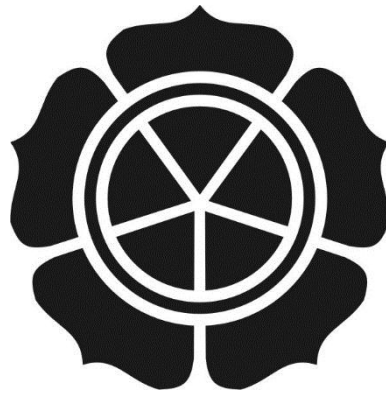


**IMPLEMENTASI IKLAN KOMERSIAL TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI WISATA PANTAI KLAYAR PACITAN**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Fidia Mard Kurniawati

12.12.6961

**JURUSAN SISTEM INFORMASISEKOLAH TINGGI MANAJEMEN
INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI IKLAN KOMERSIAL TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI WISATA PANTAI KLAYAR PACITAN**

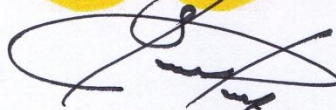
yang disusun oleh

Fidia Mard Kurniawati

12.12.6961

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 07 September 2015

Dosen Pembimbing,



Tonny Hidayat, M.Kom

NIK. 190302182

PENGESAHAN
SKRIPSI
IMPLEMENTASI IKLAN KOMERSIAL TELEVISI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI WISATA PANTAI KLAYAR PACITAN

yang disusun oleh

Fidia Mard Kurniawati

12.12.6961

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 Februari 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

M.Rudyanto Arief, MT
NIK. 190302098

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302229

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 Maret 2016


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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya sayasendiri (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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 26 Februari 2016



Fidia Mard Kurniawati

NIM. 12.12.6961

MOTTO

"Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke Surga"

(HR. Muslim)

"Doa adalah nyanyian hati yang selalu membuka jalan terbang ke singgasana Tuhan meskipun terhimpit didalam tangisan seribu jiwa"

(Kahlil Gibran)



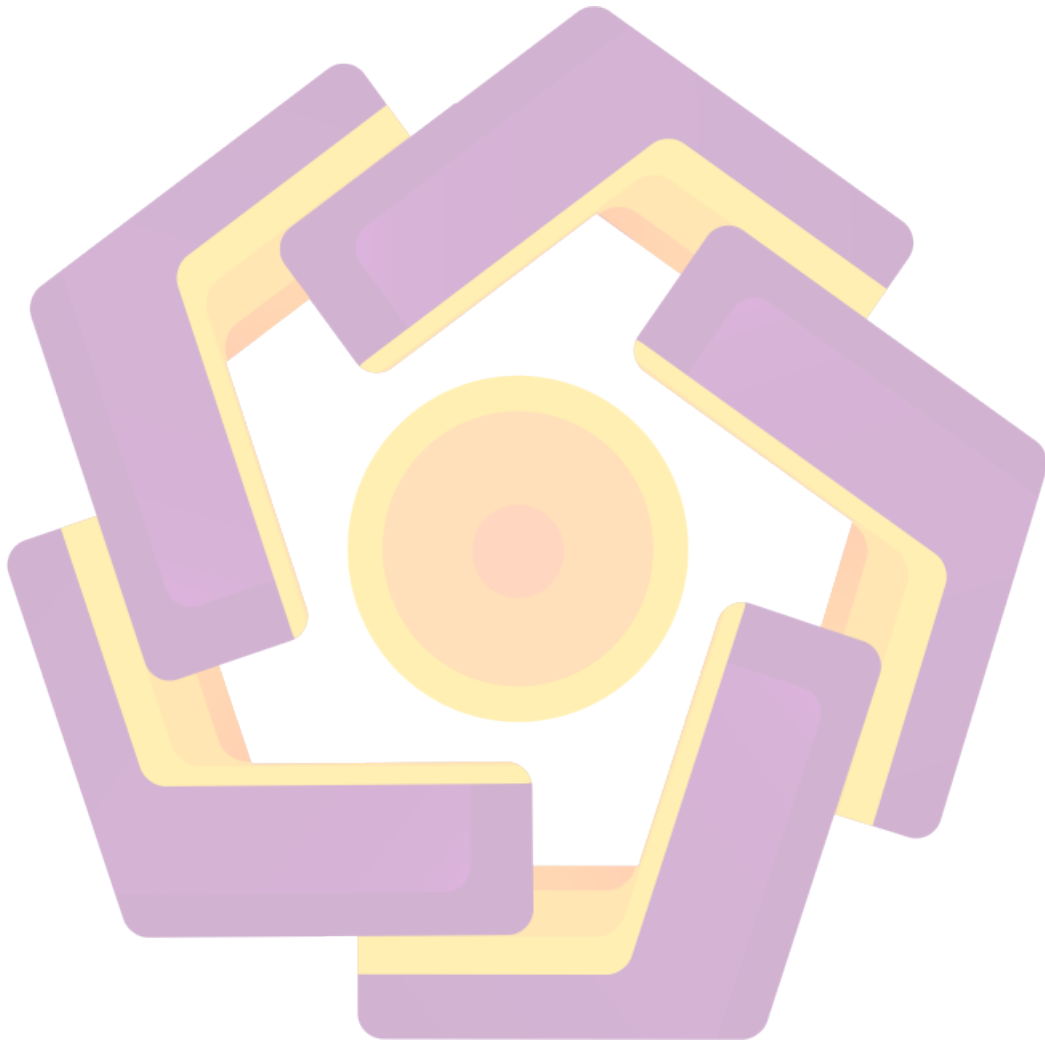
PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayangmu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi

- ❖ Bapak, Ibu dan Kakak saya yang sangat aku cintai yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta dukungan moral, spiritual dan material yang tak ternilai harganya.
- ❖ Wisata Pantai Klayar yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian ini hingga menghasilkan output yang berguna bagi promosi objek wisatanya.
- ❖ Dosen-dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan limpahan ilmunya kepada saya, semoga Allah SWT menjadikan kebbaikannya menjadi pahala yang tiada putus.
- ❖ Para Sahabat saya, Angraini Indira, Fitriyati, Herman Zuhdi H, Andy Hermansyah, Andri Yulio, Dedi Heriansyah, Nugraha Kusuma, Ari Sareng, Budi Prasetya, Luluk Arifatul, Zulfa Asriningtyas, Riza Santosa, Andi Ahmad

- ❖ Teman-teman kos saya Aisyah Linggar, Atika Anis, Dwi Aryanti serta teman-teman saya S1-SI-09
- ❖ Semua pihak yang tidak di sebutkan satu persatu, yang telah membantu demi menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih untuk semua bantuannya.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah dan inayah sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“IMPLEMENTASI IKLAN KOMERSIAL TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA PANTAI KLAYAR PACITAN“**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer. dengan selesainya skripsi ini, maka tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bambang Sudaryatno, Drs, MM. selaku Ketua Jurusan Strata I Sistem Informatika.
3. Tonny Hidayat, M.Kom selaku Dosen Pembimbing
4. Kepada Kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan.
5. Bapak dan Ibu Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
6. Kedua orang tua saya dan kakak serta sahabat teman-teman dan kekasih yang selalu memberikan doa, bantuan dan semangat.

7. Dan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini

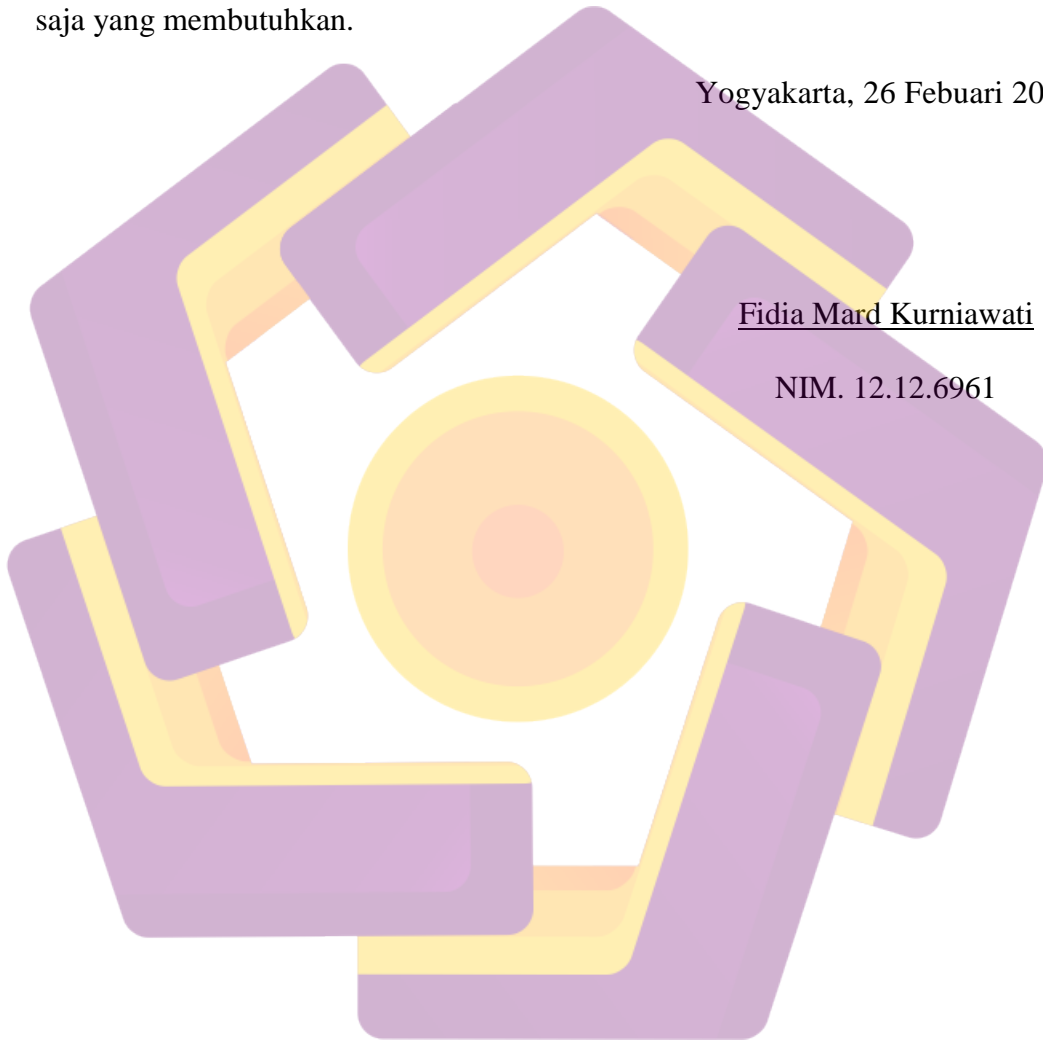
Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada siapa saja yang membutuhkan.

Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada siapa saja yang membutuhkan.

Yogyakarta, 26 Febuari 2016

Fidia Mard Kurniawati

NIM. 12.12.6961



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Penelitian	3
1.4.2 Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Pengolahan Data	4
1.5.3 Metode Perancangan Iklan.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1 Persamaan	8
2.1.2 Perbedaan	8
2.2 Dasar Teori	9

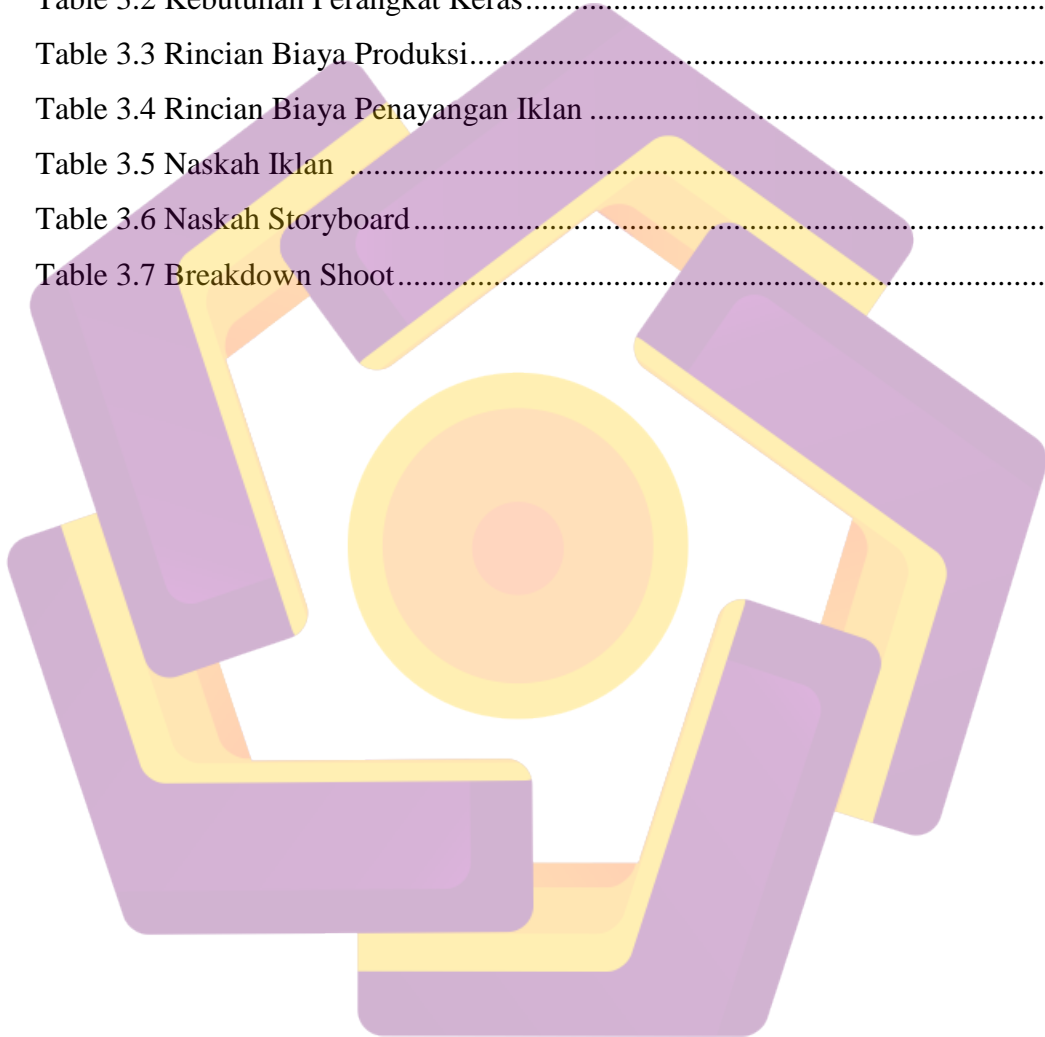
2.2.1 Pengertian Iklan	10
2.2.2 Jenis-Jenis Iklan	11
2.2.3 Fungsi dan Tujuan Iklan	13
2.2.4 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	16
2.2.5 Manajemen Periklanan.....	17
2.3 Strategi Perancangan Iklan Televisi	17
2.3.1 Strategi Menetapkan Audien Sasaran	18
2.3.2 Strategi Pembidikan Pasar dan Penentuan Posisi	18
2.3.3 Strategi Mencari Keunggulan Produk.....	18
2.3.4 Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi.....	19
2.3.5 Strategi Kreatifitas Merancang Pesan Iklan Televisi.....	19
2.3.6 Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan Televisi.....	19
2.3.7 Strategi Merancang Slogan, Logo dan Simbol	19
2.3.8 Strategi Merancang Naskah dan Storyboard Iklan Televisi.....	19
2.3.9 Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	20
2.4 Peralatan Dasar Membuat Iklan.....	20
2.4.1 Komputer	20
2.4.2 DSLR Camera.....	21
2.4.3 Tripod.....	21
2.5 Tahapan Memproduksi Iklan.....	22
2.5.1 Pra-Produksi.....	22
2.5.2 Produksi	23
2.5.3 Pasca-Produksi	23
2.6 Teknik Pengambilan Gambar	23
2.6.1 Pengambilan Gambar (<i>camera angel</i>)	23
2.6.2 Bidikan Kamera (<i>shoot</i>).....	26
2.6.3 Gerakan Pada Kamera.....	31
2.7 Kebutuhan Sumber Daya Manusia	32
2.7.1 Produser	32
2.7.2 Sutradara	32
2.7.3 Juru Kamera (<i>cameraman</i>).....	33

2.7.4 Editor.....	33
2.7.5 Penata Artistik (<i>Art Director</i>)	33
2.8 Multimedia.....	33
2.8.1 Sejarah Multimedia	33
2.8.2 Definisi Multimedia	34
2.8.2.1 Teks.....	35
2.8.2.2 Grafik	35
2.8.2.3 Video.....	35
2.8.2.4 Audio/Suara	35
2.8.2.5 Animasi	36
2.8.3 Motion Graphic	36
2.8.3.1 Sejarah Motion Graphic	36
2.8.3.2 Pengertian Motion Graphic.....	37
BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN	39
3.1 Tinjauan Umum	39
3.1.1 Persaingan Produk	39
3.2 Analisis Masalah.....	39
3.2.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	40
3.2.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	40
3.3 Analisis Biaya dan Manfaat.....	42
3.4 Analisis Studi Kelayakan.....	44
3.4.1 Faktor Teknis	44
3.4.2 Faktor Operasi.....	45
3.4.3 Faktor Hukum	45
3.5 Perancangan Iklan.....	45
3.5.1 Merancang Konsep	46
3.5.2 Merancang Naskah Iklan	46
3.5.3 Storyline	47
3.5.4 Hunting Lokasi.....	48
3.5.5 Merancang Storyboard.....	48
3.6 Breakdown Shoot.....	51

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Implementasi.....	53
4.1.1 Tahap Produksi	53
4.1.1.1 Pengambilan Gambar.....	54
4.1.1.1.1 Pengambilan Video.....	54
4.1.1.1.2 Mensortir File	54
4.1.2 Tahapan Pasca Produksi	58
4.1.2.1 Editing Offline	58
4.1.2.2 Editing Online.....	61
4.1.2.3 Compositting.....	65
4.1.2.4 Pembuatan Efek Motion Graphic.....	66
4.2 Evaluasi.....	76
BAB V. PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	xix
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABLE

Table 3.1 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	41
Table 3.2 Kebutuhan Perangkat Keras.....	41
Table 3.3 Rincian Biaya Produksi.....	43
Table 3.4 Rincian Biaya Penayangan Iklan	43
Table 3.5 Naskah Iklan	46
Table 3.6 Naskah Storyboard.....	49
Table 3.7 Breakdown Shoot.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajemen Periklanan	17
Gambar 2.2 Perangkat Komputer.....	21
Gambar 2.3 DSLR Camera	21
Gambar 2.4 Tripod	22
Gambar 2.5 Bird Eye View	24
Gambar 2.6 High Angel	24
Gambar 2.7 Low Angel.....	25
Gambar 2.8 Eye Level.....	25
Gambar 2.9 Frog Level	26
Gambar 2.10 Extreme Close Up	26
Gambar 2.11 Close Up.....	27
Gambar 2.12 Medium Close Up	27
Gambar 2.13 Medium Shoot.....	28
Gambar 2.14 Long Shoot	28
Gambar 2.15 Very Long Shoot.....	29
Gambar 2.16 Point Of View	29
Gambar 2.17 Pan.....	30
Gambar 2.18 2 Shoot	30
Gambar 2.19 Group Shoot	30
Gambar 4.1 Kegiatan Produksi	53
Gambar 4.2 Sortir File Video 1	55
Gambar 4.3 Sortir File ideo 2.....	56
Gambar 4.4 Sortir File Foto 1	56
Gambar 4.5 Sortir File Foto 2	57
Gambar 4.6 File Suara.....	57
Gambar 4.7 Setting Squence	59
Gambar 4.8 Import File.....	60

Gambar 4.9 Drag Footage Ke Timeline	61
Gambar 4.10 Color Grading	61
Gambar 4.11 Animasi Text	62
Gambar 4.12 Pembuatan Motion Graphic	63
Gambar 4.13 Editing Backsound	64
Gambar 4.14 Editing Backsound Noise	64
Gambar 4.15 Rekaman Narasi	65
Gambar 4.16 Motion Graphic	66
Gambar 4.17 Layer Solid Black	67
Gambar 4.18 Layer Solid Black 2	67
Gambar 4.19 Mask	68
Gambar 4.20 Effect 3D	68
Gambar 4.21 Setting Collor	69
Gambar 4.22 Thickness	69
Gambar 4.23 Key Frame Start, End	70
Gambar 4.24 Setting Keyfrae Interploation	71
Gambar 4.25 Roughen Stroke	71
Gambar 4.26 Border	72
Gambar 4.27 Edge Sharpness	72
Gambar 4.28 Turbulent Displace	73
Gambar 4.29 Evolution	74
Gambar 4.30 Duplicate Layer	74
Gambar 4.31 Alpha	75
Gambar 4.32 Setting Posisi	75
Gambar 4.33 Color 3D Stroke Layer Black Solid Alpha	76

INTISARI

Obyek wisata pantai klayar adalah salah satu obyek wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan dikabupaten pacitan. Dalam pengembangan obyek pantai klayar ini ternyata masih mengalami berbagai kendala yang ada. antara lain masih minimnya sarana prasarana pendukung obyek wisata pantai klayar. serta terbatasnya dana yang digunakan untuk pengembangan.

Maka dapat disimpulkan obyek wisata pantai klayar membutuhkan sebuah media promosi sebagai upaya memperkenalkan obyek wisata pantai klayar yang menarik untuk dikembangkan agar lebih dikenal masyarakat diluar kota pacitan/didaerah lain dengan harapan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dalam negeri /mancanegara untuk menikmati keindahan alam serta dapat memajukan kepariwisataan dikabupaten pacitan.

Implementasi Iklan Komersial Televisi Sebagai Media Promosi Wisata Pantai Klayar ini menggunakan software Adobe After Effect. dengan memulai mengumpulkan data, observasi, wawancara dan pengambilan gambar tanpa merusak, menghilangkan dan mengubah citra positif obyek tersebut.

Kata Kunci : Implementasi Iklan Komersial, Seruling Samudra, Pantai Klayar, Geopark Gunungsewu



ABSTRACT

Attractions Klayar Beach is one of the attractions that potential to be developed in the county pacitan. Dalam development Klayar Beach this object was still experiencing various obstacles that other ada. antara still lack supporting infrastructure klayar. serta beach tourism has limited funds are used for development.,

So we can conclude coastal attractions Klayar requires a media campaign as an attempt to introduce a coastal attractions Klayar interesting to be developed to be more known to the public outside the city pacitan / other areas in the hope of increasing the number of tourist arrivals in the country / abroad to enjoy the beauty of nature and can promote tourism dikabupaten pacitan.

Implementation of Commercial Television Advertising For Media Tourism Promotion Klayar Beach using software Adobe After Effect. dengan start collecting data, observations, interviews and taking pictures without destroying, removing, and changing the positive image of the object.

Keywords: *Implementation Advertising Commercial, Flute Ocean, Klayar Beach, Geopark Mountain Sewu*

