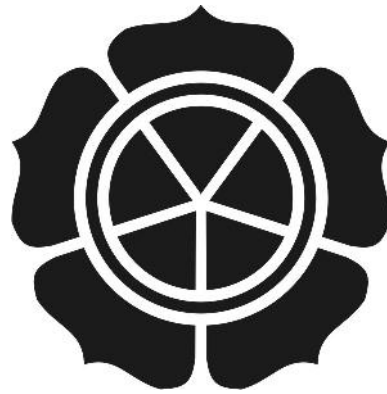


**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA  
CHOCOLATE MONGGO**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Dade Rahmat Prayogi**

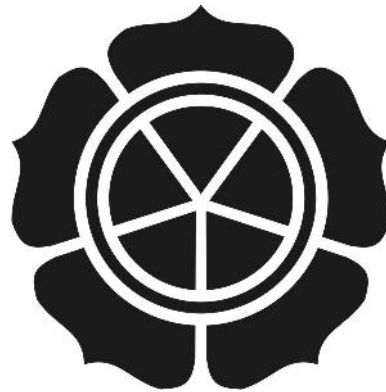
**09.12.4293**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2016**

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA  
CHOCOLATE MONGGO**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Dade Rahmat Prayogi**

**09.12.4293**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2016**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PADA CHOCOLATE MONGGO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Dade Rahmat Prayogi**

**09.12.4293**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 24 Mei 2013

**Dosen Pembimbing**



**Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng**

**NIK. 190302105**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PADA CHOCOLATE MONGGO**

yang disusun oleh

**Dade Rahmat Prayogi**

**09.12.4293**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 Oktober 2015

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Kusnawi, S.Kom, M.Eng**  
**NIK. 190302112**

**Mei P 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 29 Februari 2016

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**



**Prof. Dr. M. Suyanto, 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, 29 Februari 2016



Dade Rahmat Prayogi

NIM. 09.12.4293

## MOTTO

*”Padi tumbuh tidak berisik dan semakin tinggi ia merunduk”*

*”Kerja Keras tak pernah ingkar janji..”*



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, Skripsi yang telah terselesaikan, dipersembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua, Bapak Wandi Sunardi dan Ibu Lely Marce Margareta, yang selalu membimbing dan mendo'akan, serta selalu menjadi sumber inspirasi dan penyemangat. Semoga kita selalu dalam lindungan NYA.
2. Keluarga Besar yang ada di Bekasi dan Yogyakarta atas segala dukungan yang telah diberikan dalam berbagai kondisi. Semoga kita semua selalu dalam lindungan NYA.
3. Bapak Melwin Syafrizal terima kasih telah sabar membimbing dan memberikan ilmunya.
4. Diyah Hamdiyah atas segala kebaikan, kesabaran dan motivasi nya dalam berbagai kondisi. Terima kasih telah berperan dibelakang layar ☺, Let's count more years !
5. SHOCKING TEAM, terima kasih sudah melewati 5 tahun yang luar biasa, senang bisa kenal dan berkarya bersama kalian. Semoga selalu saling menjaga dan mengingatkan.  
Especially: (Catur Wahyu Karina, Okta Ichsan Prarindra, Annur Anggun Pribadi, Arif Nuri Perdana, Mohammad Johan Firdaus, Indrawan )
6. Adi B Slamet aka Mamet partner in crime.
7. Terima kasih untuk seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung, yang tidak bisa saya sebutkan semuanya, semoga apa yang telah dilakukan dibalas dengan kebaikan.

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas segala nikmat, karunia, rahmat, serta hidayahnya. Sholawat serta salam tak lupa hamba haturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kemajuan besar kepada umat manusia di dunia. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Perancangan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi Pada Chocolate Monggo”

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

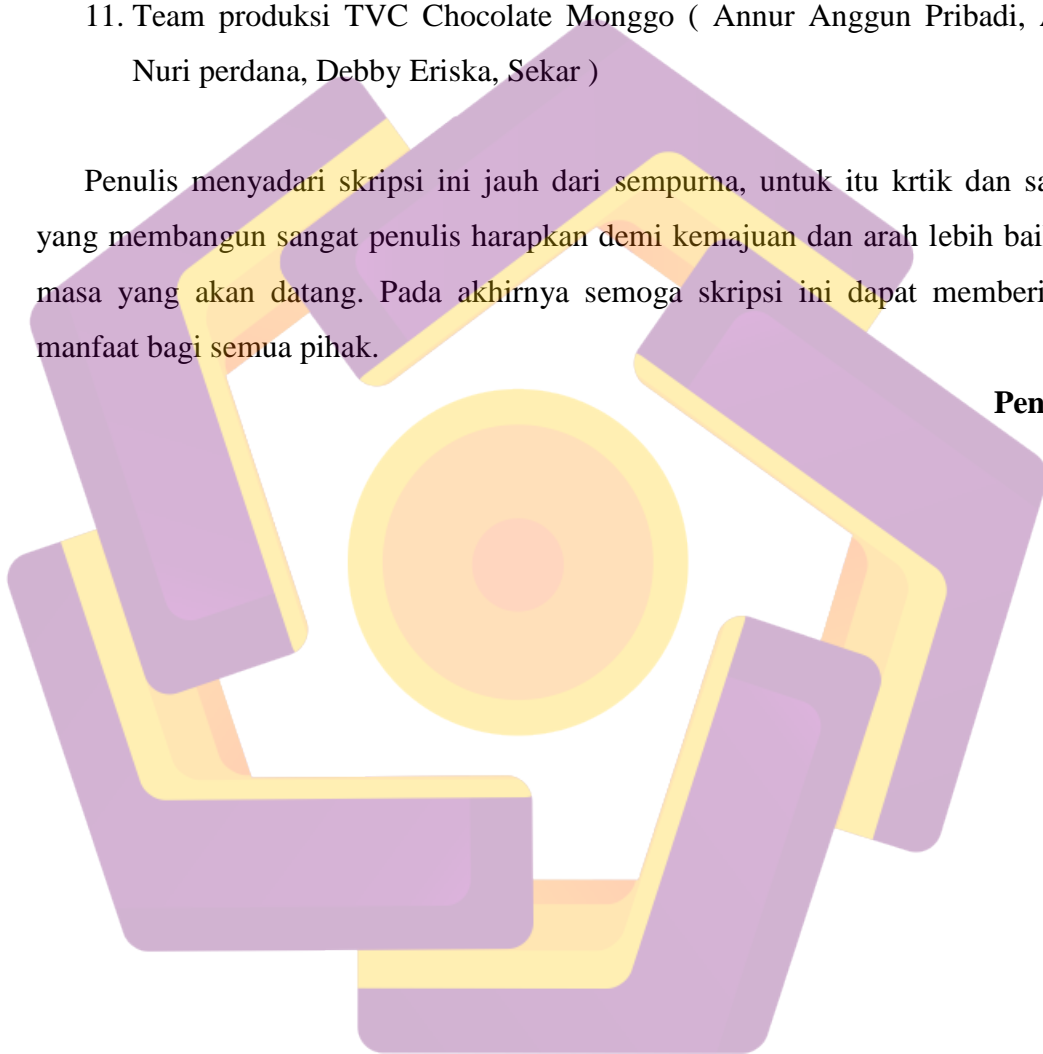
1. Bapak Wandi Sunardi dan Ibu Lely Marce Margareta sebagai orang tua yang selalu memberikan do'a dan dukungan baik moril maupun materil.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Suyanto, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan, arahan, dan motivasi kepada penulis.
4. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, M.M selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
5. Bapak Kusnawi, S.Kom, M.Eng dan Mei P Kurniawan, M.Kom selaku Dosen Penguji.
6. Segenap dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya selama kuliah.
7. Bapak Thierry Detourney selaku Owner dan Founder Chocolate Monggo.
8. Fitri Susanti beserta Team HR & GA dan Team Branding Chocolate Monggo.



9. Gardika Gigih Pradipta terima kasih telah memberikan izin untuk lagu Pagi di Borobudur yang digunakan sebagai ilustrasi musik pada TVC Chocolate Monggo.
10. Rizal Kasim dan Agus Makkie yang telah memberikan komentar pada TVC Chocolate Monggo.
11. Team produksi TVC Chocolate Monggo ( Annur Anggun Pribadi, Arif Nuri perdana, Debby Eriska, Sekar )

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kemajuan dan arah lebih baik di masa yang akan datang. Pada akhirnya semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

**Penulis**



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
INTISARI .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
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 Metode Penelitian .....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	3
1.6.1.1 Metode Kepustakaan ( <i>Library</i> ) .....	4
1.6.1.2 Metode Wawancara ( <i>Interview</i> ) .....	4
1.6.1.3 Metode Observasi ( <i>Observation</i> ) .....	4
1.6.1.4 Metode Studi Literatur .....	4
1.6.2 Metode Perancangan .....	5
1.6.3 Metode Pengembangan .....	5

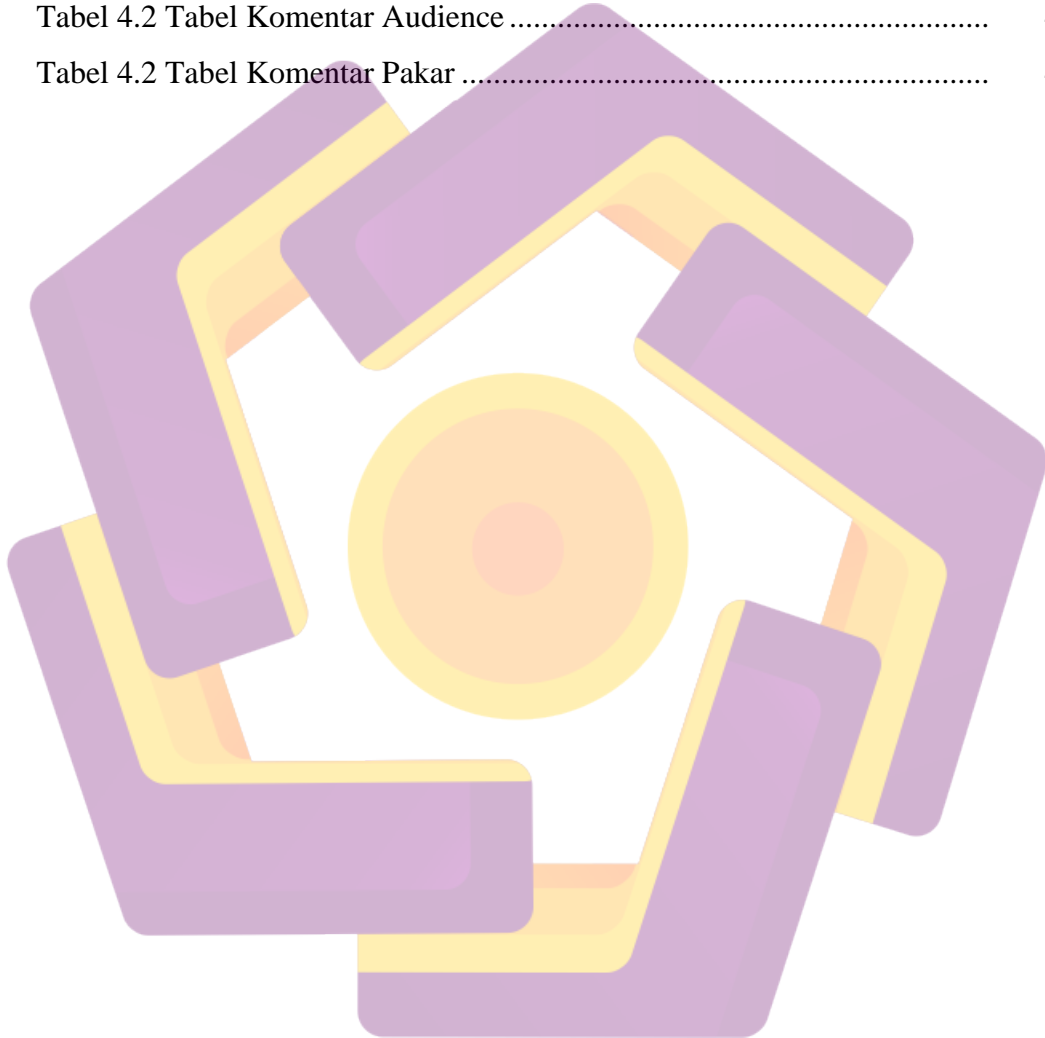
1.6.4	Metode Testing .....	5
1.7	Sistematika Penulisan .....	5
1.8	Jadwal Kegiatan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>		<b>8</b>
2.1	Tinjauan Pustaka .....	8
2.2	Konsep Iklan .....	9
2.2.1	Sejarah Iklan Televisi .....	9
2.2.2	Manajem Periklanan .....	9
2.3	Proses Produksi Iklan Televisi .....	10
2.3.1	Pra Produksi .....	10
2.3.2	Produksi .....	11
2.3.3	Paska Produksi .....	12
2.4	Gaya Eksekusi Pesan Iklan Televisi .....	13
2.5	Brief .....	14
2.5.1	Brand Review .....	14
2.5.2	Communication Objective .....	14
2.5.3	Consumer's Insight .....	14
2.5.4	What To Say .....	14
2.6	Creative Idea .....	15
2.7	Story Line .....	15
2.8	Tone and Manner .....	15
2.9	Copywriting .....	15
2.10	Storyboard .....	16
2.11	Sinematografi .....	16
2.12	Point Of Contact .....	17
2.13	Director's Shooting Board .....	17
2.14	Pre-Production Meeting (PPM) .....	17
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>18</b>
3.1	Brand Review .....	18
3.1.1	Sejarah Chocolate Monggo .....	18

3.2	What To Say .....	20
3.3	Creative Idea .....	21
3.4	Story Line.....	21
3.5	Tone and Manner .....	21
3.6	Copywritting .....	22
3.7	Gaya Eksekusi Iklan .....	22
3.8	Key Fact .....	22
3.8.1	Latar Belakang Hadirnya Coklat Monggo.....	22
3.8.2	Perilaku Pembelian Konsumen.....	22
3.8.3	Presepsi Konsumen Terhadap Coklat Monggo.....	22
3.8.4	Informasi Produk .....	23
3.8.5	Varian Produk.....	23
3.8.6	Distribusi Produk .....	23
3.8.7	Event yang Diikuti.....	23
3.8.8	Promosi yang Pernah Dilakukan.....	23
3.8.9	Tujuan Periklanan .....	23
3.8.10	Permasalahan Periklanan .....	24
3.8.11	Target Audience.....	24
3.8.12	Profil dan Insight Consumer.....	24
3.8.13	Positioning Produk di Benak TA .....	24
3.8.14	Orientasi Strategi .....	24
3.9	Studi Kelayakan Sistem .....	25
3.10	Point Of Contact .....	25
3.11	Director's Shooting Board .....	27
3.11.1	Talent .....	27
3.11.2	Lokasi Shooting .....	28
3.11.3	Wardrobe.....	29
3.11.4	Property.....	30
3.11.5	Peralatan <i>Shooting</i> .....	30
3.11.6	Team Produksi .....	31
3.11.7	Storyboard.....	31

3.12	Final Production Meeting (PPM).....	31
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>33</b>
4.1	Proses Produksi .....	33
4.1.1	Pengambilan Gambar .....	33
4.1.2	Production Report .....	34
4.2	Tahap Paska Produksi .....	35
4.2.1	Manajemen File .....	36
4.2.2	Editing .....	37
4.2.3	Editing Musik.....	44
4.2.4	Penambahan Teks .....	45
4.2.5	Rendering .....	46
4.2.6	Hasil Akhir Editing .....	46
4.2.7	Komentar <i>Audience</i> .....	47
4.2.8	Komentar Pakar .....	48
4.2.9	Uji Iklan .....	50
<b>BAB V .....</b>		<b>53</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>53</b>
5.1	Kesimpulan .....	53
5.2	Saran .....	53
<b>Daftar Pustaka.....</b>		<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Jadwal Pelaksanaan Kegiatan .....	7
Tabel 3.1 Tabel Peralatan Shooting .....	30
Tabel 4.1 Tabel Production Report .....	35
Tabel 4.2 Tabel Komentar Audience .....	48
Tabel 4.2 Tabel Komentar Pakar .....	49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Manajemen Periklanan .....	10
Gambar 2.2	Proses Pra Produksi.....	11
Gambar 2.3	Produksi .....	12
Gambar 2.4	Paska Produksi .....	13
Gambar 3.1	Chocolate Monggo.....	20
Gambar 3.2	Point Of Contact .....	26
Gambar 3.3	Pemeran Utama .....	27
Gambar 3.4	Pemeran Pembantu.....	28
Gambar 3.5	Lokasi Shooting .....	29
Gambar 3.6	Kostum .....	29
Gambar 3.7	Property .....	30
Gambar 3.8	Final Production Meeting .....	32
Gambar 4.1	Diagram Alur Produksi .....	33
Gambar 4.2	Pengambilan Gambar .....	34
Gambar 4.3	Diagram Alur Paska Produksi.....	36
Gambar 4.4	Manajemen File .....	37
Gambar 4.5	Pengaturan Ukuran Video.....	37
Gambar 4.6	Tampilan Edius 6 .....	38
Gambar 4.7	Pembuatan Sequence .....	39
Gambar 4.8	File di Import .....	40
Gambar 4.9	Jendela Timeline .....	41
Gambar 4.10	Ungroup .....	41
Gambar 4.11	Pemilihan Color Balance .....	42
Gambar 4.12	Coloring .....	43
Gambar 4.13	Gambar Sebelum dilakukan Coloring.....	43
Gambar 4.14	Gambar Setelah dilakukan Coloring.....	44
Gambar 4.15	Editing Musik.....	44
Gambar 4.16	Penambahan Teks .....	45
Gambar 4.17	Logo Chocolate Monggo .....	45

Gambar 4.18	Rendering .....	46
Gambar 4.19	Hasil Akhir TVC.....	47
Gambar 4.20	Presentasi Dengan Pihak Chocolate Monggo .....	50
Gambar 4.21	Penilaian TVC Oleh Pihak Chocolate Monggo .....	51





## INTISARI

Coklat Monggo merupakan produk coklat dari Perusahaan Anugrah Mulia yang berdiri sejak Tahun 2005. Perusahaan ini bergerak di bidang kuliner ,dengan menyajikan berbagai pilihan rasa.

Media promosi yang digunakan sebelumnya hanya melalui media cetak, media social, dan website. Agar lebih dikenal oleh masyarakat dan bertambahnya konsumen, Coklat Monggo harus lebih berinovasi dalam melakukan promosi .

Pada skripsi ini, Penulis mencoba untuk melakukan pengamatan melalui berbagai metode pengumpulan data agar iklan televisi yang diproduksi Sesuai dengan keadaan Saat ini. Iklan televisi merupakan pilihan yang tepat karena jangkauan nya yang luas untuk menginformasikan sebuah produk. Iklan televisi yang akan di produksi mengandalkan concept yang kreatif.

**Kata Kunci:** Periklanan, iklan televisi, media informasi, chocolate monggo, promosi.



## **ABSTRACT**

*Mongo Chocolatae is chocolate products from Anugrah Mulia company. were established since 2005. The company is engages in the culinary field, by presenting a wide selection of flavors.*

*The promotional media used previously only through print media, social media, and website. Better known by the public increasing consumer chocolate Monggo should more innovation in the promotion.*

*In this thesis the author trying to make observations through a variety of data collection methods. Television ads are in production consistent with these times, television advertising is an option right for range broad to inform a product. The television ads will be in production a hold of the creative concept.*

**Keyword:** *Advertising, television advertising, media of information, chocolate monggo, promotion.*

