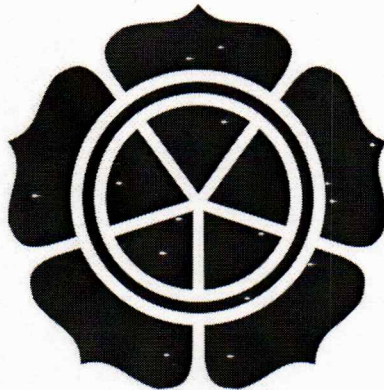


**DESAIN IKLAN TELEVISI “LAPTOP GUARD” EKSPLORASI KREATIF
BRIEF HINGGA EKSEKUSI PADA CV. LAPTOP GUARD YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Adang Kurniawan

08.11.2462

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

**DESAIN IKLAN TELEVISI “LAPTOP GUARD” EKSPLORASI KREATIF
BRIEF HINGGA EKSEKUSI PADA CV. LAPTOP GUARD
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian
persyaratan mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Teknik Informatika



dusun oleh

Adang Kurniawan

08.11.2462

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**DESAIN IKLAN TELEVISI “LAPTOP GUARD”
EKSPLORASI KREATIF BRIEF HINGGA EKSEKUSI
PADA CV. LAPTOP GUARD YOGYAKARTA**

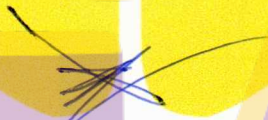
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adang Kurniawan

08.11.2462

telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi
pada tanggal 9 Mei 2015

Dosen Pembimbing



Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom

NIK.190302035

PENGESAHAN

SKRIPSI

**DESAIN IKLAN TELEVISI “LAPTOP GUARD”
EKSPLOKORASI KREATIF BRIEF HINGGA EKSEKUSI
PADA CV. LAPTOP GUARD YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adang Kurniawan

08.11.2462

telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 11 Juni 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom.
NIK.190302035

Bayu Setiaji, M.Kom.
NIK.190302216

Drs. Bambang Sudaryatno, M.M.
NIK.190302029

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 8 Oktober 2015

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya sayasendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, 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.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 8 Oktober 2015

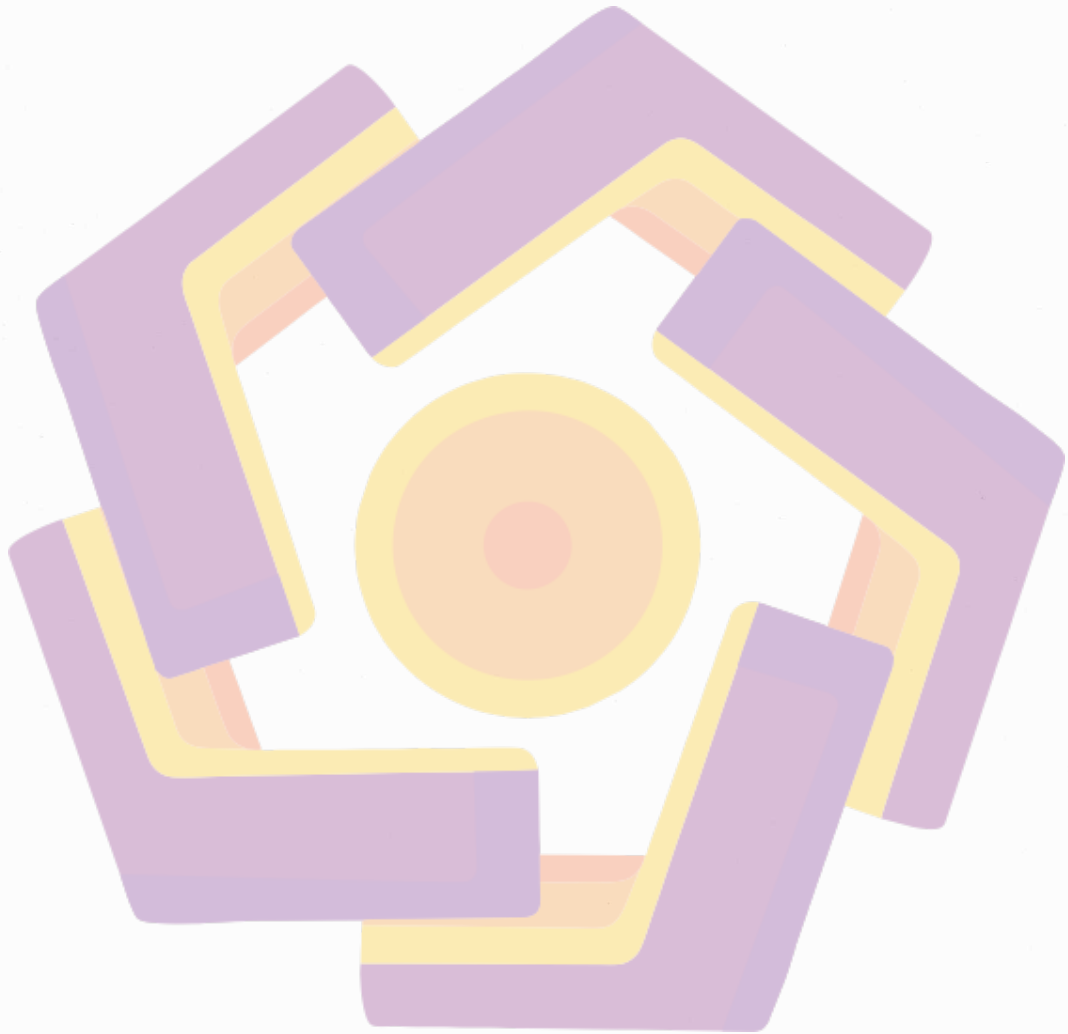


Adang Kurniawan

NIM. 08.11.2462

MOTTO

Berilmu - Beramal - Berdakwah - Bersabar



PERSEMBAHAN

Kedua Orang Tua Saya

Ir Moch Syafi'i M.Si

Saufiah

Beserta Ketiga Saudara Perempuan Saya

dr. Feronika Subtituantini

dr. Harida Zahraini

Diah Primadewi

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala, atas segala limpahan berkah, rahmat dan karunia-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul : **“DESAIN IKLAN TELEVISI “LAPTOP GUARD” EKSPLORASI KREATIF BRIEF HINGGA EKSEKUSI PADA CV. LAPTOP GUARD YOGYAKARTA”**. Tidak lupa shalawat serta salam kepada junjungan kita nabi besar Muhammad Sallallahu alaihi wasallam, keluarga, sahabat serta para pengikutnya.

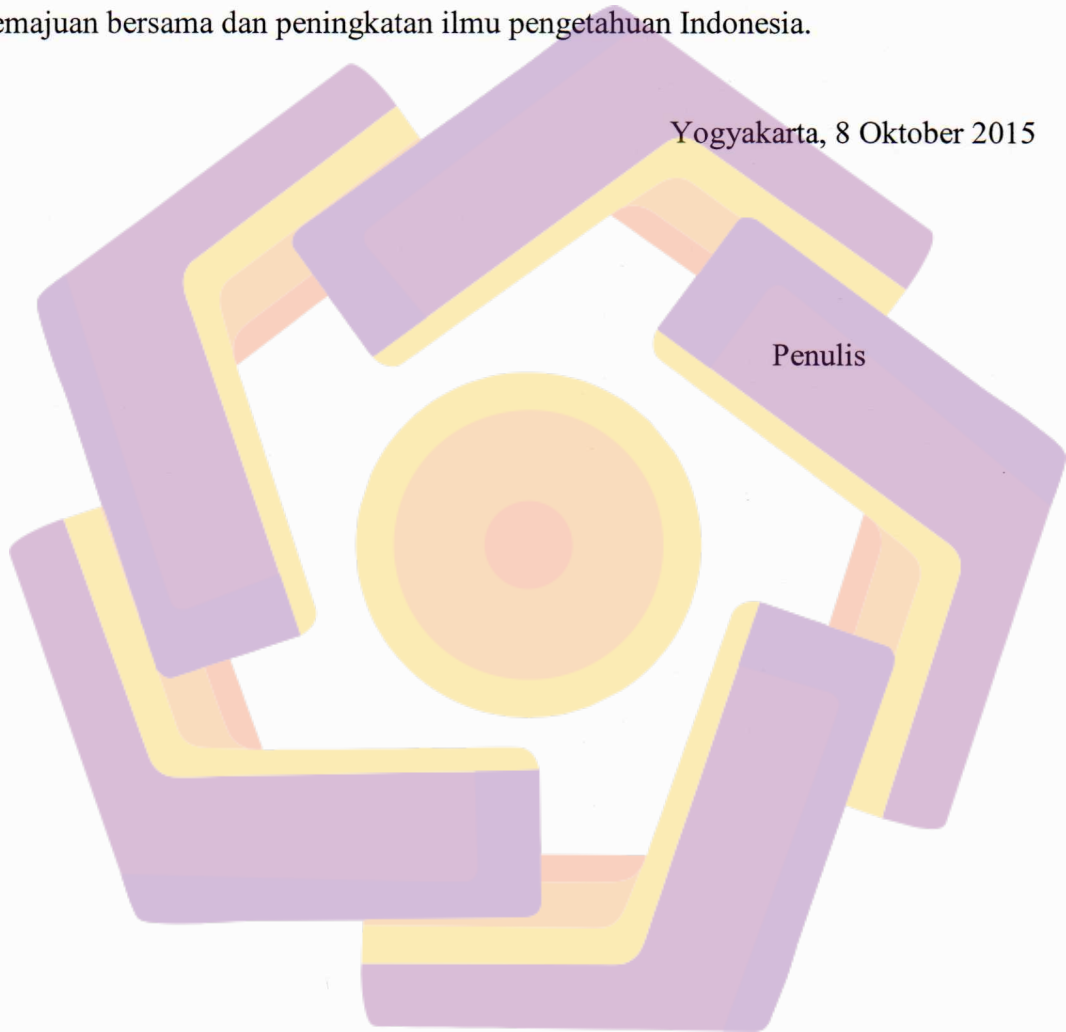
Melalui kesempatan ini juga penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam penulisan serta pembuatan program ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, M.T selaku ketua jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan dalam pelaksanaan skripsi ini.
4. Bapak, ibu dosen dan seluruh staf dan pegawai di jurusan Teknik Informatika yang telah membimbing bagian pembelajaran selama studi.
5. Keluarga yang selalu memberikan dorongan moril maupun materi selama studi penyelesaian skripsi ini.

6. Serta pihak yang telah membantu dan bekerja sama dalam pelaksanaan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan skripsi ini. Untuk itu, kritik dan saran adalah sesuatu yang kami harapkan demi kemajuan bersama dan peningkatan ilmu pengetahuan Indonesia.

Yogyakarta, 8 Oktober 2015

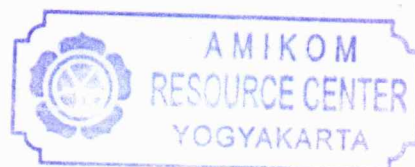


Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3

1.5.1 Manfaat Teoritis.....	
1.5.2 Manfaat Praktis	
1.6 Metode Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Iklan Televisi.....	6
2.2 Karakteristik Media Televisi Dalam Periklanan.....	7
2.3 Iklan Yang Efektif.....	10
2.4 Evaluasi Efektifitas Iklan.....	10
2.5 Tim Kreatif.....	15
2.6 Eksekusi Kreatif Iklan Televisi.....	17
2.6.1 Brainstorming.....	17
2.6.2 Eksekusi Ide Kreatif.....	20
2.7 Perancangan Iklan Televisi.....	20
2.7.1 Pra Produksi.....	22
2.7.2 Produksi.....	22
2.7.3 Pasca Produksi.....	24
BAB III ANALISIS DAN PERENCANAAN KREATIF IKLAN.....	41
3.1 Profil Perusahaan.....	41
3.1.1 Visi.....	41
3.2 Perancangan Strategi Kreatif.....	43
3.2.1 Analisis Situasi.....	25

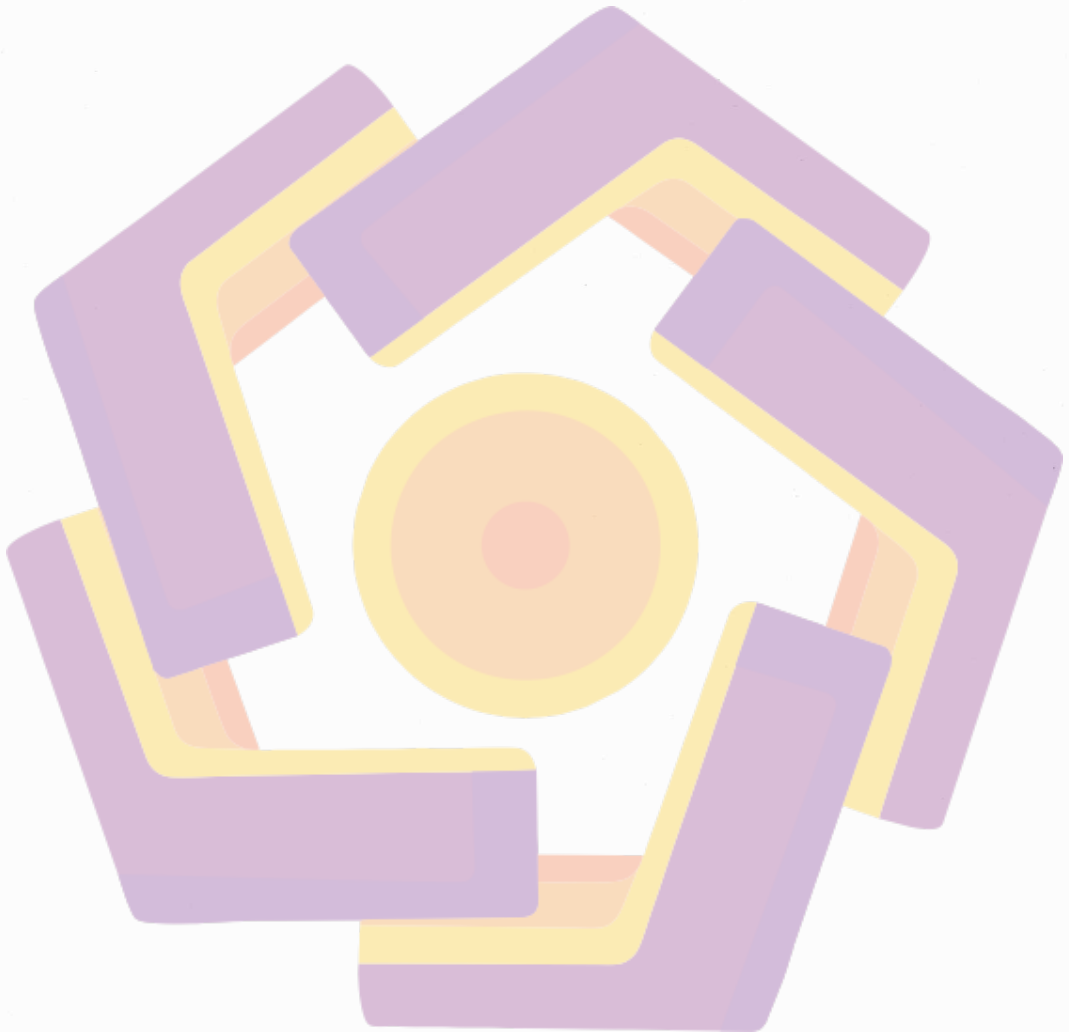


3.2.2 Tujuan Pemasaran.....	28
3.2.3 Advertising Problem.....	29
3.2.4 Advertising Objective.....	29
3.2.5 Target Market/ Target Audience.....	29
3.2.6 Positioning.....	35
3.2.7 Brand Personality/ Character.....	35
3.2.8 Big Idea/ Thema.....	35
3.2.9 Tone and Manner Communication.....	36
3.2.10 Mendatory.....	36
3.3 Strategi Media.....	36
3.3.1 Tujuan Media.....	37
3.3.2 Strategi dan Taktik Media.....	37
3.4 Brainstorming	38
3.4.1 Kreatif Brief	38
3.4.1.1 What To Say.....	41
3.4.1.2 How To Say.....	41
3.4.1.3 Tagline.....	42
3.5 Analisis Kebutuhan Produksi.....	42
3.5.1 Aspek Hardware.....	42
3.5.2 Aspek Software.....	43
 BAB IV PERANCANGAN	 44

4.1	Pra Produksi.....	44
4.1.1	Ide.....	45
4.1.2	Cerita.....	45
4.1.3	Storyboard.....	46
4.2	Produksi.....	48
4.2.1	Desain.....	48
4.2.2	Modeling.....	52
4.2.3	Texturing.....	56
4.3	Post Produksi.....	59
4.3.1	Rendering.....	59
4.3.1.1	Compositing.....	61
BAB V	PENUTUP.....	63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Faktor Demografis, Psikografis dan Geografis.....	30
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Perancangan Iklan Televisi.....	21
Gambar 3.1 Responden.....	33
Gambar 4.4 Attribut text (frame 1).....	48
Gambar 4.5 Attribut text (frame 4).....	48
Gambar 4.6 Attribut text (frame 6).....	49
Gambar 4.7 Attribut tesxt (frame 9).....	49
Gambar 4.5 Attribut logo.....	50
Gambar 4.6 New Composition Final.....	51
Gambar 4.7 Composition frame 1.....	52
Gambar 4.6 Polygon bumi.....	53
Gambar 4.7 Attribut polygon sphere.....	53
Gambar 4.8 Attribut texture earth.....	54
Gambar 4.9 Attribut texture cloud.....	54
Gambar 4.10 Polysphere.....	55
Gambar 4.12 Earth proxy matte.....	55
Gambar 4.13 Attribut atmosphere.....	55

Gambar 4.14 3D model bumi.....	56
Gambar 4.8 Attribut bumi.....	56
Gambar 4.9 Lambert material.....	57
Gambar 4.10 Mia material x.....	57
Gambar 4.11 Texture awan.....	58
Gambar 4.12 Directional light.....	58
Gambar 4.13 Polygon sphere atmosphere.....	59
Gambar 4.14 Ramp material.....	59
Gambar 4.15 Render setting.....	60
Gambar 4.16 Output module setting.....	61
Gambar 4.17 Compositing nuke.....	62

INTISARI

Periklanan saat ini sedang mendapat sorotan tajam semenjak aspek informasi menjadi wacana penting dalam bisnis, terutama dalam proses membangun merek atau branding. Belanja iklan yang dilakukan perusahaan selalu bertambah. Ini membuktikan bahwa para pengiklan masih sangat dipercaya oleh para industri bisnis dalam mempromosikan produk-produk mereka.

Televisi dapat dikatakan sebagai media yang ampuh untuk mempromosikan produk-produk mereka. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari karakter media televisi yang mampu menghadirkan sebuah realitas visual yang begitu natural, sehingga iklan-iklan yang disampaikan lewat televisi, seakan-akan menjadi sebuah realita yang mempresentasikan sebuah citra akan dinamika masyarakat.

Maka dengan mengiklankan produk jasa asuransi dari laptop guard ini akan memberikan dampak positif bagi masyarakat bahwa bukan hanya manusia atau barang-barang mewah saja yang mendapatkan asuransi tetapi sebuah laptop / komputerpun dapat menggunakan asuransi.

Kata Kunci : Periklanan, Televisi

ABSTRACT

Nowadays, advertising is getting spotted since information aspect becomes an important brand or branding. Advertising expenditure of the company is always increasing. It proves that the advertisers are still believed by industrial businessmen in promoting their products.

Television is one of strong media to promote the products. This fact is related to characteristic of television media which able to present visual reality naturally so that the ads are delivered through television seemed to be reality which present image of society dynamic.

So by advertising insurance products from this "Laptop Guard" will provide a positive impact for the community that not only humans or luxury goods who get insurance but a laptop / computer can use the insurance.

Keywords : Advertising, Television

