

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA KEBUN BUAH  
NAGA SABILA FARM YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Muhammad Yasda Nashiir**

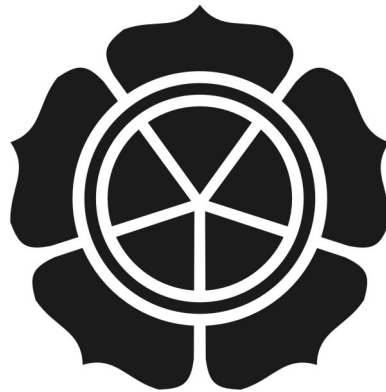
**08.12.2914**

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

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA KEBUN BUAH  
NAGA SABILA FARM YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Muhammad Yasda Nashiir**

**08.12.2914**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA KEBUN  
NAGA SABILA FARM YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Muhammad Yasda Nashiir**

**08.12.2914**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 5 Mei 2015

**Dosen Pembimbing,**



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

**NIK. 190302105**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA KEBUN  
NAGA SABILA FARM YOGYAKARTA**

yang disusun oleh

**Muhammad Yasda Nashiir**  
08.12.2914

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 18 Mei 2015

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Akhmad Dahlan, M.Kom.  
NIK. 190302174



Amir Fatah Sofvan, ST., M.Kom.  
NIK. 190302047



Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng.  
NIK. 190302105

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 28 Mei 2015

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**



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

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain dengan tujuan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang sepengetahuan saya di dalam skripsi ini 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.

Yogyakarta, 20 Mei 2015

METERAI  
TEMPER

BE9D5ADF19983545

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Munawwar Rasua Nashir

NIM. 08.12.2914

**MOTTO**

**“BELAJAR DARI MASA LALU, HIDUP UNTUK SEKARANG,  
BERENCANA UNTUK MASA DEPAN”**

**-Mc Yasda-**



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan bantuan dari beberapa pihak. Untuk itu skripsi ini saya persembahkan dengan rasa terimakasih yang besar kepada :

- ALLAH SWT yang telah mengabulkan semua doa saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Alhamdulillah.
- Kedua orang tua super saya Bapak Bambang Eko Pitoyo dan Ibu Siti Saodah, dan juga kakak saya Annaas Nur Afra. Terima kasih karena telah memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan moral maupun materiil, I LOVE YOU FULL.
- Seseorang yang telah menyalakan lentera jiwaku.
- Keluarga besar STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, motivasi dan masukan yang sangat membantu saya selama pengerjaan skripsi ini.
- Bapak Ir. Gun Soetopo, selaku manager dan segenap jajaran pengurus beserta karyawan Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta yang telah mengizinkan dan membantu dalam pembuatan skripsi ini.
- Keluarga besar serta teman seperjuangan dan sependertaan SI-C-2008, sukses selalu untuk kita semua. Terima kasih atas pengalaman dan kebersamaannya.

- Keluarga besar Kaliurang Penak (Reza, Taufiq, Arfi) yang telah banyak membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
- Keluarga besar Kampung 6 Demen (Cahyo & Ican) yang sudah berbaik hati meminjamkan alat-alat penunjang skripsi ini. Suwun dulur.
- Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu baik dukungan moril, tenaga dan pikiran tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.





## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puja dan puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Tak lupa pula shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan semua inspirasi hidup kepada semua umat.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan Program Strata Satu Sistem Informasi di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada :

- Bapak Prof. Dr. H. M. Suyanto, M.M., selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- Bapak Drs. Bambang Sudaryanto, M.M., selaku ketua jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng., selaku dosen pembimbing skripsi.

- Bapak dan Ibu Dosen, selaku staff pengajar pada STMIK AMIKOM Yogyakarta, yang telah membimbing dan memberi ilmu pengetahuan kepada penulis selama ini.
- Semua yang pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Syukron Katsiron.

Penyusunan skripsi ini diharapkan bermanfaat bagi media promosi Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta. Kekurangan dan ketidaksempurnaan akan selalu ada. Maka dari itu saran dan kritik yang membangun sangat membantu untuk melengkapi dan menyempurnakan media interaktif ini.

Akhir kata, penulis ingin ingin berterima kasih kepada pihak pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, serta jika terdapat salah dalam kata dan penyusunan, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Terima kasih.

Yogyakarta, 20 Mei 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
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
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6.1 Metode Observasi.....	3
1.6.2 Metode Wawancara.....	3
1.6.3 Metode Kepustakaan.....	4

1.7	Sistematika Penulisan Laporan .....	4
1.8	Jadwal Kegiatan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....		6
2.1	Tinjauan Pustaka .....	6
2.1.1	Persamaan .....	6
2.1.2	Perbedaan (milik penulis) .....	7
2.2	Konsep Dasar Multimedia.....	7
2.2.1	Pengertian Multimedia .....	7
2.2.2	Objek-Objek Multimedia .....	8
2.3	Periklanan.....	9
2.3.1	Iklan Televisi.....	9
2.3.2	Sejarah Iklan Televisi.....	10
2.3.3	Jenis-Jenis Iklan Televisi .....	10
2.3.4	Manajemen Periklanan .....	11
2.3.5	Tujuan Periklanan .....	12
2.3.6	Kelebihan Iklan Televisi .....	14
2.3.7	Kelemahan Iklan Televisi .....	14
2.4	Strategi Perancangan Iklan Televisi.....	15
2.4.1	Strategi Menetapkan Audien Sasaran .....	15
2.4.2	Strategi Pembidikan Pasar dan Penentuan Posisi.....	15
2.4.3	Strategi Mencari Keunggulan Produk.....	16
2.4.4	Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi .....	16
2.4.5	Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi.....	16

2.4.6	Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan Televisi.....	16
2.4.7	Strategi Merancang Slogan, Logo, dan Simbol Dalam Eksekusi Pesan Iklan Televisi .....	17
2.4.8	Strategi Merancang Naskah dan Storyboard Iklan Televisi.....	17
2.4.9	Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	17
2.5	Sistem Televisi Dunia .....	19
2.5.1	NTSC (Nasional Television Standars Comitte).....	19
2.5.2	PAL (Phase Alternate Line).....	19
2.5.3	SECAM (Sqquential Colour and Memory System).....	19
2.5.4	HDTV (High Definition Television).....	19
2.6	Format File Video .....	20
2.6.1	Quick Time (MOV).....	20
2.6.2	Motion Picture Experts Group (MPEG) .....	20
2.6.3	Audio Video Interleave (AVI) .....	21
2.6.4	Format Real Video .....	21
2.7	Teknik Menggunakan Kamera.....	22
2.7.1	<i>Zooming [In/out]</i> .....	22
2.7.2	<i>Panning [Right/Left]</i> .....	22
2.7.3	<i>Tilting [Up/Down]</i> .....	22
2.7.4	<i>Dolly [In/Out]</i> .....	22
2.8	Teknik Pengambilan Gambar.....	22
2.8.1	<i>Extreem Close-up [ECU]</i> .....	23
2.8.2	<i>Big Cloe-up [BCU]</i> .....	23

2.8.3	<i>Close-up [CU]</i> .....	23
2.8.4	<i>Medium Close-up [MCU]</i> .....	23
2.8.5	<i>Mid Shoot [MS]</i> .....	23
2.8.6	<i>Kneel Shoot [KS]</i> .....	23
2.8.7	<i>Full Shoot [FS]</i> .....	23
2.8.8	<i>Long Shoot [LS]</i> .....	24
2.8.9	<i>Extreme Long Shoot [ELS]</i> .....	24
2.9	Perangkat Multimedia Yang Digunakan.....	24
2.9.1	Abode Premiere Pro CS3 .....	24
2.9.2	Adobe Photoshop CS3 .....	25
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN</b> .....		26
3.1	Tinjauan Umum.....	26
3.1.1	Gambaran Umum Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta .....	26
3.1.2	Visi Dan Misi Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta .....	27
3.2	Identifikasi masalah .....	27
3.3	Analisis SWOT .....	28
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem .....	30
3.4.1	Aspek Perangkat Keras (Hardware).....	30
3.4.2	Aspek Perangkat Lunak (Software) .....	32
3.4.3	Aspek Sumber Daya Manusia (Brainware).....	32
3.5	Rincian Anggaran Biaya Produksi Iklan.....	33
3.6	Perancangan Sistem .....	34
3.6.1	Tahap Pra Produksi .....	34

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....	46
4.1    Produksi Iklan .....	46
4.1.1    Kegiatan Shooting.....	46
4.1.2    Direction.....	48
4.1.3    Camera Production.....	48
4.2    Tahap Pasca Produksi .....	49
4.2.1    Mengcapture / Transfer Video .....	49
4.2.2    Convert Video .....	50
4.2.3    Editing.....	51
4.3    Pembuatan Master dan Copies.....	64
4.4    Hasil Akhir Editing.....	67
4.5    Pengujian Sistem.....	70
4.5.1    Uji Kuisisioner.....	71
4.5.2    Hasil Tanggapan User.....	71
4.6    Media Penyampaian Iklan.....	74
4.6.1    Jangkauan Media.....	74
4.6.2    Biaya Pemasangan Iklan.....	75
BAB V PENUTUP.....	75
5.1    Kesimpulan .....	75
5.2    Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	xx

## DAFTAR TABEL

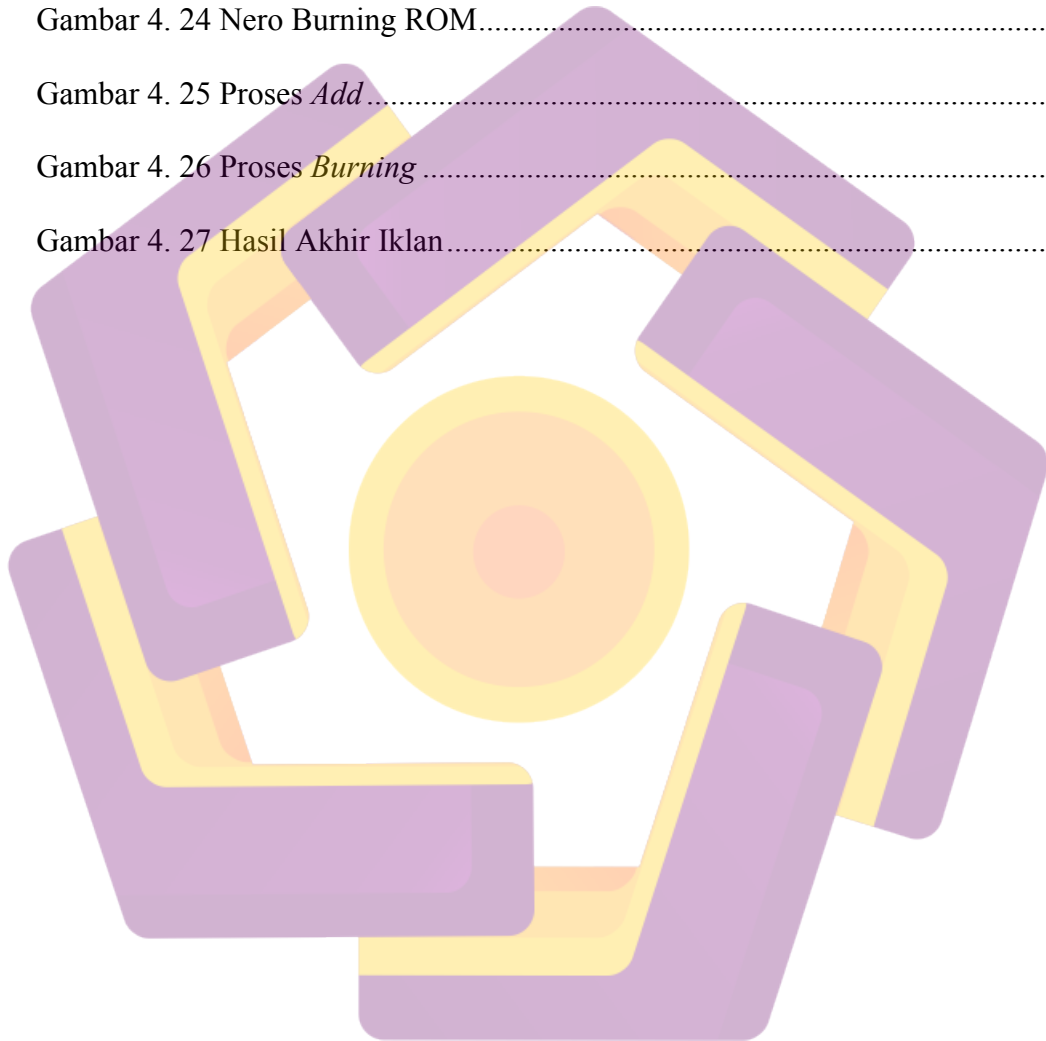
Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan .....	5
Tabel 3. 1 Analisis SWOT .....	29
Tabel 3. 2 Peralatan Shooting .....	31
Tabel 3. 3 Peralatan Editing .....	31
Tabel 3. 4 Aspek Software .....	32
Tabel 3. 5 Aspek Brainware .....	33
Tabel 3. 6 Biaya Produksi Iklan .....	34
Tabel 3. 7 Perencanaan Jadwal Shooting .....	38
Tabel 3. 8 Rancangan Storyboard .....	41
Tabel 4. 1 Laporan Kegiatan Shooting .....	46
Tabel 4. 2 Hasil Tanggapan User .....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Manajemen Periklanan .....	12
Gambar 2. 2 Adobe Premiere Pro CS3 .....	25
Gambar 2. 3 Adobe Photoshop CS3 .....	26
Gambar 4. 1 Pasca Produksi Iklan .....	49
Gambar 4. 2 Isi Folder Video Skripsi .....	50
Gambar 4. 3 Xilisoft Video Converter.....	51
Gambar 4. 4 Tampilan Desktop <i>Adobe Premier Pro CS3</i> .....	52
Gambar 4. 5 Welcome <i>Adobe Premier Pro CS3</i> .....	52
Gambar 4. 6 Setting Project .....	53
Gambar 4. 7 Halaman Utama <i>Adobe Premier Pro CS3</i> .....	53
Gambar 4. 8 Import File.....	54
Gambar 4. 9 Halaman Utama Setelah <i>Import File</i> .....	55
Gambar 4. 10 Drag Footage .....	56
Gambar 4. 11 Letak <i>Razor Tool</i> .....	57
Gambar 4. 12 Jendela <i>Timeline</i> .....	57
Gambar 4. 13 Memotong Clip .....	58
Gambar 4. 14 Menghapus Clip .....	58
Gambar 4. 15 <i>Effect Panel</i> .....	59
Gambar 4. 16 Expand Effect Panel .....	59
Gambar 4. 17 Transition <i>Timeline</i> .....	60
Gambar 4. 18 Import Audio ke <i>Timeline</i> .....	60
Gambar 4. 19 Window Title Editor .....	61

Gambar 4. 20 <i>Timeline Video 2</i> .....	62
Gambar 4. 21 Setting Export.....	63
Gambar 4. 22 Tampilan <i>Setting Export</i> .....	63
Gambar 4. 23 Proses <i>Rendering</i> .....	64
Gambar 4. 24 Nero Burning ROM.....	65
Gambar 4. 25 Proses <i>Add</i> .....	66
Gambar 4. 26 Proses <i>Burning</i> .....	67
Gambar 4. 27 Hasil Akhir Iklan.....	70



## INTISARI

Perkembangan teknologi khususnya dalam bidang iklan menekankan pada suatu inovasi baru untuk membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi secara cepat dan mudah. Sebuah perusahaan harus mampu membuat pelayanan informasi dan promosi baik untuk menarik konsumen, disampaikan dengan menarik. Penelitian ini dimaksudkan untuk mempromosikan Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta dalam bentuk iklan.

Metode yang digunakan adalah kualitatif, dengan pendekatan terhadap teori periklanan. Metode analisis yang digunakan adalah model aliran dari analisis. Teknik ini memiliki proses analisa antara lain: (1) Mengidentifikasi dan menyeleksi data yang sudah diperoleh, dokumentasi maupun data tertulis. (2) Data yang sudah diperoleh kemudian dipaparkan dan analisis. (3) Setelah analisis dilakukan kemudian disimpulkan. Sumber data dalam penelitian ini adalah : (1) Pembuatan iklan televisi pada kebun buah naga "Sabila Farm" Yogyakarta (2) Responden kunci dari kru produksi iklan tersebut (3) Catatan hasil observasi peneliti.

Proses produksi iklan memang membutuhkan persiapan yang matang dan kuat untuk menghasilkan sebuah iklan yang baik. Pertahanan terhadap ide kreatif untuk iklan harus lebih kuat, sehingga kemurnian ide kreatif tersebut dapat terjaga.

**Kata Kunci** : iklan, model aliran dari analisis

## **ABSTRACT**

*Technological developments, especially in the field of advertising emphasis on a new innovation to help people in getting information quickly and easily. A company must be able to make information services and promotions to attract consumers. delivered by pulling. This study is intended to promote Sabila Dragon Fruit Farm Garden Yogyakarta in the form of advertising.*

*The method used was qualitative, with the approach to the theory of advertising. Analytical methods used were flow model of analysis. This technique has the analysis process include: (1) Identify and select data that has been obtained, documentation and data is written. (2) The data was obtained is then presented and analysis. (3) After the analysis is done later concluded. Sources of data in this study are : (1) Making of television advertising on dragon fruit orchard "Sabila Farm" Yogyakarta. (2) The key of the ad production crew. (3) Record observations of researchers.*

*Advertising production process does require preparation and strong to produce a good ad. Defense against creative ideas for advertising should be more robust, so that the purity of creative ideas can be maintained.*

**Keywords** : advertising, flow model of analysis