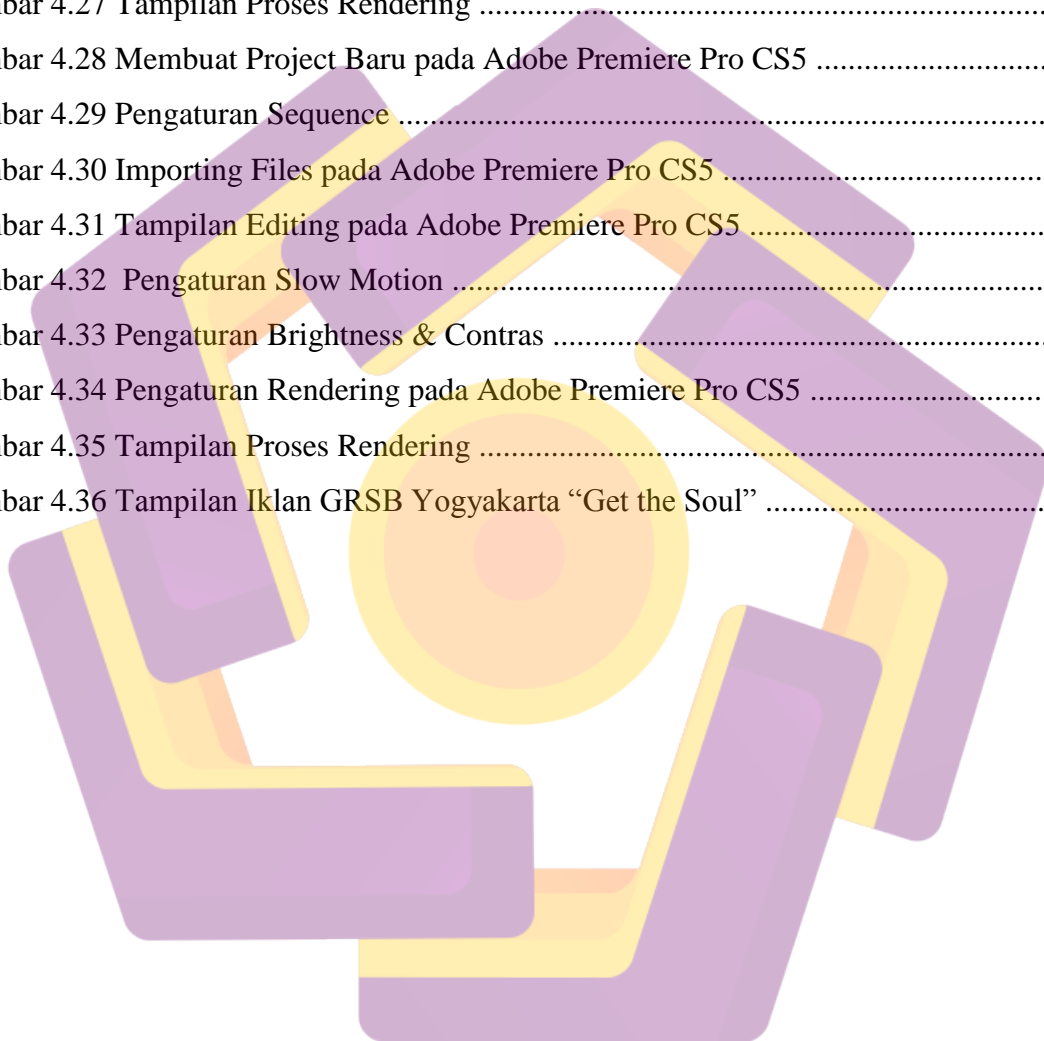
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rencana Pelaksanaan Kegiatan	7
Tabel 3.1 Analisis SWOT	31
Tabel 3.2 Rincian Biaya Pembuatan Iklan	34
Tabel 3.3 Tahap Pembuatan Iklan Televisi	35
Tabel 3.4 Storyboard	41
Tabel 3.5 Perencanaan Jadwal Syuting	41
Tabel 3.6 Daftar Crew Syuting	42
Tabel 4.1 Laporan Kegiatan Syuting Hari ke-1	44
Tabel 4.2 Laporan Kegiatan Syuting Hari ke-2	46
Tabel 4.3 File Video yang Dipakai dalam Pembuatan Iklan	47
Tabel 4.4 Scene dengan Composition yang Dibutuhkan	58
Tabel 4.5 Hasil Review	73
Tabel 4.6 Kuisiner	78
Tabel 4.7 Hasil Kuisiner	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tampilan Adobe Premiere Pro	24
Gambar 2.2	Tampilan Adobe After Effects.....	25
Gambar 2.3	Tampilan Adobe Soundbooth	26
Gambar 2.4	Tampilan Adobe Photoshop	26
Gambar 3.1	Tampilan Adobe Photoshop	36
Gambar 4.1	Pengaturan Recording pada Adobe Sounbooth CS5	49
Gambar 4.2	Tampilan Proses Perekaman	49
Gambar 4.3	Clean Up Audio pada Adobe Sounbooth CS5	50
Gambar 4.4	Pengaturan Reduction Noise	51
Gambar 4.5	Tampilan Proses Removing Noise.....	51
Gambar 4.6	Koneksi Kamera dengan Komputer	53
Gambar 4.7	Transferring File Video.....	53
Gambar 4.8	Track Sequence pada Adobe Premiere Pro CS5	54
Gambar 4.9	Export Frame Melalui Adobe Premiere Pro CS5	55
Gambar 4.10	Menentukan Lokasi Penyimpnam Export Frame.....	55
Gambar 4.11	Mebuka File Gambar pada Adobe Photoshop CS5.....	56
Gambar 4.12	Pengaturan Level	56
Gambar 4.13	Pengaturan Blending Options	57
Gambar 4.14	Menyimpan File Adobe Photoshop Project	57
Gambar 4.15	Membuat Project Baru pada Adobe After Effects CS5	58
Gambar 4.16	Importing File pada Adobe After Effects CS5	59
Gambar 4.17	Tampilan Composition Teks, Get, the, Soul	60
Gambar 4.18	Tampilan Composition Logo Comp	61
Gambar 4.19	Tampilan Composition Logo Adjust	61
Gambar 4.20	Tampilan Composition Logo Texture	62
Gambar 4.21	Tampilan Composition Side Texture	62

Gambar 4.22 Tampilan Composition Throw Logo	63
Gambar 4.23 Tampilan Composition Photo Strech	64
Gambar 4.24 Tampilan Composition Photo Flow	65
Gambar 4.25 Tampilan Composition Closing Teks	66
Gambar 4.26 Tampilan Pengaturan Pre Rendering	67
Gambar 4.27 Tampilan Proses Rendering	67
Gambar 4.28 Membuat Project Baru pada Adobe Premiere Pro CS5	68
Gambar 4.29 Pengaturan Sequence	69
Gambar 4.30 Importing Files pada Adobe Premiere Pro CS5	69
Gambar 4.31 Tampilan Editing pada Adobe Premiere Pro CS5	70
Gambar 4.32 Pengaturan Slow Motion	71
Gambar 4.33 Pengaturan Brightness & Contras	72
Gambar 4.34 Pengaturan Rendering pada Adobe Premiere Pro CS5	72
Gambar 4.35 Tampilan Proses Rendering	73
Gambar 4.36 Tampilan Iklan GRSB Yogyakarta “Get the Soul”	77



INTISARI

Selama ini media promosi GRSB Yogyakarta masih terbatas pada media cetak, radio dan internet saja, sehingga informasi mengenai GRSB Yogyakarta bagi masyarakat pun terbatas karena jangkauan penyebaran informasi yang kurang luas dan kurang menarik. Padahal GRSB Yogyakarta memiliki peluang untuk memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan adanya suatu cara promosi yang baru yaitu melalui media televisi. Melalui cara promosi yang baru tersebut diharapkan akan meningkatkan minat masyarakat dalam bermusik sehingga peluang masyarakat untuk bergabung dengan GRSB semakin besar. Disamping itu dengan adanya iklan ini, GRSB akan memiliki nilai prestise yang lebih dibandingkan dengan tempat kursus musik yang lainnya.

Proses pembuatan iklan GRSB Yogyakarta ini dikerjakan melalui 3 tahapan proses yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi. Tahap pra produksi berisi mengenai rancangan yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan proses selanjutnya yaitu tahap produksi dan pasca produksi. Tahapan produksi berisi mengenai materi-materi yang dibutuhkan iklan televisi yang dibuat. Tahapan Pasca produksi berisi mengenai pengolahan materi-materi mentah yang didapatkan dari proses produksi menjadi iklan televisi yang siap untuk ditayangkan.

Deskripsi iklan yang dihasilkan : judul iklan “Get the Soul”, tergolong dalam jenis iklan komersial, durasi video iklan 30 detik , format video AVI, sistem video DV PAL. Iklan yang telah dibuat akan ditayangkan pada stasiun televisi lokal di Yogyakarta.

Kata kunci : Promosi GRSB Yogyakarta, Pembuatan iklan, Iklan.

ABSTRACT

During this time, GRSB Yogyakarta's promotional media still limited to the printed media, radio and internet only, so that information about GRSB Yogyakarta is limited to the people because the range of information dissemination is extensiveless and attractiveless. Though the GRSB Yogyakarta has an opportunity to harnessing the potential of a wider market. Based on this argument, need a new way of promotion is through the medium of television. Throught a new way of promotion is expected to increase public interest in music making opportunities to the public to join the greater GRSB. Besides, with the ad, GRSB will have more prestige value than the other places the music course.

GRSB Yogyakarta's ad creation process is done throught 3 step process that is pre-production, production and post-production. Pre-production stage of the design features that serve as guidelines in the implementation of the next process is the production and post-production stage. Production stage contains the required materials to made television commersials. Post-production stages contains the processing of raw materials obtained from the process of production to be prepared television ads for airing.

Description of the resulting ad: ad title "Get the Soul", belong to the type of commercial advertising, duration of the ad is 30 seconds, video format AVI, DV PAL video system. The ad that have been made will be aired on some local television station in Yogyakarta.

Keywords: *Promotion of GRSB Yogyakarta, ad creation, ad.*