

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PUSAT KULINER BELUT GODEAN
Studi Kasus: Dinas Pasar Kabupaten Sleman**

SKRIPSI



disusun oleh

Eny Tri Yulianti

10.12.5324

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PUSAT KULINER BELUT GODEAN
Studi Kasus: Dinas Pasar Kabupaten Sleman**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Eny Tri Yulianti

10.12.5324

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PUSAT KULINER BELUT GODEAN
Studi Kasus: Dinas Pasar Kabupaten Sleman**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Evy Tri Yulianti

10.12.5324

telah disetujui oleh dosen pembimbing
pada tanggal 8 Oktober 2014

dosen pembimbing


M. Rudvanto Arief, MT

NIK 190302098

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PUSAT KULINER BELUT GODEAN**

Studi kasus: Dinas Pasar Sleman

yang disusun oleh

Eny Tri Yulianti

10.12.5324

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 Februari 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

M. Rudyanto Arief, MT
NIK. 190302098

Agus Purwanto, M. Kom
NIK. 190302229

Sidiq Wahyu Surya Wijaya, M. Kom
NIK. 190302234

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 April 2015

KETUA STM IK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suvanto, 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 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, 9 Februari 2015

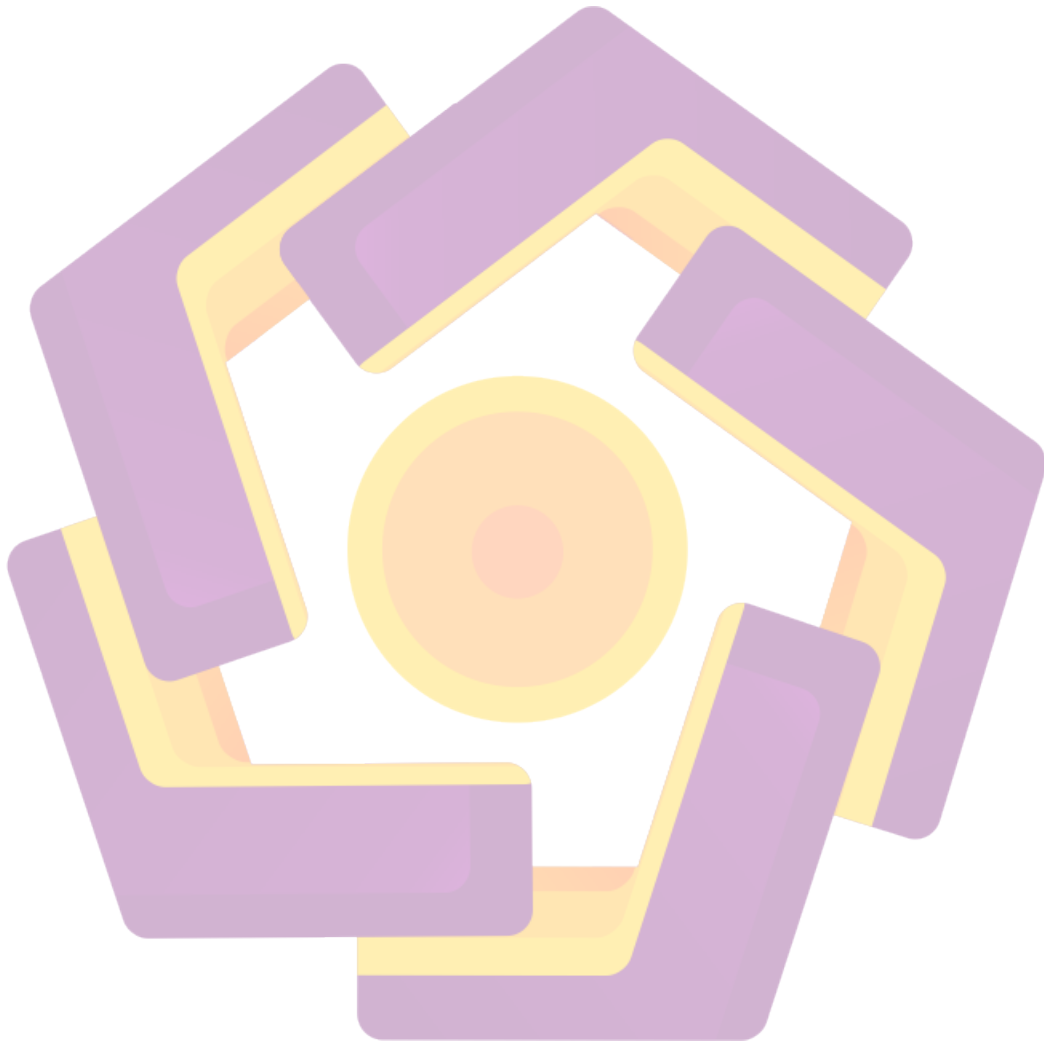


Eny Tri Yulianti

NIM. 10.12.5324

MOTTO

1. Tidak ada kata terlambat untuk belajar.
2. Selalu optimis, sabar, yakin dan tawakal demi kebaikan dimasa depan.



PERSEMBAHAN

Atas selesainya skripsi yang peneliti susun sebagai syarat mencapai derajat S1 jurusan Sistem Informasi ini, maka uraian persembahan kepada:

1. Suami dan anakku yang telah mendukung dan memberikan semangat peneliti untuk belajar dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua dan mertua ku yang selalu mendoakan dan memberikan nasehat.
3. Bapak Rudyanto Arief, MT dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Prof. M. Suyanto, M.M Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta yang memberikan dorongan dan semangat kepada mahasiswa.
5. Bapak Bambang Sudaryanto, Drs, MM Ketua Jurusan Sistem Informasi yang memberikan arahan dan ide kepada mahasiswa.
6. Bapak Tahajudin Sudibyo, Drs Dosen Wali yang memberikan pendampingan kepada mahasiswa.
7. Segenap dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan pengetahuan tentang ilmu Manajemen Informatika dan Komputer.
8. Segenap jajaran Dinas Pasar Kabupaten Sleman dan Asosiasi Pedagang Belut Godean yang membantu dan bekerjasama dalam pembuatan iklan Pusat Kuliner Belut Godean.
9. Mas Aan yang sukarela membantu saat pengambilan gambar.
10. Para sahabatku angkatan 2008, 2009 dan 2010 yang selalu menghibur dan bertukar pikiran.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti skripsi dengan judul Pembuatan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi Pusat Kuliner Belut Godean (Studi kasus: Dinas Pasar Sleman) dapat terselesaikan dengan lancar dan tanpa halangan yang berarti. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar S1 pada jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ucapkan terimakasih yang tulus dan tak terhingga. Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki peneliti, oleh sebab itu saran dan kritik sangat diperlukan.

Yogyakarta, 9 Februari 2015
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PESETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN PERNYATAAN.....	IV
HALAMAN MOTTO.....	V
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	VI
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	VII
HALAMAN DAFTAR ISI.....	VIII
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	XII
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	XIII
HALAMAN LAMPIRAN.....	XIV
HALAMAN INTISARI.....	XV
HALAMAN ABSTRAK.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Masalah.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis.....	6

1.6.3	Metode Perancangan Iklan.....	7
1.6.4	Metode Pengembangan.....	7
1.6.5	Metode Pengetesan Unit.....	8
1.7	SISTEMATIKA PENULISAN.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Konsep Dasar Televisi.....	10
2.1.1	Sejarah Periklanan Televisi.....	10
2.1.2	Pengertian Iklan.....	10
2.2	Pengertian Iklan Televisi.....	11
2.3	Komponen Iklan.....	11
2.4	Jenis-jenis Iklan.....	11
2.5	Manajemen Periklanan.....	12
2.6	Strategi Perancangan Iklan Televisi.....	12
2.7	Penjadwalan Pemasangan Iklan.....	16
2.7.1	Pemilihan Media Yang Tepat.....	17
2.7.2	Aturan Beriklan Di Televisi Lokal.....	18
2.7.3	Keluatan dan Kelemahan Iklan Televisi.....	21
2.8	Pengertian Promosi.....	23
2.9	Tujuan Promosi.....	24
2.10	Pengertian Animasi.....	25
2.11	Dasar Video.....	27
2.12	Teknik Pembidikan Kamera.....	28
2.13	Jenis Penelitian.....	30

2.14 SDLC Multimedia.....	31
---------------------------	----

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

3.1 Analisis.....	33
3.2 Tinjauan Umum.....	33
3.2.1 Sejarah Pusat Kuliner Belut Godean.....	33
3.2.2 Gambaran Umum Sistem Lama.....	34
3.3 Identifikasi Masalah.....	34
3.4 Analisis Kelemahan Sistem.....	35
3.4.1 Analisis SWOT.....	35
3.4.2 Hasil Analisis SWOT.....	37
3.5 Kebutuhan Non Fungsional Sistem.....	38
3.5.1 Aspek <i>Hardware</i>	38
3.5.1 Aspek <i>Software</i>	39
3.5.3 Aspek <i>Brainware</i>	39
3.6 Bahan Produksi.....	40
3.7 Segmentasi Target dan Posisi.....	42
3.8 Penayangan Iklan.....	43
3.9 Study Kelayakan.....	43
3.9.1 Kelayakan Ekonomi.....	43
3.9.2 Kelayakan Operasi / Organisasi.....	48
3.9.3 Kelayakan Hukum.....	48
3.9.4 Kelayakan Jadwal.....	49
3.9.5 Kelayakan Strategi.....	50

3.10	Perancangan Produksi.....	51
3.10.1	Perancangan Ide Cerita.....	52
3.10.2	Perancangan Naskah Cerita.....	52
3.10.3	Perancangan <i>Storyboard</i>	55
BAB IV	PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI	
4.1	Tahap Pembuatan Iklan.....	60
4.2	Produksi Iklan.....	60
4.2.1	Rencana Kegiatan Shooting.....	61
4.2.2	Pengambilan Gambar.....	65
4.3	Tahap Pasca Produksi.....	67
4.3.1	Transfer File.....	68
4.3.2	Editing.....	68
4.3.3	Testing Iklan.....	72
4.4	Perbandingan <i>Liveshoot</i> dengan <i>Action Graphic</i>	74
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Marketing Price List RBTV.....	19
Tabel 3.1 Kebutuhan Hardware.....	39
Tabel 3.2 Kebutuhan Software.....	40
Tabel 3.3 Kebutuhan Brainware.....	41
Tabel 3.4 Traffic Iklan RBTV.....	43
Tabel 3.5 Rincian Biaya Produksi.....	44
Tabel 3.6 Rincian Biaya dan Manfaat.....	44
Tabel 3.7 Nilai NPV Asumsi diskonto 10%	47
Tabel 3.8 Analisis Kelayakan Operasi.....	48
Tabel 3.9 Kelayakan Hukum.....	49
Tabel 3.10 Kelayakan Penjadwalan.....	49
Tabel 3.11 Kelayakan Strategi.....	50
Tabel 3.12 Rancangan Storyboard.....	55
Tabel 4.1 Hasil Uji.....	73
Tabel 4.2 Perbandingan Liveshoot dengan Motion Graphic.....	74

DAFTAR GAMBAR

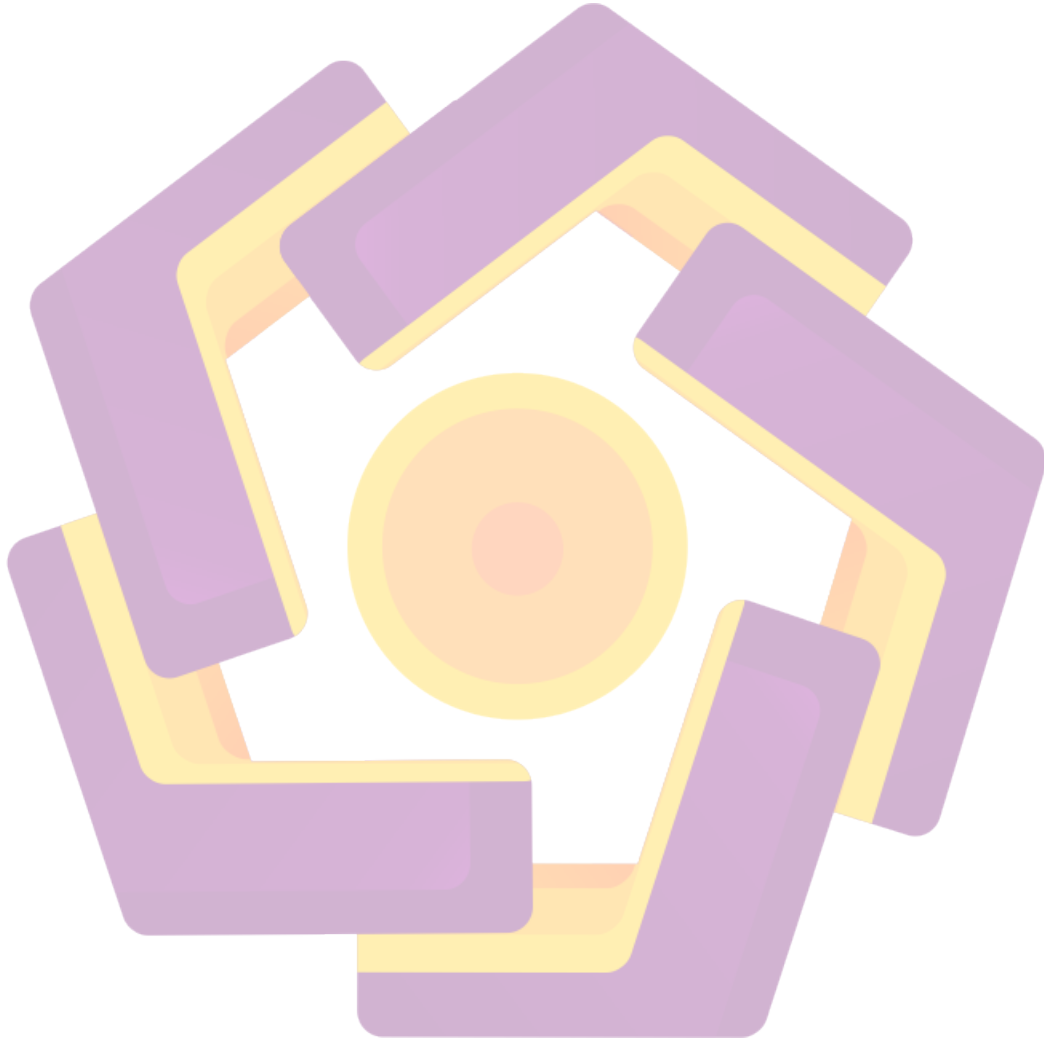
	Halaman
Gambar 2.1 Pengembangan Multimedia.....	32
Gambar 4.1 Struktur Tahap Pembuatan Iklan.....	60
Gambar 4.2 Papan Nama.....	66
Gambar 4.3 Halaman Parkir.....	66
Gambar 4.4 Keripik Belut.....	66
Gambar 4.5 Tahap Produksi.....	67
Gambar 4.6 File Video dari Kamera.....	68
Gambar 4.7 Isi Folder Belut.....	69
Gambar 4.8 Tampilan New Project.....	69
Gambar 4.9 Tampilan Sequence.....	70
Gambar 4.10 Import File.....	70
Gambar 4.11 Folder New Bin.....	70
Gambar 4.12 Timeline.....	71
Gambar 4.13 Menu Tool.....	71
Gambar 4.14 Tampilan Jendela Export.....	71
Gambar 4.15 Tampilan Proses Export.....	72
Gambar 4.16 File Hasil Export.....	72
Gambar 4.17 Uji Iklan.....	73

LAMPIRAN

Lampiran 1 Price List Iklan RBTV

Lampiran 2 Bukti Sewa Peralatan Shooting

Lampiran 3 Uji iklan



INTISARI

Pusat Kuliner Belut Godean yang dikelola oleh Dinas Pasar Kabupaten Sleman masih perlu banyak promosi untuk memperkenalkan kepada masyarakat DIY dan sekitarnya tentang potensi wilayah Godean sebagai sentra oleh-oleh olahan dari belut yang menjadi makanan khas Godean itu sendiri. Karena selama ini yang dilakukan Dinas Pasar hanya sebatas menyediakan tempat untuk menampung pedagang tetapi belum menyiapkan aspek penunjang promosi.

Pada skripsi ini peneliti mencoba memberika refrensi kepada Dinas Pasar Kabupaten Sleman untuk iklan televisi Pusat Kuliner Belut Godean sebagai media promosi. Karena iklan televisi merupaka iklan yang efektif dan menarik untuk penyampaian informasi dengan jangkauan yang lebih luas.

Hasil akhir dari iklan yang dirancang peneliti berbentuk video dengan menampilkan lokasi Pusat Kuliner Belut Godean. Untuk penayangannya ditelevisi maka peneliti menyarankan agar Dinas Pasar Kabupaten Sleman memilih jam penayangan yang tepat agar segmen pasar bisa tercapai.

Kata Kunci: Pusat Kuliner Belut Godean, media promosi, iklan televisi.

ABSTRACT

Culinary Center Godean Eels managed by the Market Office of Sleman still needs a lot of promotion to introduce to the DIY and surrounding communities about the potential of the region as a center Godean souvenirs of eel processed into typical food Godean itself . Because of all this is done only to the extent Office Market provides a place for traders , but has not set up to accommodate the supporting aspects of the promotion .

In this thesis, the researcher tried gives reference to the Market Office of Sleman on television advertising Culinary Center Eels Godean as a media campaign . Because television commercials advertising be an effective and attractive for the delivery of information to a wider range .

The end result of ads designed by researchers in the form of video display locations Eels Godean Culinary Center . For broadcast on television , the researchers suggested that the Market Office hours Sleman choose the right exposure that market segment can be achieved .

Keyword: *Eels Godean Culinary Center , media campaigns , television commercials*

