

BAB VI

PROYEK IKLAN TV NOKIA 8250

6. PROYEKIKLAN TV NOKIA 8250 "Citra Pesona Biru"

6.1 Pengetian Iklan TV Nokia 8250 "Citra Pesona Biru"

Iklan TV adalah sebuah berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan, pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang didalam media elektronik yang menampilkan baik visual dan audio.

Sedangkan iklan TV Nokia 8250 "Citra pesona Biru" adalah pemberitahuan kepada masyarakat bahwa Nokia mengeluarkan produk terbarunya yang menggunakan teknologi *blue screen*

6.2 Fungsi Tklan TV Nokia 8250 "Citra Pesona Biru"

Agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat cepat dan tepat atau dapat diketahui secara luas seluruh lapisan masyarakat tanpa ada yang terlewat yang dimana masyarakat mengetahui tentang produk Nokia 8250

6.3 Target Konsumen Iklan TV Nokia 8250 "Citra Pesona Biru"

Targetnya adalah orang muda baik pria maupun wanita, terutama kelas menengah keatas.yang berani mengekspresikan karakter pribadinya.

6,4 Hustrasi Visual

Interior

Suasana dalam club dengan background suara musik , tampak kerumunan orang berdiri ditengah ruangan sambil bercakap - cakap dan bersenda gurau mencoba untuk membaur dengan suasana, kesibukan para *waiters* juga terasa dalam ruangan tersebut , mereka sibuk melayani pesanan **dari** para tamu. Ditengah - tengah kesibukan dan keramaian itu kemudian masuk seorang wanita

menggunakan pakaian serba biru, Wanita tersebut melangkah kedalam dengan penuh percaya diri melewati kerumunan orang-orang yang tidak memperdulikan kedatangannya. Ia terus berjalan melewati meja bar dan terus berjalan sampai pada pojok ruangan ketnudian ia bersandar di tembok sambil memperhatikan sekitarnya, dan masih saja tidak ada yang menghiraukan kehadirannya, sampai dengan akhirnya wanita tersebut menggunakan Nokia 8250 untuk menghubungi seseorang, pelan-pelan semua orang memperhatikannya. Satu persatu mereka mendekat karena rasa ingin tahu dan terpukau oleh wanita dan pancaran sinar biru dari Nokia 8250. Wanita itu berjalan keluar dari club tersebut dengan percaya diri tanpa menghiraukan sekelilingnya yang masih terpesona olehnya.

6.5 Pemasaran

6.5.1 Tujuan Pemasaran

Iklan ini ditujukan untuk menarik minat pembeli dan memperkenalkan produk baru NOKIA 8250 kepada masyarakat luas khususnya orang muda, sehingga dapat menarik minat pembeli yang diharapkan dapat menaikkan penjualan produk.

6.6 Perkiraan biaya

6.6.1 PraTayang

Pre produksi	Price	Unit/Day	Price
Casting & Casting Fac	1.000.000	3	2.250.000
Storiboarding/Artwork	500.000	3	1.500.000
Transportation	1.000.000	3	3.000.000
Subtotal			6.750.000
Equiment			
Camera 35 MM	3.000.000	4	12.000.000
Steady camera with operator	1.500.000	4	6.000.000
Special Lense/Filter	2.000.000	4	8.000.000
Video Assist/Monitor	1.500.000	4	6.000.000
Dolly track/craffe/elemeck	2.000.000	4	8.000.000
Lighting	6.000.000	4	24.000.000

Sound equipment	500.000	≥ 4	2.000.000
Generator	1.000.000	1 4	4.000.000
Transportation	1.000.000	4	4.000.000
Subtotal	4.000.000	4	80.750.000
Film Stock			
Stock (35 MM)	1.560.000	10	15.600.000
Processing	750.000	10	7.500.000
Subtotal			103.850.000
Post Production			
Telechine/Full grade	3.000.000	15	45.000.000
Offline	3.500.000	5	17.500.000
Online	7.500.000	5	37.500.000
Effect	7.500.000	2	15.000.000
Subtotal			218.850.000
	PH Mark-up		21.885.000
	Subtotal		240.735.000
	Pph 6 %		14.444.100
	PPN 10%		24.073.500
	TOTAL		279.252.600

6.6.2 Tayang

Durasi @ detik stasiun TV

(Metro Tv) Rp 2.000.000,00.

Rp 60.000.000.00

Sumber: Metro TV