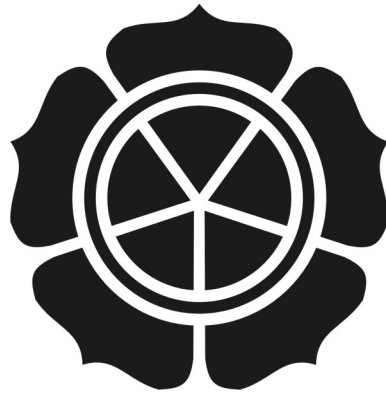


**PEMBUATAN IKLAN GALAXY FITNESS CENTER DAN AEROBIC
BOYOLALI**

SKRIPSI



disusun oleh

Handa Apri Ardika

10.12.4573

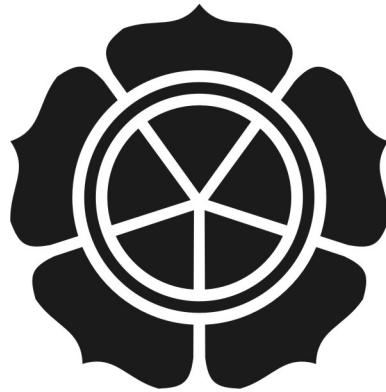
**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2014

**PEMBUATAN IKLAN GALAXY FITNESS CENTER DAN AEROBIC
BOYOLALI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Handa Apri Ardika

10.12.4573

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

2014

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN GALAXY FITNESS CENTER DAN AEROBIC
BOYOLALI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Handa Apri Ardika

10.12.4573

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 20 Desember 2013

Dosen Pembimbing,



Tonny Hidayat, M.Kom

NIK. 190302182

PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN IKLAN GALAXY FITNESS CENTER DAN AEROBIC
BOYOLALI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Handa Apri Ardika

10.12.4573

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 6 Maret 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom

NIK. 190302047

Agus Purwanto, M.Kom

NIK. 190000001

Tonny Hidayat, M.Kom

NIK. 190302182

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 Maret 2014

KETUA STMIK AMIKOM/YOGYAKARTA

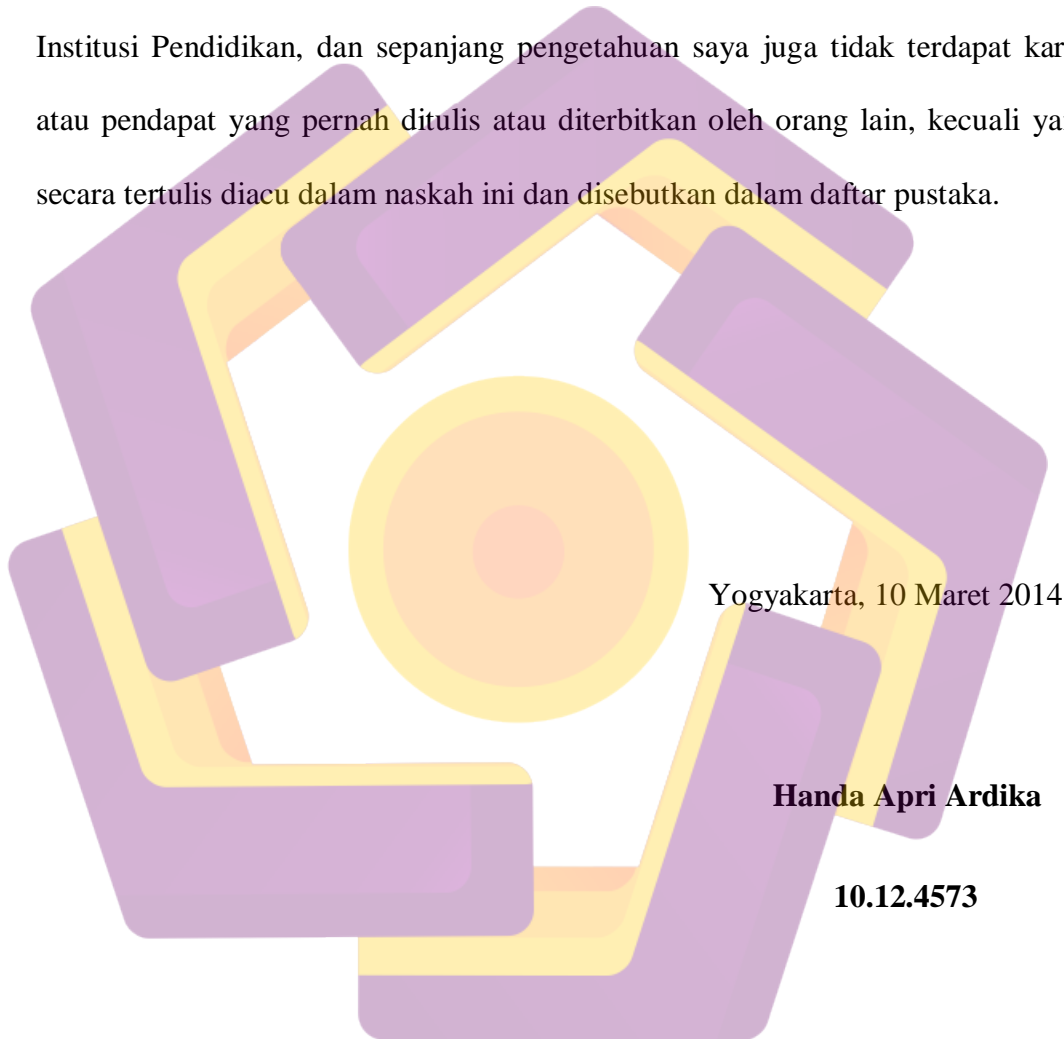


Prof. Dr. M. Suyanto, M.M

NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Yogyakarta, 10 Maret 2014

Handa Apri Ardika

10.12.4573

MOTTO

*be your self and give your best, There's always way of if we want to try ! I was a
MILANISTI ! Forza Milan ! L-Men, Trust Me it Work's ! Pray for Kelud !*



PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama ALLAH SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Sholawat serta salam tercurah limpahkan kepada Nabi akhir zaman Muhammad SAW.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Tuhan semesta Alam. Atas petunjuk, rahmat dan ridho darimulah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang senantiasa bersyukur atas nikmatnya, sabar dan ikhlas atas ujian dan cobaannya dan bertaubat dengan sungguh-sungguh untuk meraih keridoannya, kepada mereka :

1. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan yang tak pernah berhenti.
2. Kakak dan Adikku yang senantiasa memberi dorongan dan dukungannya.
3. Kakek dan Nenekku yang selalu memberikan doanya.
4. Untuk semua pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

KATA PENGANTAR

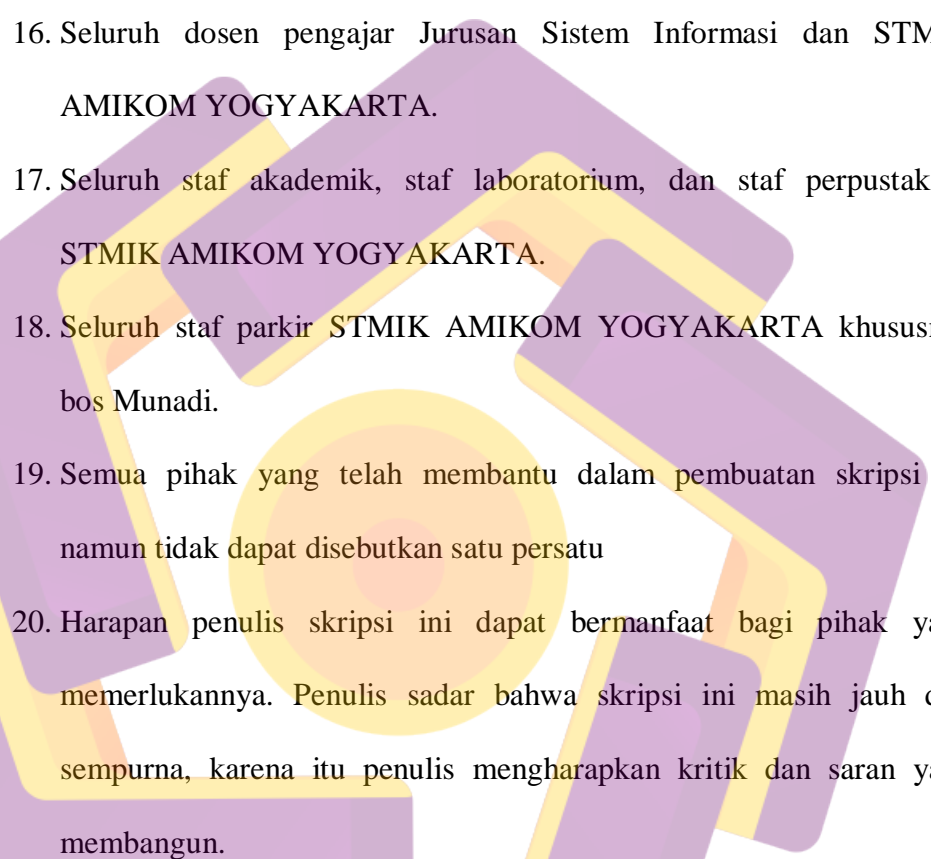
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi dengan judul : Pembuatan Iklan Galaxy Fitness Center dan Aerobic Boyolali.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Sistem Informasi 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 ada beberapa pihak yang dengan tulus ikhlas telah membantu tersusunnya skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam pembuatan iklan Galaxy Fitness Center dan Aerobic Boyolali dan pembuatan laporan skripsi ini. Setiap kali mengeluh, kepadaNya mengadu, dan setiap itu pula selalu diberikan kemudahan.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M, yang saya hormati selaku ketua STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
3. Bapak Drs. Bambang Sudaryanto, M.M, selaku ketua jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

4. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom yang saya hormati selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan dalam pembuatan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA yang telah banyak memberikan ilmunya selama kuliah.
6. Bapak dan Ibu yang telah membesarkan dan mendidik dengan penuh kasih sayang.
7. Kakakku dan Adikku yang selalu menghiburku dan menyemangatiku.
8. Teman-teman fitnes di Galaxy Fitness Center dan Aerobic Boyolali, khususnya Mas Novan yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Galaxy Fitness Center dan Aerobic.
9. Teman-teman kos, seperti abang gusti, mas joko, Ikhsan, Abi, Abang Irfan, Fikri, Akbar, Tyan, dan mas Ridwan.
10. Teman-teman satu kelas anak-anak 10 S1 SI 03, *I will always remember you !*
11. Teman –teman *Big City Team*, seperti Sanjaya, Bambang, Hadi, Ryan, Anggoro dan lain-lain.
12. Serdadu kontrakan maguwo, Anzelmus, Epul “Saep” , Adit “Scoeeb”, ”Joe” Imron, Rio, Cahyono, Dian, Antox.
13. Teman-teman Fitnes di *Life gym Yogyakarta*, *L-men Community Yogyakarta* *always “Keep Healthy Life !”*, *Milanisti Sezione Jogja* *always Forza Milan !*.

- 
14. Anak-anak Upin-Ipin Genk, Pace Endra, Pace Edi, Pace Fherdy, Pace Mario, Pace Alvin, Pace Ridho dan lain-lain.
 15. Khoirul Ariza alias Simbah yang sudah membantu saat *shooting* atau pengambilan gambar.
 16. Seluruh dosen pengajar Jurusan Sistem Informasi dan STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
 17. Seluruh staf akademik, staf laboratorium, dan staf perpustakaan STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
 18. Seluruh staf parkir STMIK AMIKOM YOGYAKARTA khususnya bos Munadi.
 19. Semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu
 20. Harapan penulis skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukannya. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Yogyakarta, 10 Maret 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
INTISARI	xxi
<i>ABSTRACT</i>	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metodologi Penelitian	4
1.6.1 Metode Observasi	5

1.6.2 Metode Wawancara	5
1.6.3 Metode Kepustakaan	5
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Sejarah Periklanan di Televisi	7
2.1.1 Pengertian Iklan	7
2.1.2 Jenis – Jenis Iklan	9
2.1.3 Fungsi dan Tujuan Iklan	10
2.1.4 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	13
2.1.5 Manajemen Periklanan	14
2.2 Strategi Perancangan Iklan Televisi	16
2.2.1 Strategi Menetapkan Audien Sasaran	16
2.2.2 Strategi Pembidikan Pasar dan Penentuan Posisi	16
2.2.3 Strategi Mencari Keunggulan Produk	17
2.2.4 Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi ..	17
2.2.5 Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi	17
2.2.6 Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan Televisi	17
2.2.7 Strategi Merancang Gaya Eksekusi Pesan Iklan Televisi	18
2.2.8 Strategi Merancang Slogan, Logo, Simbol dalam Eksekusi Pesan Iklan Televisi.....	18
2.2.9 Strategi Merancang Naskah dan <i>Storyboard</i> Iklan Televisi	18

2.2.10 Strategi Memproduksi Iklan Televisi	18
2.3 Peralatan <i>Editing</i> dan Peralatan Pengambilan Gambar	19
2.3.1 Laptop	19
2.3.2 DSLR Kamera	20
2.3.3 Tripod	20
2.4 Tahap Memproduksi Iklan	21
2.4.1 Pra Produksi	21
2.4.2 Produksi	22
2.4.3 Pasca Produksi	22
2.5 Teknik Pengambilan Gambar	23
2.5.1 Pengambilan Gambar (<i>Camera Angle</i>)	23
2.5.2 Bidikan Kamera (<i>shoot</i>)	24
2.5.3 Gerakan Pada Kamera	26
2.6 Merekam Suara	27
2.7 Jenis Penelitian.....	28
2.7.1 Penelitian Deskriptif (<i>Deskriptive Study</i>)	28
2.8 Jenis dan Sumber Data Penelitian	28
2.9 Desain Pengukuran	29
2.9.1 Skala Guttman	29
2.10 Syarat Sampel yang Baik	29
2.11 Ukuran Sampel	32

2.12 Teknik-Teknik Pengambilan Sampel	34
2.12.1 <i>Simple Random Sampling</i> atau Sampel Acak Sederhana	35
2.13 Teknik Pengumpula Data	36
2.13.1 Teknik Pengumpulan Data dengan Angket atau Kuesioner	37
2.14 Spesifikasi Perangkat Lunak Yang Digunakan	38
2.14.1 Adobe Premiere Pro CS3	38
2.14.2 Adobe After Effects CS3	39
2.14.3 Adobe Photoshop CS3	40
2.14.4 Adobe Soundbooth CS3	41
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN	43
3.1 Gambaran Umum Tentang Galaxy Fitness Center dan Aerobic	43
3.1.1 Profil Galaxy Fitness Center dan Aerobic	43
3.1.2 Gambaran Umum Media Promosi Yang Lama	43
3.1.3 Tujuan	44
3.1.4 Sasaran	44
3.2 Strategi Usaha	45
3.3 Persaingan Usaha	45
3.4 Analisis Permasalahan	45
3.5 Analisis SWOT	46
3.6 Analisis Kebutuhan Fungsional Iklan	49
3.7 Analisis Kebutuhan Non Fungsional Iklan	49

3.7.1 Aspek <i>Hardware</i>	49
3.7.2 Aspek <i>Software</i>	52
3.7.3 Aspek <i>Brainware</i>	53
3.8 Studi Kelayakan	55
3.8.1 Segmentasi TV (Lokal)	55
3.8.2 Penempatan Iklan	56
3.8.3 Kelayakan Ekonomi	58
3.8.4 Kelayakan Operasi atau Organisasi	58
3.8.5 Kelayakan Hukum	59
3.8.6 Kelayakan Strategik	60
3.9 Tahap Pra Produksi	61
3.9.1 Perancangan Ide Cerita	61
3.9.2 Perancangan Naskah Cerita	62
3.9.3 Perancangan <i>Diagram Scene</i>	64
3.9.4 Perancangan <i>Storyboard</i>	65
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Tahap-Tahap Pembuatan Iklan	68
4.2 Produksi Iklan	69
4.2.1 Rencana Kegiatan <i>Shooting</i>	69
4.2.2 <i>Shooting</i> atau Pengambilan Gambar	71
4.3 Tahap Pasca Produksi	75

4.3.1 <i>Capturing</i>	76
4.3.2 <i>Editing</i>	79
4.3.2.1 Pembuatan Background <i>Fire</i>	83
4.3.2.2 Pembuatan Video Animasi Pembuka	88
4.3.2.3 Membuat Effect Tulisan dan Title	95
4.3.2.4 Pembuatan Animasi menggunakan <i>Position</i>	101
4.3.2.5 Pembuatan Video Penutup	103
4.3.2.6 Perekam Narasi	111
4.3.2.7 Menghilangkan <i>Noise</i> pada Rekaman Audio	113
4.3.2.8 Pemilihan lagu SFX (Sound Effect)	114
4.3.2.9 Penggabungan Video dan Audio	114
4.3.3 <i>Rendering</i>	115
4.3.4 <i>Mastering</i>	116
4.4 Hasil Akhir <i>Editing</i>	117
4.5 Pengetesan Iklan Galaxy Fitness Center dan Aerobic Boyolali	118
4.6 Proses Penayangan Iklan	122
BAB V PENUTUP	123
5.1 Kesimpulan	123
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rincian Biaya Peralatan <i>Shooting</i>	51
Tabel 3.2 Rician Biaya Peralatan <i>Editing</i>	52
Tabel 3.3 Rincian Biaya <i>Software</i>	53
Tabel 3.4 Rincian Biaya <i>Brainware</i>	54
Tabel 3.5 Biaya Penayangan Iklan RBTv	56
Tabel 3.6 Analisis Kelayakan Operasi atau Organisasi	58
Tabel 3.7 Analisis Kelayakan Hukum	59
Tabel 3.8 Analisis Kelayakan Strategik	60
Tabel 3.9 Perancangan <i>Diagram Scene</i>	64
Tabel 3.10 Perancangan <i>Storyboard</i>	65
Tabel 4.1 Lembar Penilaian Kuesioner Iklan Galaxy Fitness Center dan Aerobic	118
Tabel 4.2 Hasil Penilaian Kuesioner	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajemen Periklanan	15
Gambar 2.2 Laptop Toshiba Satellite L645	19
Gambar 2.3 Canon EOS 550D	20
Gambar 2.4 Tripod	21
Gambar 2.5 Adobe Premiere Pro CS3	39
Gambar 2.6 Adobe After Effects CS3	40
Gambar 2.7 Adobe Photoshop CS3	41
Gambar 2.8 Adobe Soundbooth CS3	42
Gambar 4.1 Struktur Tahap Pembuatan Iklan	68
Gambar 4.2 Papan Galaxy Fitness Center dan Aerobic	72
Gambar 4.3 Ruang Fitness atau <i>gym room</i>	72
Gambar 4.4 Ruang Aerobic atau <i>aerobic room</i>	73
Gambar 4.5 Ruang Ganti atau <i>locker room</i>	73
Gambar 4.6 Tempat Barang atau <i>locker</i>	74
Gambar 4.7 Area Parkir atau <i>parking area</i>	74
Gambar 4.8 <i>Toilet</i>	75
Gambar 4.9 Tahap Pasca Produksi	76
Gambar 4.10 Tampilan Xilisoft Video Converter Ultimate 5.1.26.0731 -hardal	77

Gambar 4.11 Isi Folder Video	78
Gambar 4.12 Tampilan <i>Welcome to Adobe Premiere Pro CS3</i>	80
Gambar 4.13 Tampilan <i>New Project</i> pada Adobe Premiere Pro CS3	80
Gambar 4.14 <i>Import File</i>	82
Gambar 4.15 <i>Drag Footage ke Timeline</i>	83
Gambar 4.16 Jendela <i>Timeline</i>	83
Gambar 4.17 <i>New Composition</i>	84
Gambar 4.18 Tampilan <i>Composition</i>	84
Gambar 4.19 Tampilan <i>fractal noise</i>	85
Gambar 4.20 Tampilan <i>Sub Offset</i>	85
Gambar 4.21 Tampilan <i>current time</i>	86
Gambar 4.22 Tampilan <i>current time</i>	86
Gambar 4.23 Tampilan setelah di <i>drag ke timeline</i>	87
Gambar 4.24 Tampilan setelah menggunakan <i>fire</i>	87
Gambar 4.25 Tampilan <i>Transition Complet</i>	88
Gambar 4.26 Tampilan <i>Timeline</i>	89
Gambar 4.27 Tampilan <i>Linear Wipe</i>	89
Gambar 4.28 Tampilan <i>effects advanced lightning</i>	90
Gambar 4.29 Tampilan <i>effects advanced lightning</i>	91
Gambar 4.30 Tampilan <i>timeline</i>	91
Gambar 4.31 <i>Opacity</i>	92

Gambar 4.32 Tampilan <i>timeline</i>	92
Gambar 4.33 Tampilan <i>effect lens flare</i>	93
Gambar 4.34 Tampilan di layar <i>preview</i>	94
Gambar 4.35 Tampilan <i>timeline</i>	94
Gambar 4.36 Pembuatan layer baru	95
Gambar 4.37 Tampilan di <i>preview</i>	95
Gambar 4.38 Tampilan <i>timeline</i>	96
Gambar 4.39 Tampilan <i>opacity</i> di <i>timeline</i>	97
Gambar 4.40 Pengaturan pada <i>the wiggler</i>	97
Gambar 4.41 Tampilan <i>timeline</i>	98
Gambar 4.42 Pengaturan <i>CC Pixel Polly</i>	98
Gambar 4.43 Tampilan <i>preview</i> dan <i>timeline</i>	99
Gambar 4.44 Tampilan pada jendela <i>preview</i>	100
Gambar 4.45 Tampilan pada jendela <i>preview</i>	100
Gambar 4.46 Tampilan <i>main options</i>	101
Gambar 4.47 <i>Import File</i>	102
Gambar 4.48 Tampilan <i>timeline</i>	102
Gambar 4.49 Tampilan di layar <i>preview</i>	103
Gambar 4.50 <i>Composition Settings</i>	103
Gambar 4.51 <i>Import File</i>	104
Gambar 4.52 <i>Solid Settings</i>	104

Gambar 4.53 Tampilan <i>effect radio waves</i>	105
Gambar 4.54 Tampilan layar <i>preview</i>	106
Gambar 4.55 Tampilan layar <i>preview</i>	106
Gambar 4.56 Tampilan layar <i>preview</i>	107
Gambar 4.57 Tampilan <i>timeline</i>	108
Gambar 4.58 Tampilan di layer <i>preview</i>	109
Gambar 4.59 <i>Camera Settings</i>	110
Gambar 4.60 Tampilan di layer <i>preview</i>	111
Gambar 4.61 Tampilan pengaturan <i>audio</i>	112
Gambar 4.62 Tampilan <i>audio</i> pada adobe soundbooth CS3.....	112
Gambar 4.63 Kotak dialog <i>noise reduration</i>	113
Gambar 4.64 <i>Removing noise</i>	113
Gambar 4.65 Penggabungan video dan audio di Adobe Premiere Pro CS3 ...	114
Gambar 4.66 Jendela <i>export settings</i>	115
Gambar 4.67 Proses <i>rendering</i>	116
Gambar 4.68 Proses <i>burning</i>	117
Gambar 4.69 Hasil akhir iklan Galaxy Fitness Center dan Aerobic Boyolali.....	117

Pembuatan Iklan Galaxy Fitness Center dan Aerobic Boyolali

INTISARI

Galaxy Fitness Center dan Aerobic merupakan sebuah tempat pusat kebugaran atau tempat fitness center dan aerobic yang berada di Jl. Pandanaran No. 323B, Boyolali. Disini juga mempunyai beberapa fasilitas yaitu : ruang fitness, ruang aerobic, toilet, ruang sholat, ruang ganti dan lain-lain. Di dalam sistem promosi tempat ini masih menggunakan selebaran-selebaran dan informasi dari mulut-mulut antar pengunjung terhadap masyarakat luar. Sistem promosi ini sebenarnya kurang efektif dan maksimal. Karena sistem promosi tersebut hanya menyebar ke sebagian kecil masyarakat saja, dan belum bisa menyebar ke masyarakat luas.

Iklan adalah bentuk publikasi suatu aktifitas, produk atau layanan kepada masyarakat luas melalui media masa dan internet seperti koran, TV, Radio atau website atau lainnya yang bersentuhan langsung dengan publik. Iklan ada beberapa bentuk, iklan komersil, iklan sosial, iklan layanan masyarakat dan lainnya. Iklan komersil adalah bentuk publikasi suatu produk dan layanan komersil yang bertujuan peningkatan kepercayaan pelanggan kepada suatu nama produk dan layanan yang di selenggarakan oleh lembaga bisnis. Iklan sosial adalah bentuk publikasi suatu keadaan yang mengharapkan kepedulian dari banyak orang. Iklan layanan masyarakat adalah bentuk publikasi suatu keadaan yang mengisyaratkan perubahan atau tindakan dari setiap orang untuk melakukan perubahan keadaan yang lebih baik. Dalam Aplikasi ini akan menggunakan jenis iklan komersil untuk menarik perhatian pengunjung.

Dalam survey pengunjung yang dilakukan untuk member maupun non member di tempat fitness menunjukkan pada hari senin dari jam 9 pagi sampai dengan jam 9 malam dan hari-hari berikutnya tercatat didalam buku absen pengunjung serta karcis untuk harian sekitar 20 orang pengujung, pada hari selasa 18 orang pengujung, pada hari rabu 25 orang pengujung, pada hari kamis 16 orang pengujung, pada hari jumat 22 orang pengujung, dan pada hari sabtu 30 orang pengujung. Itu adalah survey dari tanggal 2-7 Desember 2013 kemarin. Kelas Aerobic sendiri hanya membuka dua latihan dalam satu minggu, yaitu pada hari rabu dengan sabtu pada jam 16.30 - 17.15 WIB dan dengan instruktur yang berbeda. Pada hari rabu tanggal 4 Desember 2013 menunjukkan 18 orang dan pada hari sabtu tanggal 7 Desember 2013 menunjukkan 20 orang pengujung yang mengikuti senam aerobic.

Kata Kunci : Galaxy Fitness Center dan Aerobic, Promosi, Iklan.

Ad Creation Galaxy Fitness Center and Aerobic Boyolali

ABSTRACT

Galaxy Fitness Center and Aerobics is a fitness center or a place where fitness and aerobic center located at Jl. Pandanaran No . 323B , Boyolali . Here also has some facilities are : fitness room , aerobics room , toilets , prayer room , locker room and others. At this point in the promotion system still uses leaflets and information from the mouths among visitors to the outside community . The promotion system is actually less effective and maximum . Because of the promotion system only spread to a small part of society only, and can not be spread to the wider community.

Advertising is a form of publication of an activity , product or service to a broad human through mass media such as newspapers and the internet , TV , radio or other website or in direct contact with the public . There is some form of advertisement , commercial advertising , social advertising , and other public service announcements . Commercial advertising is a form of publication of commercial products and services aimed at the increase in the confidence of customers to a product or service names are held by business organizations . Social advertising is a form of publication that expects a state concern of many people . Public service ads are a form of publication that signaled a change in circumstances or actions of any person to make changes to better circumstances . In these applications will use this type of commercial advertising to attract the attention of visitors .

In a visitor survey conducted for members and non- members on a wide range of shows on Monday from 9 am until 9 pm and the next day was recorded in the absence of visitors and book a ticket to the end of the day about 20 people , on Tuesday 18 visitors , at the end of Wednesday 25 , on Thursday 16 visitors , on Friday 22 visitors , and on Saturday 30 visitors . It is a survey of dated 2-7 December 2013 yesterday . Aerobic class itself is only open two exercises in one week , on Wednesday to Saturday at 16:30 to 17:15 pm and with different instructors . On Wednesday dated December 4, 2013 showed 18 people and on Saturday dated December 7, 2013 shows 20 visitors who follow aerobic gymnastics.

Keywords : *Galaxy Fitness Center dan Aerobic, Promotion , Advertising*