

**MEMBUAT IKLAN PADA BUS DAMRI UNTUK MEMBANTU
MENINGKATKAN PENJUALAN JASA PELAYANAN DAN
PEMASARAN**

TUGAS AKHIR



disusun oleh

Amru Rochmad Hidayat

11.01.2976

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

**MEMBUAT IKLAN PADA BUS DAMRI UNTUK MEMBANTU
MENINGKATKAN PENJUALAN JASA PELAYANAN DAN
PEMASARAN**

TUGAS AKHIR

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Ahli Madya pada jenjang
Diploma III jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

Amru Rochmad Hidayat

11.01.2976

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**MEMBUAT IKLAN PADA BUS DAMRI UNTUK MEMBANTU
MENINGKATKAN PENJUALAN JASA PELAYANAN DAN
PEMASARAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Amru Rochmad Hidayat

11.01.2976

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 14 Agustus 2014

Dosen Pembimbing


Agus Parwanto, M.Kom
NIK.190060061

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**MEMBUAT IKLAN PADA BUS DAMRI UNTUK MEMBANTU
MENINGKATKAN PENJUALAN JASA PELAYANAN DAN
PEMASARAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Amru Rochmad Hidayat 11.01.2976

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Juli 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Joko Dwi Santoso, M.Kom
NIK.190302181

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 18 Agustus 2014



KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

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



**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN
HASIL TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Amru Rochmad Hidayat
No. Mahasiswa : 11.01.2976

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya saya sendiri, maka saya akan siap menanggung resiko dan konsekuensi apapun.

Demikian pernyataan ini saya buat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 10 Agustus 2014



Amru Rochmad Hidayat

MOTTO

Berani lah untuk bermimpi, dan beranikan dirimu untuk mewujudkan semua impian kamu. Karena impian tidak akan tercapai tanpa keberanian.

Jika kita mau berusaha dan memiliki niat,
maka kita akan mendapatkan apa yang kita inginkan

"Dunia hanya berjalan tiga hari, yaitu: Kemarin, yang kita tidak berharap apa-apa lagi darinya. Hari ini, yang harus kita peroleh kebaikan dan kesuksesannya. Dan esok hari, yang tidak kita ketahui apakah kita termasuk yang masih hidup atau yang tergolong sudah meninggal".

(Abul Hasan Ali Bashri)

PERSEMBAHAN

Allah SWT atas ridhonya, Maaf dan Kasih Sayang yang

tulus kepada hamba-hambanya, bersama

Nabi Muhammad SAW sebagai panutan dunia akhirat.

Amin...

Tugas akhir ini aku persembahkan untuk Bapak dan Ibu, dukungan dan motivasi dari kakak aku tercinta (Nike Rahmawati), tidak ketinggalan sahabat Oki, Untoro, Eko, Nuphi, dan rekan-rekan di kost. Untuk Ibu dan Bapak, Amru lulus dan bisa mendapatkan gelar Ahli Madya semoga Amru dapat membanggakan kalian semua.

Terima kasih untuk semuanya 😊

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan yang diharapkan.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai jenjang Diploma III (D3) pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer (STMIK AMIKOM) Yogyakarta yang berjudul “Membuat Iklan pada Bus Damri untuk Membantu Meningkatkan Penjualan Jasa Pelayanan dan Pemasaran”.

Dalam proses penyelesaian penulisan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat masukan, bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr M. Suyanto, MM. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom. Selaku Ketua Jurusan Teknik Informatika D3 di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Agus Purwanto, M.Kom selaku Pembimbing Akademik di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer Amikom Yogyakarta.
4. Seluruh Staf Dosen dan Pengajar yang ada di dalam lingkungan Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer Amikom Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
5. Bapak Boy Aryadi S, S.Si. M.Mtr selaku Ketua Perusahaan Umum Damri, yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
6. Bapak Bono selaku wakil ketua Perusahaan Umum Damri, yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis di tempat penelitian.
7. Bapak Suharto selaku karyawan di Perusahaan Umum Damri, yang telah memberikan arahan pada saat penelitian.

Semoga segala bantuan dan doa yang telah diberikan kepada penulis dalam proses penulisan Tugas Akhir ini mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dan melengkapi tulisan ini dengan senang hati akan penulis terima. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 10 Agustus 2014



Amru Rochmad Hidayat



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Pengumpulan Data	4
1.7 Sistematika penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Konsep Dasar Multimedia	7
2.1.1 Sejarah Multimedia	7
2.1.2 Pengertian Multimedia	9
2.1.3 Elemen Multimedia	11
2.2 Konsep Dasar Periklanan	12
2.2.1 Sejarah Periklanan	12

2.2.2 Pengertian Iklan	14
2.2.3 Jenis dan Tujuan Iklan	16
2.3 Konsep Dasar Video	17
2.3.1 Pengertian Video	17
2.3.2 Standar Video	18
2.4 Tahapan Pengerjaan Video	20
2.4.1 Pra Produksi	20
2.4.2 Produksi	22
2.4.3 Pasca Produksi	24
2.5 Pengertian Live Shot	27
2.5.1 Unsur Teknis dalam Live Shot	27
2.6 Software yang digunakan	29
2.6.1 Adobe After Effect CS4	29
2.6.2 Adobe Audition CS6	31
2.6.3 Adobe Premiere Pro CS3	32
2.7 Hardware yang digunakan	34
2.7.1 Komputer	34
2.7.2 Perangkat Syuting	35
2.7.3 Perlengkapan Syuting	37
BAB III GAMBARAN UMUM	41
3.1 Sejarah Perusahaan Umum Damri	41
3.1.1 Gambaran Perusahaan Umum Damri	43
3.2 Profil Perusahaan	44
3.2.1 Ruang Perkantoran	45
3.2.2 Armada Bus Perusahaan Umum Damri	45
3.2.3 Tempat Garasi dan Servis	47
3.2.4 Visi dan Misi	47
3.2.5 Struktur Organisasi	48
3.2.6 Penjelasan Tugas	48
3.3 Definisi Operasional Bus Damri	50
3.4 Fasilitas yang tersedia pada Bus Damri	51

3.4.1 Pelayanan Kelas	51
3.4.2 Kebijakan Tarif	53
BAB IV PEMBAHASAN	55
4.1 Pra Produksi	55
4.1.1 Ide Cerita	55
4.1.2 Penulisan Naskah (<i>Scripting</i>)	55
4.1.3 Pembuatan Storyboard	57
4.2 Produksi	64
4.2.1 Pengambilan Gambar (<i>Shooting</i>)	64
4.2.2 Pengambilan Suara (<i>Take Voice</i>)	69
4.2.3 Pembuatan Musik	73
4.3 Pasca Produksi	78
4.3.1 Editing	79
4.3.2 Composition	103
4.3.3 Color Timing/Color Correction	107
4.3.4 Rendering	110
BAB V PENUTUP	115
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	117

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Storyboard	57
----------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Storyboard	21
Gambar 2.2 Tampilan Adobe After Effect CS4	30
Gambar 2.3 Tampilan Adobe Audition CS6	31
Gambar 2.4 Tampilan Adobe Premiere Pro CS3	33
Gambar 2.5 Tampilan Kamera DSLR	36
Gambar 2.6 Eyepiece (dudukan mata)	36
Gambar 2.7 View Finder (jendela bidik)	37
Gambar 2.8 Mikrofon	38
Gambar 2.9 Speaker	38
Gambar 2.10 Tripod	39
Gambar 2.11 Lighting	40
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	43
Gambar 3.2 Perusahaan Umum Damri (Perum Damri)	44
Gambar 3.3 Ruang Perkantoran Perusahaan Umum Damri	45
Gambar 3.4 Armada Bus Damri Pemuda Moda	45
Gambar 3.5 Armada Bus Damri Bandara	46
Gambar 3.6 Armada Bus Damri Antar Kota	46
Gambar 3.7 Garasi dan Tempat Servis Bus Perusahaan Umum Damri	47
Gambar 3.8 Struktur Organisasi Perum Damri Cabang Yogyakarta	48
Gambar 4.1 Tool Multitrack	69
Gambar 4.2 Setting Pembuatan Mode Multitrack	69
Gambar 4.3 Adobe Audition Pada Mode Multitrack	70
Gambar 4.4 Tombol Aktif Sebelum Rekaman	70
Gambar 4.5 Tombol Record	70

Gambar 4.6 Grafik Rekaman	71
Gambar 4.7 Tombol Stop	71
Gambar 4.8 Razor Tool	71
Gambar 4.9 Seleksi Dan Pemotongan Rekaman	71
Gambar 4.10 Noise Reduction	72
Gambar 4.11 Setting Noise Reduction	72
Gambar 4.12 Blog Suara Rekaman	73
Gambar 4.13 Export Multitrack Mixdown	73
Gambar 4.14 New Multitrack Session	74
Gambar 4.15 Tampilan Import File .mp3	74
Gambar 4.16 Drag Jingle Musik	75
Gambar 4.17 Pemotongan Jingle Musik	75
Gambar 4.18 Drag ke Track2	76
Gambar 4.19 Fade In	76
Gambar 4.20 Fade Out	77
Gambar 4.21 Hasil Fade In dan Fade Out	77
Gambar 4.22 Langkah Penyimpanan	78
Gambar 4.23 Penyimpanan Project	78
Gambar 4.24 Tampilan Composition	79
Gambar 4.25 Proses Import File	80
Gambar 4.26 Integrasi ke Jendela Timeline	80
Gambar 4.27 Control Tracker	81
Gambar 4.28 Control Palet Tracker	81
Gambar 4.29 Pembuatan Null Object	82
Gambar 4.30 Menentukan Titik Track Motion	82
Gambar 4.31 Motion Target	83
Gambar 4.32 Tombol Play Track Motion	83
Gambar 4.33 Titik Hasil Track Point 1 dan Track Point 2	84
Gambar 4.34 Apply Dimensions	84
Gambar 4.35 Hasil Keyframe Pada Null Object	85
Gambar 4.36 Solid Settings	85

Gambar 4.37 Project Solid	85
Gambar 4.38 Tool Mask	86
Gambar 4.39 Project Mask	86
Gambar 4.40 Fill	86
Gambar 4.41 Setting Fill	87
Gambar 4.42 Setting Grid	87
Gambar 4.43 Setting Glow	88
Gambar 4.44 Pembuatan Solid Dalam	88
Gambar 4.45 Setting Mask	89
Gambar 4.46 Membuat Teks	89
Gambar 4.47 Setting Teks	90
Gambar 4.48 Pre-compose T_2	90
Gambar 4.49 Drag T_2	91
Gambar 4.50 Tarikan Parent	91
Gambar 4.51 Final Project	91
Gambar 4.52 Tampilan Depan Premiere Pro CS3	92
Gambar 4.53 Tampilan Form New Project	92
Gambar 4.54 Import File	93
Gambar 4.55 Geser Klip	93
Gambar 4.56 Razor Tool	94
Gambar 4.57 Zoom In	94
Gambar 4.58 Video Transitions	95
Gambar 4.59 Penempatan Efek Slide	95
Gambar 4.60 Penyimpanan Renderan	96
Gambar 4.61 Proses Perenderan	96
Gambar 4.62 Mengatur Properti Recording	97
Gambar 4.63 Project Baru	98
Gambar 4.64 Tombol Record	98
Gambar 4.65 Grafik Rekaman	98
Gambar 4.66 Tombol Stop	99
Gambar 4.67 Mengatur Volume Suara	99

Gambar 4.68 Open Project	100
Gambar 4.69 Video Terpotong	100
Gambar 4.70 Editing Timing	101
Gambar 4.71 Pengaturan Durasi Video	101
Gambar 4.72 Play	102
Gambar 4.73 Tampilan PowerISO	102
Gambar 4.74 Jendela pengaturan Burning file	103
Gambar 4.75 Composition	104
Gambar 4.76 Proses Import File	104
Gambar 4.77 Menambahkan File	105
Gambar 4.78 Integrasi ke Timeline	105
Gambar 4.79 Properti Effect/Animasi	106
Gambar 4.80 Stopwatch Pada Scale	106
Gambar 4.81 Diamond (Keyframe)	107
Gambar 4.82 Time Marker	107
Gambar 4.83 Posisi Cursor	108
Gambar 4.84 Jendela Effect	108
Gambar 4.85 Tarikan ke Jendela Effect Control	108
Gambar 4.86 Hue/Saturation	109
Gambar 4.87 Color Balance	109
Gambar 4.88 Curves	110
Gambar 4.89 Sebelum dan Sesudah Koreksi Warna	110
Gambar 4.90 Penyimpanan Renderan	111
Gambar 4.91 Setting Renderan untuk Hasil Video	111
Gambar 4.92 Proses Perenderan	112
Gambar 4.93 Tampilan Total Video Converter	112
Gambar 4.94 Import Convert Video	113
Gambar 4.95 Pilihan Format Video	113
Gambar 4.96 Pilihan Kualitas Video	114
Gambar 4.97 Proses Converting Video	114

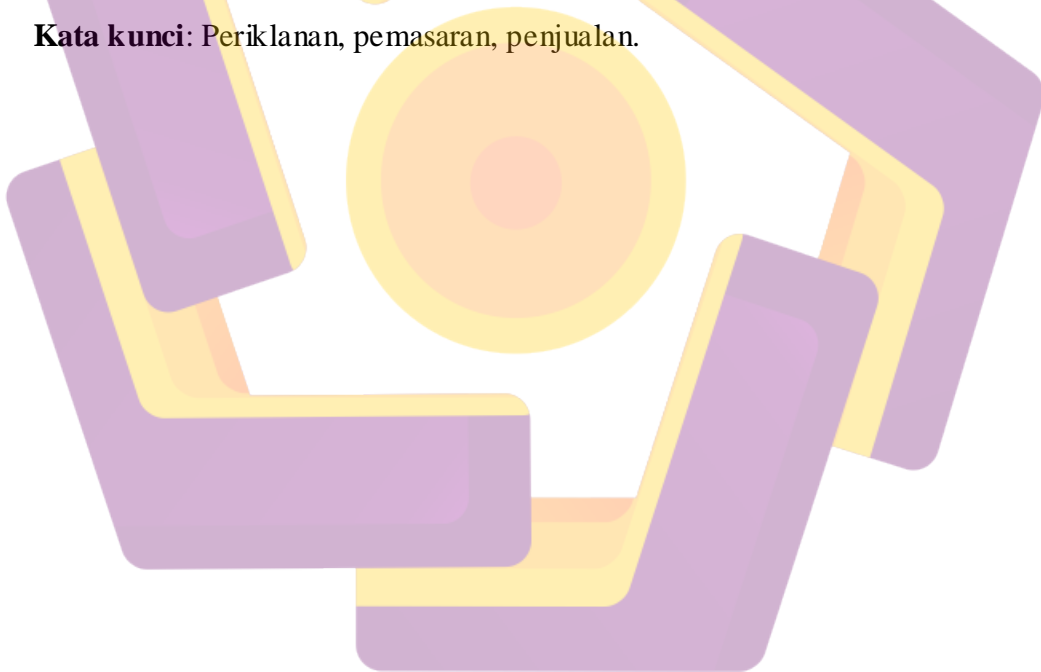
INTISARI

Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang begitu pesat, berdampak semakin tingginya persaingan pasar pada dunia usaha saat ini. Perusahaan yang ingin berhasil dalam persaingan pada era sekarang ini harus memiliki strategi perusahaan yang dapat memahami perilaku konsumen.

Teknologi dalam sebuah periklanan merupakan salah satu daya tarik untuk menarik perhatian konsumen. Pesan yang efektif dalam suatu iklan dan memberikan satu taraf ingatan terhadap nama perusahaan tersebut. Iklan juga membantu kegiatan perusahaan khususnya dalam bidang pemasaran. Sedangkan dari segi konsumen, melalui iklan mereka mendapat informasi mengenai suatu produk.

Untuk mengatasi pokok permasalahan diatas akan dibahas bagaimana membuat iklan pada Bus Damri untuk membantu meningkatkan penjualan jasa pelayanan dan pemasaran agar dapat tersampaikan kepada pelanggan dengan efektif. Dengan memberikan pandangan kepada pelanggan meliputi fasilitas yang disediakan pada Bus Damri, dan pelayanan demi kenyamanan untuk pelanggan.

Kata kunci: Periklanan, pemasaran, penjualan.



ABSTRACT

The development of information technology and globalization that are so rapidly, the increasing impact of market competition in the business world today. Companies that want to succeed in the competition in this era should have a strategy to understand consumer behavior.

Technology in an advertising is one of the attractions to entice consumers. Effective messages in an ad and provide a level of the memory of the company name. Advertisement also helped the company's activities particularly in the field of marketing. In terms of customers, through advertising they got information about a product.

To solve above subject matter will be discussed how to create an ad on Bus Damri to help increase sales and marketing services that can be delivered to customers effectively. With a view to providing customers include facilities provided on the Bus Damri, and services for the convenience of customers.

Keywords: *Advertising, marketing, sales.*

