

**PERANCANGAN IKLAN TV PADA BRAND BERLIANO DI KOTA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Ade Rachmat Primasetya

11.12.5662

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**PERANCANGAN IKLAN TV PADA BRAND BERLIANO DI KOTA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Ade Rachmat Primasetya

11.12.5662

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN IKLAN TV PADA BRAND BERLIANO DI KOTA
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ade Rachmat Primasetya

11.12.5662

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 6 Oktober 2016

Dosen Pembimbing,



Dhani Ariatmanto, M.Kom
NIK.190302197

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN IKLAN TV PADA BRAND BERLIANO DI KOTA
YOGYAKARTA**

yang disusun oleh

Ade Rachmat Primasetya

11.12.5662

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 26 September 2016

Susunan Dewan Penguji

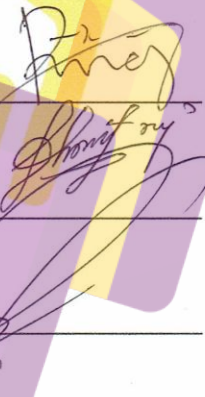
Nama Penguji

Muhammad Rudyanto Arief, ST, MT
NIK. 190302098

Dhani Ariatmanto, M.Kom
NIK. 190302197

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
tanggal 7 Oktober 2016



KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suvanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN KEASLIAN

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 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 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 26 September 2016



Ade Rachmat Primasetya

NIM 11.12.5662

MOTTO

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri" (QS.ArRa'd:11).

Man jadda wajada (Barang siapa yang bersungguh-sungguh pasti ia akan berhasil melewati rintangan itu).

Keluargamu adalah alasan bagi kerja kerasmu, maka janganlah sampai engkau menelantarkan mereka karena kerja kerasmu.

Selalu ada harapan selama kita percaya.

Hidup adalah tentang keberanian.

Berani untuk memilih dan berani mengambil konsekuensi dari pilihan itu.

"Sesungguhnya hanyalah kepada Allah aku mengadukan kesusahan dan kesedihanku dan aku mengetahui dari Allah apa yang kamu tiada mengetahuinya" (Q.S Yusuf:86).

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin akhirnya saya samapai ketitik ini, kupersembahkan karya ini untuk:

- Keluargaku: Bapak dan Ibu yang selalu menyemangati ketika saya mengerjakan skripsi, Devi adikku yang selalu mendoakan.
- Seluruh dosen STIMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah mengampu selama perkuliahan.
- Teman-teman 11-S1SI-05 dan Rengga Chasanal Mahardika yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam skripsi ini.
- Untuk teman-teman yang membantu dalam membuat iklan ini Sonny, Gesang kalbu Adi, Bernadeta Damaris.
- Lalu Dessty Amanda yang selalu mengejar-ngejar saya agar menyelesaikan dengan cepat skripsinya, makasih sayang yang selalu memberikan semangat dan doa.

Dan seluruhnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu semoga tetap dalam lindungan-Nya dan hidayah-Nya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu yang berjudul **"PERANCANGAN IKLAN TV PADA BRAND BERLIANO DI KOTA YOGYAKARTA"**. Skripsi ini merupakan salah satu bentuk persyaratan kelulusan jenjang Program Sarjana Strata Satu (SI) jurusan Sistem Informasi pada STIMIK AMIKOM Yogyakarta.

Ucapan terima kasih saya ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr.M.Suyanto,MM. Selaku ketua STIMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Bapak Dhanny Ariatmanto,M.Kom.
3. Keluarga dan teman-teman yang telah mendukung hingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, semoga pembuatan skripsi dan iklan TV Berliano ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang Multimedia.

Yogyakarta, 1 Oktober 2016

Ade Rachmat Primasetya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN <i>MOTTO</i>	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian	3
1.4.1 Maksud Penelitian	3
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4

1.5.2 Metode Analisis	4
1.5.3 Metode Perancangan	4
1.5.4 Metode Pengembangan	5
1.5.5 Metode <i>Testing</i>	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Iklan	8
2.2.1 Pengertian Iklan	8
2.2.2 Sejarah Periklanan.....	8
2.2.3 Etika Periklanan	10
2.2.4 Manajemen Periklanan.....	11
2.2.5 Jenis-Jenis Iklan	12
2.2.6 Fungsi-Fungsi Iklan	12
2.2.7 Pengertian <i>Brand</i> /Merek.....	13
2.2.8 Pengertian <i>Live Shoot</i>	14
2.3 Metode Analisis.....	16
2.3.1 Strategi S.O	17
2.3.2 Strategi W.O.....	17
2.3.3 Strategi S.T.....	18
2.3.4 Strategi W.T	18
2.4 Metode Perancangan.....	18

2.4.1 Pra Produksi.....	18
2.5 Metode Pengembangan.....	20
2.5.1 Produksi	20
2.5.2 Pasca Produksi	28
2.6 Metode <i>Testing</i>	31
2.7 Metode Implementasi	31
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	33
3.1 Deskripsi Singkat Perusahaan	33
3.1.1 Visi dan Misi.....	33
3.2 Analisis Masalah	33
3.2.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	35
3.2.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	36
3.2.3 Analisis Kebutuhan Pengguna	38
3.2.4 Analisis Kebutuhan Biaya.....	39
3.3 Studi Kelayakan Sistem.....	39
3.3.1 Kelayakan Teknis.....	39
3.3.2 Kelayakan Operasi/Organisasi	40
3.3.3 Kelayakan Hukum.....	40
3.3.4 Kelayakan Ekonomi	40
3.4 Tahap Pra Produksi.....	41
3.4.1 Ide Iklan Televisi.....	41
3.4.2 Tema Iklan	41

3.4.3 Rancangan Naskah Iklan.....	41
3.4.4 <i>Storyboard</i>	47
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Implementasi	55
4.1.1 Tahap Produksi	55
4.1.2 Perlengkapan Syuting.....	56
4.1.3 Proses Pengambilan Gambar.....	58
4.1.4 Gambar Yang Harus Diambil Ulang.....	59
4.2 Tahap Pasca Produksi.....	60
4.2.1 <i>Editing</i>	60
4.2.2 <i>Render</i>	71
4.2.3 Pengetesan Iklan Berliano.....	72
4.3 Tahapan <i>Media Place</i>	75
4.3.1 RBTv	75
4.3.2 Bukti Penayangan.....	76
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel <i>SWOT</i> Matrik	17
Tabel 3.1 Analisis <i>SWOT</i>	34
Tabel 3.2 Tabel Analisis Kebutuhan Biaya.....	39
Tabel 3.3 <i>Storyboard</i>	48
Tabel 3.4 <i>Storyboard</i> (Lanjutan Tabel 3.3).....	49
Tabel 3.5 <i>Storyboard</i> (Lanjutan Tabel 3.4).....	50
Tabel 3.6 <i>Storyboard</i> (Lanjutan Tabel 3.5).....	51
Tabel 3.7 <i>Storyboard</i> (Lanjutan Tabel 3.6).....	52
Tabel 3.8 <i>Storyboard</i> (Lanjutan Tabel 3.7).....	53
Tabel 3.9 <i>Storyboard</i> (Lanjutan Tabel 3.8).....	54
Tabel 4.1 <i>Quesioner</i> Penilaian Iklan Berliano Untuk Masyarakat Umum	72
Tabel 4.2 <i>Quesioner</i> Penilaian Iklan Berliano Untuk Praktisi Multimedia	73
Tabel 4.3 <i>Quesioner</i> Penilaian Iklan Berliano Untuk Berliano	73
Tabel 4.4 Hasil Penilaian <i>Quesioner</i> Untuk Masyarakat Umum Dari 5 orang.....	74
Tabel 4.5 Hasil Penilaian <i>Quesioner</i> Untuk Praktisi Multimedia Dari 4 Orang.....	74
Tabel 4.6 Hasil Penilaian <i>Quesioner</i> Untuk Berliano 1 Orang.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Storyboard</i> Buku Konsep Dasar Multimedia	20
Gambar 2.2 Gerakan Kamera Dalam Pengambilan Gambar	21
Gambar 3.1 Toko Berliano.....	32
Gambar 4.1 Alur Produksi	55
Gambar 4.2 <i>Camera Canon 650D</i>	56
Gambar 4.3 <i>Tripod</i>	57
Gambar 4.4 <i>MMC dan Card Reader</i>	57
Gambar 4.5 Tampilan Video 01.....	58
Gambar 4.6 Tampilan Video 02.....	58
Gambar 4.7 Tidak Fokus Dan Meleset Pada Obyek.....	59
Gambar 4.8 <i>Unframe Dan Frame</i>	60
Gambar 4.9 Tampilan Awal <i>Adobe Premiere</i>	60
Gambar 4.10 Tampilan Membuat Folder Penyimpanan.....	61
Gambar 4.11 Tampilan Membuat Nama <i>Project</i> Baru	61
Gambar 4.12 Tampilan Membuat <i>Sequence</i> Baru	62
Gambar 4.13 Tampilan Tahap <i>Mengimport</i> File.....	62
Gambar 4.14 Tampilan Memilih File Yang Dipilih.....	63
Gambar 4.15 Tampilan Untuk Memotong Video	63
Gambar 4.16 Tampilan Untuk Membuat <i>Title Text</i> Baru	64
Gambar 4.17 Tampilan Membuat Nama <i>Title</i> Baru.....	64
Gambar 4.18 Tampilan Membuat Nama Berliano	65

Gambar 4.19 Tampilan Membuat <i>Dip To Black</i>	65
Gambar 4.20 Tampilan Membuat <i>Black And White</i>	66
Gambar 4.21 Tampilan Membuat <i>Camera Flash</i>	66
Gambar 4.22 Tampilan Membuat <i>Snipping Tool</i>	67
Gambar 4.23 Tampilan Membuat File Baru <i>Snipping Tool</i>	67
Gambar 4.24 Tampilan Setelah Diseleksi.....	68
Gambar 4.25 Tampilan Menyesuaikan Gambar Dengan <i>Frame</i>	68
Gambar 4.26 Tampilan <i>Mengimport</i> File Berliano.....	69
Gambar 4.27 Tampilan Folder Memilih Logo Berliano	69
Gambar 4.28 Tampilan Memberi <i>Effect Drop Shadow</i>	70
Gambar 4.29 Tampilan Penambahan <i>Effect CC Light Sweep</i>	70
Gambar 4.30 Tampilan Proses <i>Render Video</i>	71
Gambar 4.31 Tampilan Memilih Standar Untuk <i>Render Video</i>	71
Gambar 4.32 Bukti Penanyangan.....	76

INTISARI

"Berliano" sebagai konveksi tas yang lumayan baru, membutuhkan suatu media untuk promosi. Televisi diduga paling efektif untuk promosi sebuah produk ataupun jasa, baik saluran televisi lokal atau saluran televisi nasional. Biaya juga sangat dipertimbangkan untuk memaksimalkan media dan keefisien biaya. Perancangan iklan televisi "Berliano" cukup tergolong sulit karena mengingat pesaing-pesaingnya yang juga mengusung tema fashion bag. Namun "Berliano" mempunyai kelebihan dari yang lain yaitu berupa kualitas kulit asli dan harga yang cukup murah.

Tentu dalam perancangan iklan televisi "Berliano" membutuhkan ketepatan dalam menempatkan frame-ramenya. Dalam pengambilan gambar pada iklan "Berliano" dengan bantuan media rekam karena ini adalah satu-satunya media yang sangat nyata. Unsur dramatisasi yang fungsinya untuk menarik minat atau ajakan melalui iklan televisi, agar penonton tertarik mencobanya.

"Berliano" telah mengupayakan usaha untuk mempromosikan, tetapi hasil yang diharapkan masih belum mencapai target, sehingga pesanan yang diterima kurang melonjak. dengan media televisi diharapkan mampu menarik konsumen lebih luas.

Kata Kunci: Berliano, Iklan Televisi.



ABSTRACT

" Berliano " as convection bag fairly new , requires a medium for promotion . Television allegedly most effective for the promotion of a product or service , both local television channels or national television channels . Costs are also highly considered to maximize media and keefisian costs. The design of television advertising " Berliano " is quite difficult because given competitors who also carries the theme of fashion bag . But " Berliano " has the advantage of others in the form of quality real leather and a fairly cheap price .

Certainly in the design of television advertising " Berliano " requires precision in placing the frame - frame. In the image on the advert " Berliano " with the help of recording media because this is the only medium that is very real. Dramatization element whose function is to attract or solicitation through television advertising , so that the viewers interested to try .

" Berliano " have been pursuing efforts to promote , but the expected results have not yet reached the target , so that orders received less soaring . with the television media is expected to attract a wider consumer .

Keywords : Berliano , Television Ads .

