PERANCANGAN IKLAN SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI PADA WATERBOOM TIARA PARK KABUPATEN JEPARA

SKRIPSI

disusun oleh

Clara Odetta Valerine

12.11.5748

JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOMYOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016

PERANCANGAN IKLAN SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI PADA WATERBOOM TIARA PARK KABUPATEN JEPARA

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada jurusan Teknik Informasi
di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

SKRIPSI

disusunoleh

Clara Odetta Valerine

12.11.5748

JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOMYOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN IKLAN SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI PADA WATERBOOM TIARA PARK KABUPATEN JEPARA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Clara Odetta Valerine

12.11.5748

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 11 Februari 2016

Dosen Pembimbing

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN IKLAN SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI PADA WATERBOOM TIARA PARK KABUPATEN JEPARA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Clara Odetta Valerine

12.11.5748

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 11 Februari 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji	Tanda Tangan
Hanif Al Fatta, M.Kom **NIK. 190302096**	
Mei P Kurniawan, M.Kom **NIK. 190302187**	
Tonny Hidayat, M.Kom **NIK. 190302182**	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratam
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 11 Februari 2016

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suyanto, M.M
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis / 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 11 Februari 2016

Clara OdettaValerine

12.11.5748

MOTTO

“Ilmu itu diperoleh dari lidah yang gemar bertanya serta akal yang suka berpikir”

(*Abdullah bin Abbas*)

“Success needs a process, kesuksesan itu membutuhkan suatu proses”

“Jangan tunda sampai besok apa yang bisa dikerjakan hari ini”

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan semua nikmatNya sampai saat ini.
2. Kedua orang tua yang telah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga.
3. Untuk Bapak Tonny Hidayat M.Kom selaku dosen pembimbing yang sangat luar biasa. Terimakasih atas bimbingannya sehingga skripsi ini bisa selesai dengan hasil sesuai dengan yang diharapkan.
4. Sahabat dan teman-temanku terimakasih atas segala support yang telah kalian berikan dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi dengan judul "Perancangan Iklan Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Waterboom Tiara Park Kabupaten Jepara".

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata I STMIK Amikom Yogyakarta. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu dan Ayah, saudara dan orang tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dorongan kepada penulis.
2. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom selaku dosen pembimbing.
4. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku ketua STMIK Amikom Yogyakarta.
5. Teman-teman S1TI-01.
6. Berbagi pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan serta berbagi pengalaman pada proses penyusunan skripsi ini.

Terakhir semoga segala bantuan yang telah diberikan, sebagai amal soleh senantiasa mendapat Ridho Allah SWT. Sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat umum.

Yogyakarta, 11Februari 2016

Clara Odetta Valerine

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i
PERSETUJUAN.....ii
PENGESAHAN.....iii
PERNYATAAN.....iv
MOTTO.....v
PERSEMBAHAN.....vi
KATA PENGANTAR.....vii
DAFTAR ISI.....viii
DAFTAR TABEL.....xii
DAFTAR GAMBAR.....xiii
INTISARI.....xvi
ABSTRACT.....xvii
BAB 1 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.....3
1.5.2 Metode Analisis.....4
1.5.3 Metode Perancangan.....4
1.5.4 Metode Implementasi.....5
1.6 Sistematika Penulisan.....5

BAB II LANDASAN TEORI.....8

2.1 Tinjauan Pustaka.....8

2.2 Dasar Teori.....11

2.2.1 Pengertian Multimedia.....11

2.2.2 Element Multimedia.....11

2.2.3 Sejarah Multimedia.....12

2.2.4 Pentingnya Multimedia.....13

2.2.5 Pengertian Informasi.....14

2.2.6 Informasi.....14

2.2.7 Pengertian Promosi.....15

2.2.8 Cara Melakukan Promosi.....15

2.2.9 Definisi Periklanan.....15

2.2.10 Tujuan Periklanan.....16

2.2.11 Fungsi Periklanan.....16

2.2.12 Jenis-jenis Iklan.....18

2.2.13 Kriteria Iklan Yang Baik.....20

2.2.14 Pengertian *Live Shoot*.....20

2.2.15 *Color Grading*.....21

2.2.16 *Color Grading Definision*.....23

2.2.17 *Color Correction vs Color Grading*.....28

2.2.18 Pengertian Internet.....28

2.2.19 Manfaat Internet.....29

2.2.20 Definisi dan Peran Media Sosial.....29

2.2.21 Model Bisnis melalui Perdagangan Elektronik.....31

2.2.22 Peluang dan Resiko Pemasaran Bisnis Online melalui Media Sosial.....32

2.3 Metode Analisis.....33

2.3.1 Analisis Kebutuhan Sistem.....33

2.4 Tahap Proses Pembuatan Iklan.....35

2.4.1 Pra Produksi.....35

2.4.2 Produksi.....37

2.4.3 Pasca Produksi.....38

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....40

3.1 Tinjauan Umum.....40

3.1.1 Sekilas Tentang Waterboom Tiara Park.....40

3.1.2 Logo.....41

3.1.3 Visi dan Misi.....41

3.1.4 Tujuan Waterboom Tiara Park.....42

3.1.5 Fasilitas Wahana Waterboom Tiara Park.....42

3.1.6 Struktur Organisasi.....47

3.1.7 Media Promosi yang telah digunakan.....47

3.2 Analisis Kebutuhan.....47

3.2.1 Kebutuhan Fungsional.....48

3.2.2 Kebutuhan Non Fungsional.....48

3.3 Pra Produksi.....52

3.3.1 Ide dan Konsep.....52

3.3.2 Tema.....53

3.3.3 Skenario dan Naskah.....53

3.3.4 Merancang Storyboard.....55

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....60

4.1 Produksi.....60

4.1.1 Pengambilan Video.....61

4.1.2 Pembuatan Material 2D.....62

4.1.3 *Footage Bumper*.....64

4.2 Pasca Produksi.....73

4.2.1 Editing Trim.....73

4.2.2 Import Menggunakan Adobe Dynamic Link.....75

4.2.3 *Color Grading*.....77

4.2.4 Final Rendering.....79

4.3 Pembahasan.....82

4.4 Evaluasi.....82

BAB V PENUTUP.....84

5.1 Kesimpulan.....84

5.2 Saran.....85

DAFTAR PUSTAKA.....86

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka.....9

Tabel 3.1 *Hardware*.....49

Tabel 3.2 *Software*.....50

Tabel 3.3 *Brainware*.....51

Tabel 3.4 Naskah.....53

Tabel 3.5 *Storyboard*.....56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh gambar menggunakan *Color Grading*.....22

Gambar 3.1 Waterboom Tiara Park Jepara.....40

Gambar 3.2 Logo Waterboom Tiara Park Jepara.....41

Gambar 3.3Waterboom, Waterpark, Water blaster.....42

Gambar 3.4 Kolam renang.....43

Gambar 3.5 Mandi bola air.....43

Gambar 3.6 Iguana slide.....43

Gambar 3.7 Outbond dan flying fox.....44

Gambar 3.8 Trampolin.....44

Gambar 3.9 Sinema 3 dimensi.....44

Gambar 3.10 ATV.....45

Gambar 3.11 Cafetaria.....45

Gambar 3.12 Kereta wisata.....45

Gambar 3.13 Taman kecek / Dance water.....46

Gambar 3.14 Mandi bola.....46

Gambar 3.15 Struktur Organisasi pada Waterboom Tiara Park.....47

Gambar 4.1 Bagan Produksi dan Pasca Produksi.....60

Gambar 4.2 Hasil Pengambilan Video.....61

Gambar 4.3 Pembuatan Obyek 2D.....62

Gambar 4.4 Hasil Pembuatan Obyek 2D.....63

Gambar 4.5Peletakan obyek berdaasarkan Layer.....63

Gambar 4.6 Tool pewarnaan obyek.....64

Gambar 4.7 Menu *Effect* dan *Presets*.....65

Gambar 4.8 Hasil Penerapan *Effect Fractal Noise* dan *Tritone*.....66

Gambar 4.9 Hasil Penerapan *Effect Cc glass*.....66

Gambar 4.10 Hasil Penerapan *Effect Ccparticle, Ramp* dan *glow*.....67

Gambar 4.11 Hasil Penerapan *Effect Displacement Map*.....67

Gambar 4.12 Hasil Penerapan *Fractal Noise* dan *Ccglass*.....68

Gambar 4.13 Pilih *Rect to Polar*.....69

Gambar 4.14 *Effect* Gelombang.....69

Gambar 4.15 Gambar Hasil Pembuatan *Footage Bumper*.....70

Gambar 4.16 Import Per Layer.....71

Gambar 4.17 Hasil Import Per Layer.....71

Gambar 4.18 Membuat *Motion Graphic* Logo.....72

Gambar 4.19 Membuat *Motion Graphic* Foto.....73

Gambar 4.20 *Sequence Settings*.....74

Gambar 4.21 Hasil Trimming.....75

Gambar 4.22 Adobe Dynamic Link.....76

Gambar 4.23 Proses Import After Effect Composition.....76

Gambar 4.24 Meletakkan After Effect Composition di Premiere.....77

Gambar 4.25 Tampilan *Brightness and Contrast*.....78

Gambar 4.26*Color Correction* dengan *Three-Way Color Correction*.....78

Gambar 4.27*Final Coloring*.....79

Gambar 4.28 Proses Export Video.....79

Gambar 4.29 Pemilihan format Video.....80

Gambar 4.30 Pemilihan Codec Video.....81

Gambar 4.31 Proses Rendering.....81

Gambar 4.32 Surat Keterangan Validasi.....83

INTISARI

Peluang bisnis di bidang wisata telah menjadi perhatian dari banyak aktivis Indonesia bisnis karena memberikan keuntungan yang sangat baik. Kondisi ini akan menyebabkan para aktivis untuk mengembangkan kreativitas dalam persaingan bisnis. Penggunaan berbagai media kampanye termasuk teknologi digunakan untuk menarik perhatian para konsumen.

Waterboom Tiara Park merupakan sebuah wahana air dan rekreasi keluarga yang terletak di jalan Kenari Purwogondo kecamatan Kalinyamatan kabupaten Jepara. Selama ini pihak waterboom menggunakan media cetak sebagai media promosi. Penyajian informasi menggunakan media cetak memiliki keterbatasan, yaitu dalam menarik minat dari penonton. Media cetak hanya terbatas pada teks dan gambar sehingga terlihat kurang menarik perhatian.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk membuat iklan berbasis video sebagai media promosi "Perancangan Iklan Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Pada Waterboom Tiara Park Kabupaten Jepara" yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik terhadap minat penonton.

Kata kunci : Informasi, Promosi, Iklan, Waterboom Tiara Park

ABSTRACT

Business opportunities in the field of tourism has been the concern of many activists Indonesia business because it gives a very good advantage. This condition will cause the activists to develop creativity in business competition. The use of various media campaigns including the technology used to entice consumers.

Waterboom Tiara Park is a water rides and family recreation located in Kenari Purwogondo street, sub Kalinyamatan, district of Jepara. During this time the waterboom using print media as media promotion. The representation of information using the print media have limitations, that is in the interest of the audience. Print media is limited to text and images so it looks less attractive.

Based on explanation above authors interested in creating video-based advertising as a media promotion "Design of Advertising as a Means of Information and Promotion on Waterboom Tiara Park District of Jepara" which is expected to increase the attractiveness of the interest of the audience.

Keywords: *Information, Promotion, Advertising, Waterboom Tiara Park*