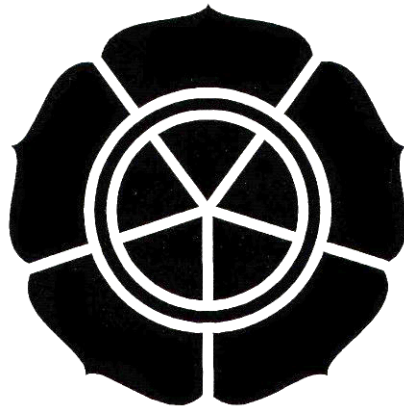


**PENERAPAN VISUAL EFEK 3D DAN MOTION GRAPHICS PADA  
PEMBUATAN IKLAN TAMAN HIBURAN TAMAN PELANGI  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**G. A. Tri Ayu Intan Cahyani**

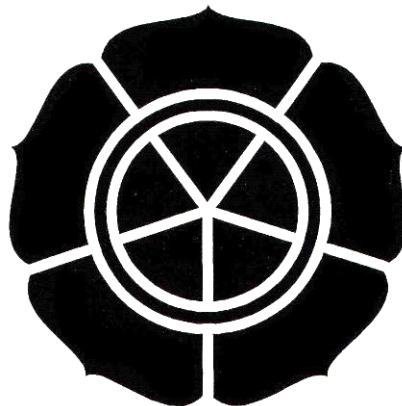
**10.12.4649**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2014**

**PENERAPAN VISUAL EFEK 3D DAN MOTION GRAPHICS PADA  
PEMBUATAN IKLAN TAMAN HIBURAN TAMAN PELANGI  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**G. A. Tri Ayu Intan Cahyani**

**10.12.4649**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2014**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN VISUAL EFEK 3D DAN MOTION GRAPHIC PADA  
PEMBUATAN IKLAN TAMAN HIBURAN TAMAN PELANGI  
YOGYAKARTA**

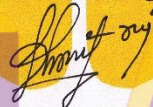
yang dipersiapkan dan disusun oleh

**G. A. Tri Ayu Intan Cahyani**

10.12.4649

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 02 Oktober 2014

**Dosen Pembimbing,**



**Dhani Ariatmanto, M. Kom**

**NIK. 190302197**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN VISUAL EFEK 3D DAN MOTION GRAPHIC PADA  
PEMBUATAN IKLAN TAMAN HIBURAN TAMAN PELANGI  
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**G. A. Tri Ayu Intan Cahyani**

10.12.4649

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 September 2014

**Susunan Dewan Penguji**

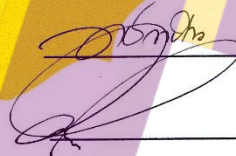
**Nama Penguji**

**Dhani Ariatmanto, M.Kom**  
NIK. 190302197

**Windha Mega Pradnya D, M. Kom**  
NIK. 190302185

**Rizqi Sukma Kharisma, M. Kom**  
NIK. 190302215

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 02 Oktober 2014

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**



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

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan 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 dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 30 September 2014

**G. A. Tri Ayu Intan Cahyani**

**10.12.4649**



## MOTTO

“Apapun yang ada di dunia ini, apapun yang telah terjadi dan apapun yang akan terjadi, semua itu adalah kehendak Nya”

(Rgveda : X.90.2)

“Kenapa kita terjatuh? Agar kita bisa bangkit kembali”

(Batman Begins)

“Waktu akan menyembuhkan segalanya”

(Mahabarata)

Memberi tidak akan membuat ku menjadi miskin, dan bumi adalah tempat untuk berbagi.

(Penulis)

Aku mau tidak usah terlalu takut pada akhir dari sesuatu, tidak peduli betapa besar dan berharganya sesuatu itu untukku, karena setiap akhir dari sesuatu adalah awal yang baru.

(Penulis)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Sang Hyang Widhi Wasa yang telah dan selalu memberikan segalanya yang aku butuhkan dan terbaik untukku.
- Kedua orang tua ku yang sangat berharga bagiku : Papa I.K.G Arsawijana (Alm) dan Mama Susilowati yang tidak pernah berhenti dan selalu mencintaiku serta selalu memberi kan bimbingan, doa serta restu nya.
- Ketiga kakak ku, Kak Putu Lelyana, Kak Made Kartika Suryawan, Kak Imam yang ke tiganya selalu memberikan motivasi, semangat, cinta, dan selalu membuatku tertawa serta merasa selalu disayangi dan dicintai.
- Adikku Nasywa Ayu Callista yang sangat aku sayang, membuatku dan mengajarkanku tentang kedewasaan dan kasih sayang.
- Keluarga besarku tercinta dan seluruh almamaterku...
- Sahabat-sahabatku yang terbaik Yusnia, Cherry, Surya, Ian, Bimo, Bowo, Nadia, Obi, Pele, Mas Dhani, Ayu kero-keropi, Sigit, Uril, Aji serta keluarga ku Onegai Shelter semuanya yang selalu membantuku, mendukungku, serta mengisi hari-hariku dengan penuh tawa dan canda karena kekomplongan kalian semua, aku cinta kalian.
- Mas Ardian yang sering dan mau aku buat repot serta dengan terpaksa sabar mengajariku hehehe tengkyu mas men tengkyu tetangga kos.
- Wanita-wanita super wisma Alpukat yang telah mendoakan dan mendukungku, kalian semua daebakkk!!!

## KATA PENGANTAR

### **Aum Swastyastu**

Segala puji bagi Sang Hyang Widhi Wasa atas segala nikmat dan karunia Nya, sehingga dengan petunjuk dan kemudahan yang telah diberikan, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga Engkau memberikan petunjuk hidup dan kemudahan terhadap apa yang menjadi cita-cita dan harapanku.

Atas rahmad serta berkah Nya juga, penyusunan skripsi yang berjudul **“PENERAPAN VISUAL EFEK 3D DAN MOTION GRAPHIC PADA PEMBUATAN IKLAN TELEVISI TAMAN HIBURAN TAMAN PELANGI YOGYAKARTA”** ini dapat terselesaikan dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada STMIK AMIKOM Yogyakarta. Semoga karya yang tidak seberapa nilainya ini dapat memberikan manfaat bagi mereka yang membacanya, khususnya bagi rekan-rekan mahasiswa.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat, rasa sayang dan mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Bambang Sudaryanto, Drs, MM selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Dhani Ariatmanto, M.Kom selaku dosen pembimbing.
4. Keluarga yang telah memberikan semangat dan dukungan.
5. Management Taman Pelangi Monjali yang sangat membantu.
6. Dan kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti mengharapkan saran maupun kritik yang bersifat



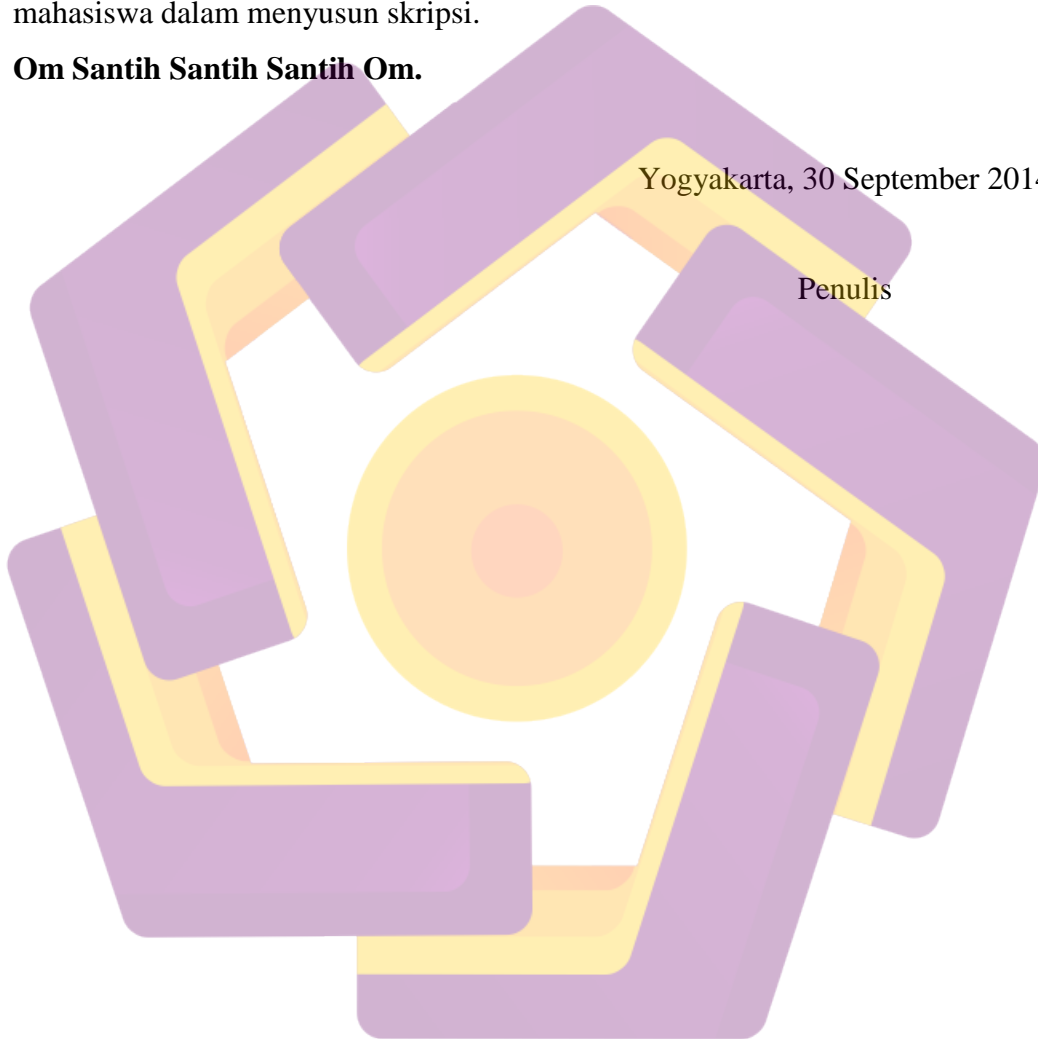
membangun dari semua pihak (khususnya pembaca) guna menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya oleh para pembaca dan sebagai kajian mahasiswa dalam menyusun skripsi.

**Om Santih Santih Santih Om.**

Yogyakarta, 30 September 2014

Penulis



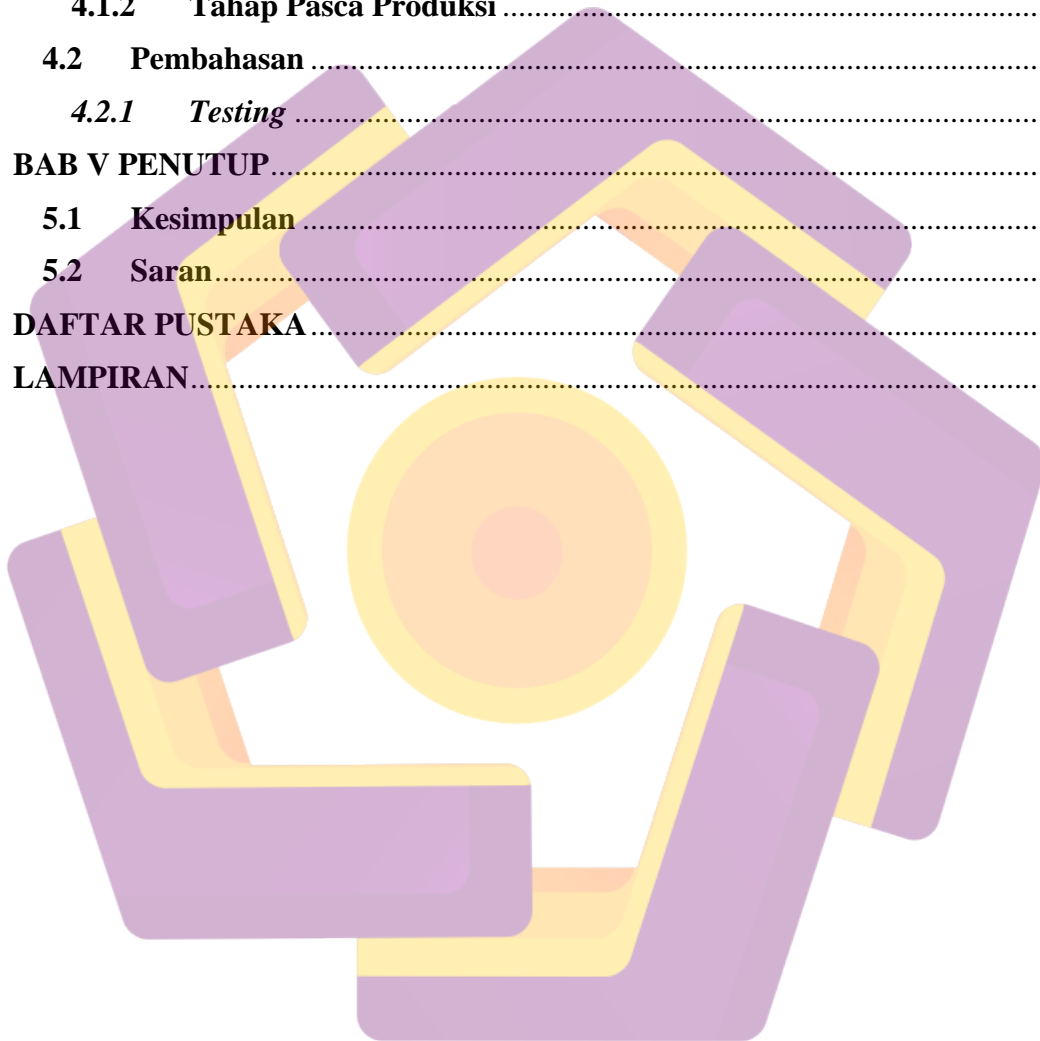
## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>JUDUL</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>INTISARI</b> .....	xx
<b>ABSTRACT</b> .....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	2
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	2
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	3
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	3
<b>1.6 Metode Penelitian</b> .....	4
<b>1.7 Sistematika Penulisan</b> .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	7
<b>2.1 Tinjauan Pustaka</b> .....	7
<b>2.2 Konsep Dasar Iklan</b> .....	8
<b>2.2.1 Pengertian Iklan</b> .....	8
<b>2.2.2 Manajemen Periklanan</b> .....	9
<b>2.2.3 Jenis-Jenis Iklan</b> .....	10
<b>2.2.4 Fungsi-Fungsi Iklan</b> .....	12

<b>2.3</b>	<b>Perencanaan Media</b> .....	14
2.3.1	Menetapkan Audiensi Sasaran .....	15
2.3.2	Menentukan Tujuan Media .....	16
2.3.3	Menetapkan Strategi Media.....	18
2.3.4	Menetapan Jadwal Media .....	21
<b>2.4</b>	<b>Iklan Media Penyiaran</b> .....	23
2.4.1	Kekuatan dan Kekurangan Iklan Televisi.....	24
<b>2.5</b>	<b>Taktik Kreatif Iklan Televisi</b> .....	29
<b>2.6</b>	<b>Perencanaan dan Produksi Iklan Televisi</b> .....	31
2.6.1.	<i>Development</i> .....	33
2.6.2.	<b>Pra Produksi</b> .....	34
2.6.3.	<b>Produksi</b> .....	36
2.6.4.	<b>Pasca Produksi</b> .....	38
<b>2.7</b>	<b>Strategi Merancang iklan Televisi</b> .....	39
2.7.1	<b>Strategi Menetapkan Audien Sasaran</b> .....	39
2.7.2	<b>Strategi Pembidikan Pasar dan Penempatan Posisi</b> .....	40
2.7.3	<b>Strategi Mencari Keunggulan Produk</b> .....	40
2.7.4	<b>Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi</b> .....	41
2.7.5	<b>Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi</b> .....	42
2.7.6	<b>Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan Televisi</b> .....	43
2.7.7	<b>Strategi Merancang Gaya Eksekusi Pesan Iklan Televisi</b> .....	43
2.7.8	<b>Strategi Merancang Slogan, Logo, dan Simbol</b> .....	43
2.7.9	<b>Strategi Merancang Naskah Dan Story board Iklan Televisi</b> .....	44
<b>2.8</b>	<b>Pengambilan Gambar</b> .....	44
<b>2.9</b>	<b>Definisi 3D dan Motion graphics</b> .....	45
2.9.1	<b>Animasi 3D</b> .....	45
2.9.2	<b>Motion graphics</b> .....	48
<b>2.10</b>	<b>Teknik Pengambilan Gambar</b> .....	48
2.10.1	<b>Pengambilan Gambar (camera angel).</b> .....	48
2.10.2	<b>Bidikan Kamera (shoot)</b> .....	51

2.10.3	Gerakan Pada Kamera.....	57
2.11	Istilah dalam <i>Story board</i> .....	60
2.12	Merekam Suara .....	62
2.13	Perangkat Lunak Yang Digunakan.....	62
2.13.1	Adobe Premiere Pro CS5 .....	62
2.13.2	Adobe After Effect CS5 .....	63
2.13.3	Adobe Soundbooth CS5.....	63
2.13.4	Autodesk Maya 2014.....	64
2.13.5	Adobe Photoshop CS 5 .....	65
2.13.6	Celtx.....	65
2.13.7	Boujou .....	66
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....</b>		<b>67</b>
3.1	Tinjauan Umum .....	67
3.1.1	Sejarah Singkat .....	67
3.1.2	Visi dan Misi .....	68
3.1.3	Logo .....	68
3.1.4	Fasilitas - Fasilitas .....	68
3.2	Metode Pengembangan Iklan Taman Pelangi .....	71
3.3	Tahapan Perencanaan Media.....	73
3.3.1	Penentuan Audiensi Sasaran.....	73
3.3.2	Menentukan Tujuan Media .....	73
3.3.3	Menetapkan Strategi Media .....	73
3.3.4	Menetapkan Jadwal Media .....	74
3.4	Tahap Analisis .....	74
3.4.1	Analisis Masalah .....	74
3.4.2	Mengidentifikasi Masalah .....	75
3.4.3	Analisis SWOT .....	78
3.4.4	Analisis Kebutuhan Sistem .....	84
3.5	Tahapan Desain .....	86
3.5.1	<i>Development</i> .....	86

<b>3.5.2</b>	<b>Pra Produksi</b> .....	91
<b>BAB IV</b>	<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN</b> .....	98
<b>4.1</b>	<b>Implementasi</b> .....	98
<b>4.1.1</b>	<b>Tahap Produksi</b> .....	98
<b>4.1.2</b>	<b>Tahap Pasca Produksi</b> .....	114
<b>4.2</b>	<b>Pembahasan</b> .....	131
<b>4.2.1</b>	<i>Testing</i> .....	131
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	154
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	154
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	155
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	156
<b>LAMPIRAN</b>	.....	157

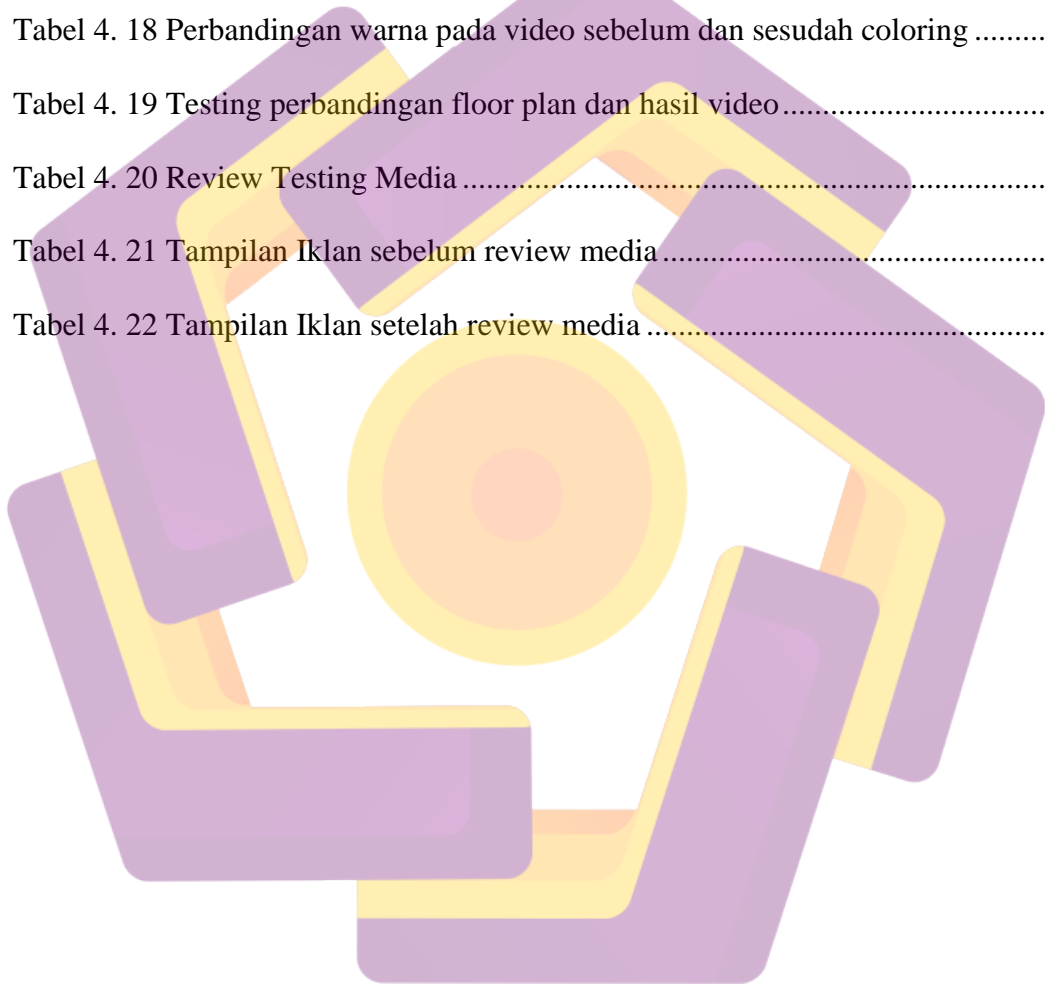


## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Harga Tiket .....	70
Tabel 3.2 Analisi SWOT.....	82
Tabel 3. 3 Rincian Perangkat Keras.....	84
Tabel 3. 4 Rincian Peralatan Syuting.....	84
Tabel 3. 5 Rincian Kebutuhan Perangkat Lunak.....	85
Tabel 3. 6 Rincian Kebutuhan Perangkat Lunak .....	87
Tabel 3. 7 Script Iklan Taman Pelangi Monjali .....	94
Tabel 4. 1 Keterangan pada Floor Plan Sc. 1 .....	100
Tabel 4. 2 Keterangan pada Floor Plan Sc. 2.1 .....	101
Tabel 4. 3 Keterangan pada Floor Plan Sc. 2.2.....	102
Tabel 4. 4 Keterangan pada Floor Plan Sc. 2.3.....	103
Tabel 4. 5 Keterangan pada Floor Plan Sc. 3.....	104
Tabel 4. 6 Keterangan pada Floor Plan Sc. 4.....	104
Tabel 4. 7 Keterangan pada Floor Plan Sc. 5.....	105
Tabel 4. 8 Keterangan pada Floor Plan Sc. 6.....	106
Tabel 4. 9 Keterangan pada Floor Plan Sc. 7.....	107
Tabel 4. 10 Keterangan pada Floor Plan Sc. 8.....	108
Tabel 4. 11 Keterangan pada Floor Plan Sc. 9.1.....	109
Tabel 4. 12 Keterangan pada Floor Plan Sc. 9.2.....	109
Tabel 4. 13 Keterangan pada Floor Plan Sc. 10.....	110



Tabel 4. 14 Keterangan pada Floor Plan Sc. 11 .....	111
Tabel 4. 15 Keterangan pada Floor Plan Sc. 12.....	112
Tabel 4. 16 Spesifikasi kamera Canon EOS 600D .....	113
Tabel 4. 17 Testing perbandingan floor plan dan hasil video.....	131
Tabel 4. 18 Perbandingan warna pada video sebelum dan sesudah coloring .....	135
Tabel 4. 19 Testing perbandingan floor plan dan hasil video.....	140
Tabel 4. 20 Review Testing Media .....	140
Tabel 4. 21 Tampilan Iklan sebelum review media.....	141
Tabel 4. 22 Tampilan Iklan setelah review media .....	147



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bird Eye View .....	49
Gambar 2. 2 Low Angel.....	49
Gambar 2. 3 High Angel.....	50
Gambar 2. 4 Eye Level .....	50
Gambar 2. 5 Frog Level.....	51
Gambar 2. 6 Extreem Close-up.....	52
Gambar 2. 7 Big Close-up.....	52
Gambar 2. 8 Close-up .....	52
Gambar 2. 9 Medium Close-up.....	53
Gambar 2. 10 Mid Shoot.....	53
Gambar 2. 11 Knee Shoot.....	54
Gambar 2. 12 Full Shoot.....	54
Gambar 2. 13 Long Shoot.....	55
Gambar 2. 14 Extreem Long Shoot .....	55
Gambar 2. 15 Shoot .....	56
Gambar 2. 16 K.2 Shoot.....	56
Gambar 2. 17 I.3 Shoot .....	56
Gambar 2. 18 Group Shoot .....	57
Gambar 2. 19 Pergerakan kamera dengan tehnik zoom.....	58
Gambar 2. 20 Pergerakan kamera dengan tehnik panning.....	58

Gambar 2. 21 Pergerakan kamera dengan tehnik tilting.....	59
Gambar 2. 22 Pergerakan kamera dengan tehnik dolly .....	59
Gambar 2. 23 Pergerakan kamera dengan tehnik swing.....	59
Gambar 2. 24 Pergerakan kamera dengan tehnik tracking .....	60
Gambar 2. 25 Pergerakan kamera dengan tehnik crane.....	60
Gambar 2. 26 Tampilan Adobe Premiere CS5 .....	63
Gambar 2. 27 Tampilan Adobe After Effect.....	63
Gambar 2. 28 Tampilan Adobe Soundbooth .....	64
Gambar 2. 29 Tampilan Autodesk Maya 2014.....	65
Gambar 2. 30 Tampilan Adobe Photoshop CS5.....	65
Gambar 2. 31 Tampilan Celtx.....	66
Gambar 2. 32 Tampilan Boujou.....	66
Gambar 3. 1 Logo Taman Pelangi .....	68
Gambar 3. 2 Diagram Pembuatan Iklan Taman Pelangi.....	72
Gambar 3. 3 Bagan Development.....	86
Gambar 3. 4 Shooting Sequence .....	90
Gambar 3. 5 Bagan Development.....	91
Gambar 3. 6 Peta lokasi Taman Pelangi .....	93
Gambar 4. 1 Bagan Produksi .....	98
Gambar 4. 2 Perbandingan story board dan hasil video .....	99
Gambar 4. 3 durasi pada naskah dan hasil shooting .....	100

Gambar 4. 4 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 1.....	101
Gambar 4. 5 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 2.1.....	102
Gambar 4. 6 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 2.2.....	103
Gambar 4. 7 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 2.3.....	103
Gambar 4. 8 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 3.....	104
Gambar 4. 9 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 4.....	105
Gambar 4. 10 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 5.....	105
Gambar 4. 11 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 6.....	107
Gambar 4. 12 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 7.....	108
Gambar 4. 13 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 8.....	108
Gambar 4. 14 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 9.1.....	109
Gambar 4. 15 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 9.2.....	110
Gambar 4. 16 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 10.....	111
Gambar 4. 17 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 11.....	111
Gambar 4. 18 Floor Plan Iklan Taman Pelangi Sc. 12.....	112
Gambar 4. 19 Bagan Pasca Produksi .....	115
Gambar 4. 20 Tahap Pemotongan Video .....	116
Gambar 4. 21 Penggunaan video transition .....	117
Gambar 4. 22 Coloring pada After Effect CS 5 .....	117
Gambar 4. 23 Pembuatan text di Adobe Premiere Pro CS 5 .....	118
Gambar 4. 24 Pembuatan text di AE CS 5.....	119

Gambar 4. 25 Tampilan mograph setelah review testing media.....	120
Gambar 4. 26 Tampilan teks hasil masking.....	120
Gambar 4. 27 Sebelum ditambahkan essential burn.....	121
Gambar 4. 28 Setelah ditambahkan essential burn.....	121
Gambar 4. 29 Proses Dubbing pada Adobe Soundbooth CS5.....	122
Gambar 4. 30 Pengeditan background musik.....	123
Gambar 4. 31 Tahap 1 Modelling Kupu-Kupu.....	123
Gambar 4. 32 Drag Polygon Cylinder.....	124
Gambar 4. 33 Pengaturan Posisi dan Ukuran.....	124
Gambar 4. 34 Tampilan Awal Kepala dan Badan.....	124
Gambar 4. 35 Pembuatan Sayap Kupu-Kupu.....	125
Gambar 4. 36 Bagian Badan, Kepala dan Sayap.....	125
Gambar 4. 37 Pembentukan Antena Kupu-Kupu.....	126
Gambar 4. 38 Texturing kupu-kupu.....	128

## INTISARI

Perkembangan teknologi informasi, khususnya dibidang multimedia saat ini, telah berkembang dengan sangat pesat. Banyak hal yang menarik, seakan tidak ada habisnya untuk dibahas, salah satunya adalah dunia periklanan. Media periklanan sangat penting dalam penyampaian suatu produk ke konsumen. Iklan televisi adalah salah satu media periklanan yang sangat membantu produsen dalam memasarkan sebuah produk, dengan iklan televisi produsen dapat memasarkan produknya dengan jangkauan yang cukup luas. Taman Pelangi Yogyakarta adalah tempat rekreasi keluarga yang menyediakan berbagai hiburan menarik.

Agar kegiatan promosi dari Taman Pelangi Lebih maksimal maka perlu dilengkapi dengan iklan digital atau iklan televisi. Perancangan iklan televisi yang memadukan live shoot dan visual effect membuat sebuah iklan akan lebih menarik. Iklan televisi ini akan memvisualisasikan bagaimana keadaan di Taman Pelangi dan wahana apa saja yang terdapat disana.

Iklan televisi ini berdurasi berkisar 30 detik yang akan berisi fasilitas yang ada di Taman Pelangi Yogyakarta. Dengan adanya iklan televisi multimedia ini diharapkan penyebaran informasi tentang Taman Pelangi ini bisa mendapat respon positif dari masyarakat.

Kata kunci :Iklan, Taman Pelangi, Visual Effect.



## ABSTRACT

As we know, the development of information technology, particularly on multimedia, has been going rapidly nowadays. Lot of interesting things, like it's never end to be discussed, which one of them is advertisement world. Advertisement is an important thing for giving an information or product communication to the people and consumer. Television advertisement is one from many kind type of advertisement which very helpfully to give the information about some product or many kind of information to the people with a wide range.

Taman Pelangi Yogyakarta is one of amusement park on Yogyakarta which provide of exciting entertainment. In order to attract more people, the advertisement is the best idea to make the park more interesting and make more people know about the park. Using the visual effect and live shoot from the park can make the advertisement more interesting and more colorful. This advertisement can tell the situation about the park and what inside there.

This television commercial lasts about 30 seconds or less or little bit more which will contain about the facilities from the Taman Pelangi Yogyakarta amusement park. With this commercial television advertisement hopefully can spread the information about Taman Pelangi and able to attract more people can get positive respons from community.

Keywords : Advertising, Taman Pelangi, Visual Effect.