

**ANALISIS DAN PERANCANGAN PERIKLANAN BERBASIS
MULTIMEDIA GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA INDUSTRI BATIK KEBON INDAH
BAYAT KLATEN**

SKRIPSI



disusun oleh

Bambang Santosa

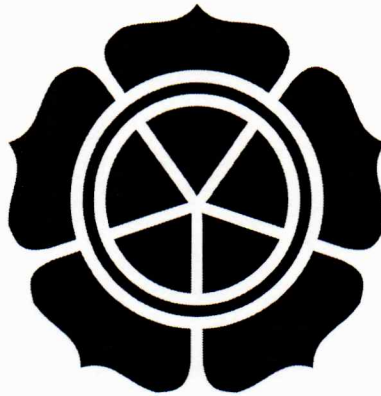
10.12.4511

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN PERIKLANAN BERBASIS
MULTIMEDIA GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA INDUSTRI BATIK KEBON INDAH
BAYAT KLATEN**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Bambang Santosa

10.12.4511

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN PERIKLANAN BERBASIS
MULTIMEDIA GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA INDUSTRI BATIK KEBON INDAH
BAYAT KLATEN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bambang Santosa

10.12.4511

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 18 Januari 2014

Dosen Pembimbing

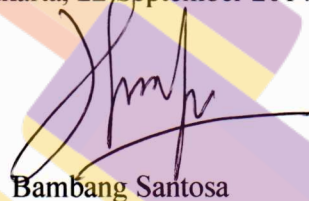

Hanif Al Fatta, M.Kom

NIK. 190302096

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dari skripsi ini tidak terdapat karya yang sebelumnya pernah diajukan orang lain dengan tujuan 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 22 September 2014



Bambang Santosa

NIM : 10.12.4511

Motto

- Sebuah kegagalan adalah cara kita untuk menuju keberhasilan.
- Tak ada yang mungkin didunia ini jika kita mau mencobanya dan berusaha.
- Terus berusaha dan jangan mengeluh untuk mencapai kesuksesan.
- Carilah ilmu sebanyak-banyaknya selagi kita masih diberi umur panjang.
- Berhentilah menyombongkan diri dengan apa yang kita miliki karena diatas kita masih banyak yang lebih hebat dari kita.
- Kedua orang tua saya adalah semangat saya untuk maju terus pantang mundur walau halangan dan rintangan datang tanpa henti.
- Bersyujud dan berdoa adalah cara saya untuk bersyukur atas nikmat hidup ini yang diberikanNya.
- Pelan-pelan tapi pasti adalah cara saya untuk mencapai sebuah tujuan hidup.

PERSEMBAHAN

Seiring salam dan doa kupersembahkan karya sederhana ini untuk yang tercinta :

1. Untuk Ayahanda Saimin Budi Siswanto dan Ibunda Tri Suriningsih, yang selalu memberikan dorongan semangat, doa, materi dan kasih sayang yang tak terukur besarnya.
2. Untuk kakak Rini kusmiyati, Dwi Siswanto, dan Adik Tut Wuri Yekti Handayani tercinta yang selalu memberi perhatian untuk tetap tegar.
3. Semua anggota “Hammer Networks”, terutama Oki Surya Nugraha, Rico Dhani Saputra, Galih Wahyu Prabowo, Muhammad Rifa’i, Budi Haryanto, Ahmad Qommaruzzaman, M. Sinun Dawami, Handaru S, Ahmad Ridha.
4. Semua teman saya yang sudah banyak memberikan bantuan, Semangat dan doa kepada saya, Terima kasih untuk kalian semua!!.
5. Almamater yang akan selalu kubanggakan dan kukenang.

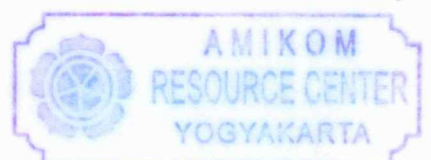
KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala Puji Bagi Allah SWT yang telah memberikan kehidupan dan akal pikiran yang tak ternilai bandingnya, sholawat serta salam bagi Nabi Muhammad SAW beserta sahabat-sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“ANALISIS DAN PERANCANGAN PERIKLANAN BERBASIS MULTIMEDIA GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA INDUSTRI BATIK KEBON INDAH BAYAT”**, sebagai persyaratan menyelesaikan program studi Strata 1 di STMIK “AMIKOM” Yogyakarta.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana komputer pada program studi Sistem Informasi STMIK AMIKOM YOGYAKARTA. Berhasilnya usaha penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu sebagai rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

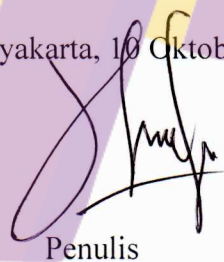
1. Prof. DR. M. Suyanto, MM, Ketua STMIK “AMIKOM” Yogyakarta.
2. Drs. Bambang Sudaryatno, MM, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK “AMIKOM” Yogyakarta.
3. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom, selaku dosen pembimbing, terima kasih atas kesabarannya dan dukungannya dalam memberikan bimbingan kepada penulis
4. Bapak Ali Mustopa, M.Kom selaku dosen wali



5. Seluruh Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Ibu Sri windarti, selaku pimpinan Batik Kebon Indah Bayat yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di Batik Kebon Indah Bayat.
7. Bapak, Ibu, Kakak dan Adik yang telah memberikan do'a dan dukungannya.
8. Temen-temanku semua terima kasih atas dukungan dan bantuan yang kalian berikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Saran dan kritik yang membangun penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Namun penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 10 Oktober 2014



Penulis

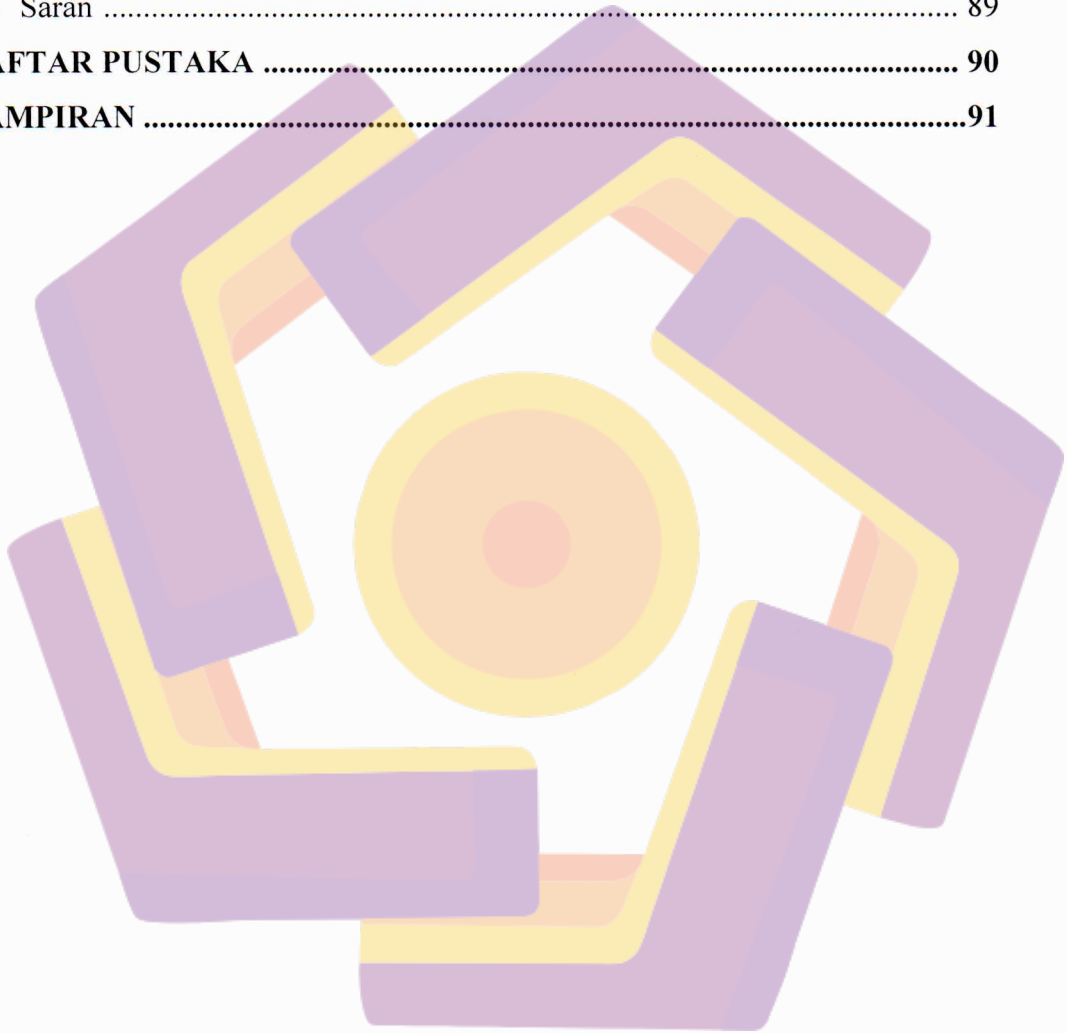
DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Pernyataan Keaslian.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Intisari	xi
Abstract.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
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 Metodologi Pengumpulan Data	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Konsep Dasar Multimedia	6
2.1.1 Pengertian Multimedia.....	6
2.1.2 Elemen Multimedia	6
2.2 Konsep Dasar Animasi	8
2.2.1 Definisi Animasi	8
2.3 Konsep Dasar Iklan	8
2.3.1 Pengertian Iklan	8
2.3.2 Sejarah Iklan	9
2.3.3 Kelebihan dan Kelemahan Iklan	9
2.3.4 Etika Iklan	11
2.3.5 Jenis-Jenis Iklan	12
2.3.6 Fungsi Iklan.....	14

2.4	Perencanaan Merancang Iklan Televisi.....	15
2.4.1	Strategi Menetapkan Audien Sasaran	15
2.4.2	Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi	16
2.4.2.1	Penetapan Tujuan Periklanan Televisi	16
2.4.2.2	Penetapan Anggaran Periklanan Televisi	17
2.4.3	Strategi Mencari Keunggulan Produk.....	19
2.4.4	Perancangan Kata, Logo dan Simbol.....	21
2.4.5	Strategi Merancang Daya Tarik Iklan Televisi	23
2.4.6	Strategi Merancang Naskah dan Storyboard	26
2.4.6.1	Prinsip Dasar Menulis Naskah Iklan Televisi	26
2.4.6.2	Istilah-istilah Dalam Pembuatan Naskah dan Storyboard	27
2.4.6.3	Merancang Storyboard Iklan Televisi	31
2.4.7	Strategi Perancangan Memproduksi Iklan Televisi	32
2.4.7.1	Peran Produser Iklan Televisi	32
2.4.7.2	Tahap Praproduksi	32
2.4.7.3	Tahap Produksi	34
2.4.7.4	Tahap Pascaproduksi	35
2.5	Software Pendukung	35
2.5.1	Adobe Premiere Pro CS3	35
2.5.2	Adobe Soundbooth CS3	36
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM		37
3.1	Tinjauan Umum	37
3.1.1	Latar Belakang Perusahaan	37
3.1.2	Kelemahan dan Keistimewaan Perusahaan	38
3.2	Analisis Sistem	38
3.2.1	Analisis Kelemahan Sistem Lama	38
3.2.1.1	Identifikasi Masalah	38
3.2.1.2	Analisis SWOT	39
3.2.2	Analisis Kebutuhan Sistem Baru	44
3.3	Analisis Kelayakan Sistem	44
3.3.1	Kelayakan Teknis	44

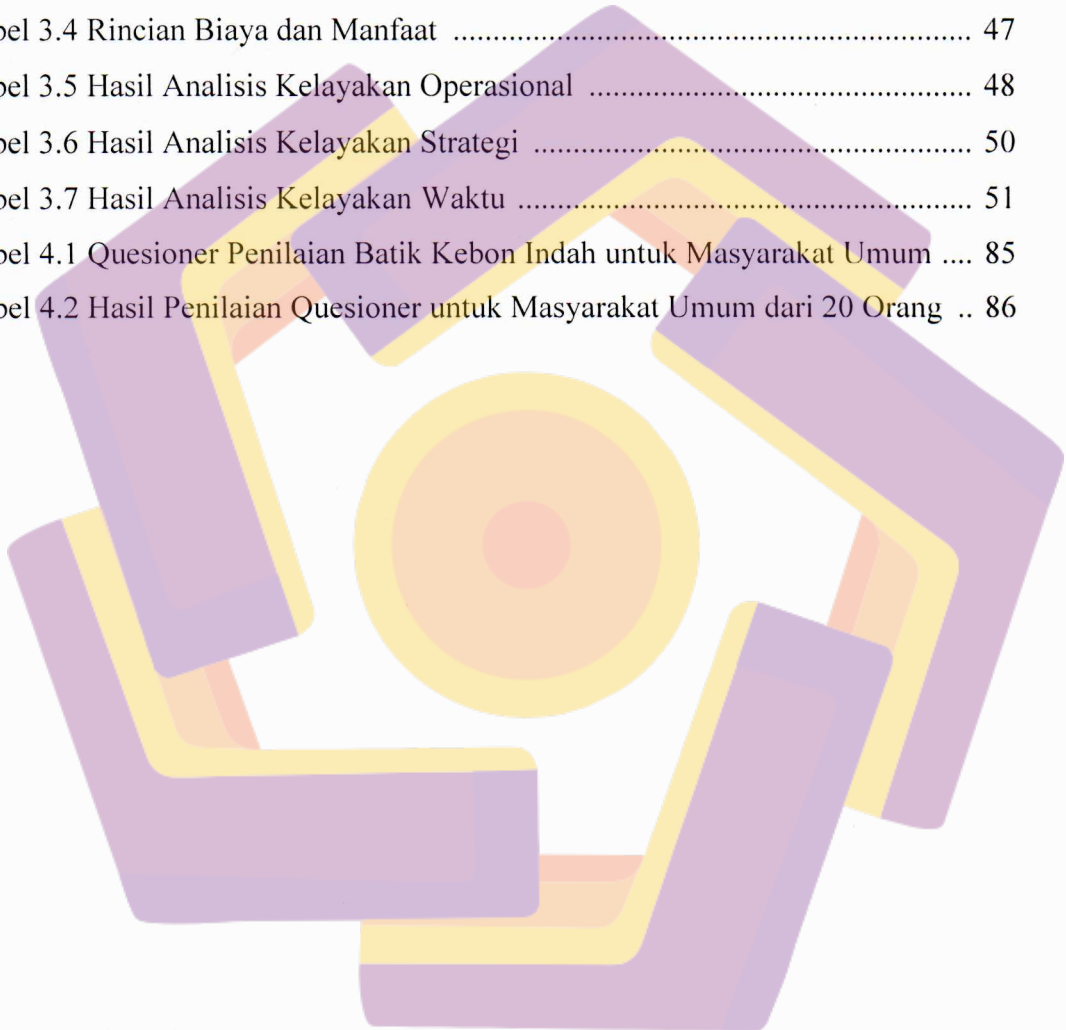
3.3.2 Kelayakan Hukum	46
3.3.3 Kelayakan Ekonomi	47
3.3.4 Kelayakan Organisasi	48
3.3.5 Kelayakan Strategi	49
3.3.6 Kelayakan Jadwal	50
3.4 Tahap Praproduksi	51
3.4.1 Ide Iklan Televisi	51
3.4.2 Tema Iklan Televisi	52
3.4.3 Naskah Iklan Televisi	52
3.4.4 Storyboard Iklan Televisi	54
3.4.5 Shooting Schedule	54
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Implementasi	55
4.1.1 Tahap Produksi	55
4.1.1.1 Perlengkapan Shooting	56
4.1.1.1.1 Kamera	56
4.1.1.1.2 Pencahayaan	56
4.1.1.1.3 Tripod	57
4.1.1.1.4 Media Penyimpanan	58
4.1.1.2 Proses Pengambilan Gambar	59
4.1.2 Tahap Pasca Produksi	68
4.1.2.1 Perlengkapan Editing	68
4.1.2.1.1 Komputer/Laptop	68
4.1.2.1.2 Microphone	68
4.1.2.2 Proses Editing	69
4.1.2.2.1 Capturing	69
4.1.2.2.2 Importing Video	69
4.1.2.2.3 Membuat Teks (still)	72
4.1.2.2.4 Perekaman Narasi	73
4.1.2.2.5 Menghilangkan Noise	74
4.1.2.2.6 Rendering	75

4.2 Pembahasan	77
4.2.1 Tampilan Hasil Iklan Batik Kebon Indah	77
4.2.2 Pengetesan Batik Kebon Indah	85
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	91



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Strategi Analisis SWOT	40
Tabel 3.2 Hasil Analisis Kelayakan Teknis	46
Tabel 3.3 Hasil Analisis Kelayakan Hukum.....	46
Tabel 3.4 Rincian Biaya dan Manfaat	47
Tabel 3.5 Hasil Analisis Kelayakan Operasional	48
Tabel 3.6 Hasil Analisis Kelayakan Strategi	50
Tabel 3.7 Hasil Analisis Kelayakan Waktu	51
Tabel 4.1 Quesioner Penilaian Batik Kebon Indah untuk Masyarakat Umum	85
Tabel 4.2 Hasil Penilaian Quesioner untuk Masyarakat Umum dari 20 Orang ..	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Adobe Premiere Pro CS3	36
Gambar 2.2 Adobe Soundbooth CS3	36
Gambar 4.1 Alur Proses Produksi	55
Gambar 4.2 Kamera DSLR Canon 550D	56
Gambar 4.3 Reflektor	57
Gambar 4.4 Tripod	57
Gambar 4.5 Memori Card	58
Gambar 4.6 Tampilan Video 01	59
Gambar 4.7 Tampilan Video 02	59
Gambar 4.8 Tampilan Video 03	60
Gambar 4.9 Tampilan Video 04	60
Gambar 4.10 Tampilan Video 05	61
Gambar 4.11 Tampilan Video 06	61
Gambar 4.12 Tampilan Video 07	62
Gambar 4.13 Tampilan Video 08	62
Gambar 4.14 Tampilan Video 09	63
Gambar 4.15 Tampilan Video 10	63
Gambar 4.16 Tampilan Video 11	64
Gambar 4.17 Tampilan Video 12	64
Gambar 4.18 Tampilan Video 13	65
Gambar 4.19 Tampilan Video 14	65
Gambar 4.20 Tampilan Video 15	66
Gambar 4.21 Tampilan Video 16	66
Gambar 4.22 Tampilan Video 17	67
Gambar 4.23 Tampilan Video 18	67
Gambar 4.24 Tampilan Awal Adobe Premiere Pro CS3	70
Gambar 4.25 Tampilan New Project	70
Gambar 4.26 Tampilan Import File	71
Gambar 4.27 Tampilan Trimming	71

Gambar 4.28 Membuat Teks Title	72
Gambar 4.29 Mengelola Teks	72
Gambar 4.30 Tampilan Pengaturan Audio	73
Gambar 4.31 Tampilan Audio pada Soundboth CS3	74
Gambar 4.32 Kotak Dialog Noise Education	74
Gambar 4.33 Mengeksport Movie	75
Gambar 4.34 Eksport Movie Setting	75
Gambar 4.35 Pemilihan Tempat Simpan	76
Gambar 4.36 Proses Rendering	76
Gambar 4.37 Tampilan Video 1	77
Gambar 4.38 Tampilan Video 2	77
Gambar 4.39 Tampilan Video 3	78
Gambar 4.40 Tampilan Video 4	78
Gambar 4.41 Tampilan Video 5	79
Gambar 4.42 Tampilan Video 6	79
Gambar 4.43 Tampilan Video 7	80
Gambar 4.44 Tampilan Video 8	80
Gambar 4.45 Tampilan Video 9	81
Gambar 4.46 Tampilan Video 10	81
Gambar 4.47 Tampilan Video 11	82
Gambar 4.48 Tampilan Video 12	82
Gambar 4.49 Tampilan Video 13	83
Gambar 4.50 Tampilan Video 14	83
Gambar 4.51 Tampilan Video 15	84
Gambar 4.52 Tampilan Video 16	84

INTISARI

Periklanan sangat berperan penting di dalam dunia pemasaran, tanpa periklanan dunia pemasaran tidak akan berkembang seperti sekarang. Untuk melakukan iklan secara efektif, pelaku pasar harus mengetahui karakteristik konsumen. Periklanan sebagai salah satu unsur dalam sebuah promosi mempunyai arti dan manfaat yang besar bagi perusahaan dalam berkomunikasi dengan konsumen. Diharapkan dengan periklanan perusahaan mampu menanamkan kesadaran kepada konsumen tentang keberadaan produk, menimbulkan minat dan akhirnya mereka tergerak untuk membeli produk yang diiklankan tersebut.

Sebuah iklan akan dapat dikatakan baik atau tidak apabila iklan tersebut mempunyai kemenarikan perhatian pembaca atau penonton, yang dimana iklan tersebut juga harus benar-benar mengungkap apa yang ingin disampaikan oleh perusahaan tersebut. Dalam industri BATIK KEBON INDAH ini banyak kelemahannya dalam mempromosikan.

Karena sekarang ini mereka hanya mempromosikannya lewat pameran dan dari mulut ke mulut sehingga masyarakat luas kurang mengerti tentang BATIK KEBON INDAH ini. Jadi pada permasalahan ini saya akan membuat iklan televisi yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk BATIK KEBON INDAH ini di media televisi. Sekaligus untuk mempromosikan bahwa di daerah bayat, klaten ini terdapat masyarakat yang memproduksi sendiri batik tulis yang berkualitas.

Kata Kunci: Televisi

ABSTRACT

Advertising plays an important role in the marketing world, the world of marketing without advertising will not be developed as it is now. To perform effectively advertising, market participants must know the characteristics of the consumer. Advertising as one element in a promotional sense and have great benefits for companies to communicate with consumers. It is expected that with the advertising companies are able to bring awareness to consumers about the existence of a product, generate interest and eventually they moved to buy the advertised product.

An advertisement will be said to be good or not if these ads have privileges for the reader or the audience, which is where the ad should really reveal what is to be conveyed by the company. In this BATIK KEBON INDAH industry many weaknesses in promoting.

Because now they just promote it through exhibitions and word of mouth so that the general public do not understand about this BATIK KEBON INDAH. So on this issue I would create a television commercial that aims to improve the consumer appeal of the product is in the BATIK KEBON INDAH television media. As well as to promote that in the freshman, klaten there are people who produce their own batik quality.

Keywords: Advertising