

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN PARIWISATA PADA
KABUPATEN LOMBOK UTARA, NUSA TENGGARA BARAT**

SKRIPSI



disusun oleh

Haerizal Mahmud

08.12.3168

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

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN PARIWISATA PADA
KABUPATEN LOMBOK UTARA, NUSA TENGGARA BARAT**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Haerizal Mahmud

08.12.3168

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Analisis Dan Perancangan Iklan Pariwisata Pada Kabupaten Lombok
Utara, Nusa Tenggara Barat**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Haerizal Mahmud

08.12.3168

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 1 September 2014

Dosen Pembimbing,



Tonny Hidayat, M.Kom

NIK. 190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

**Analisis Dan Perancangan Iklan Pariwisata Pada Kabupaten Lombok
Utara, Nusa Tenggara Barat**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Haerizal Mahmud

08.12.3168

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 agustus 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182



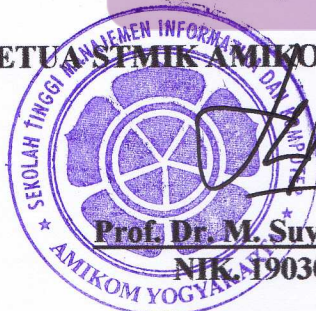
Hanif Al Fatta, M.Kom
NIK. 190302096



Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 1 September 2014

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suvanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan 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 dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, September 2014

Haerizal Mahmud

08.12.3168

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. ALLAH SWT.
2. Ayah saya Mudiarjo, Ibu saya tercinta Satirah, nenek tercinta, dan adik-adikku Firma andriani, Yuliana Astuti, Syaskya Asmaq Audillah, sepupu yulyadi, Ria Hasanah, Resma, keponakan Sodiq, Morazi, terimakasih atas doa, supportnya dan nasihatnya selama ini. Serta seluruh keluarga besarku yang ada di Lombok Utara, ALHAMDULILLAH JAZAKUMULLAHU KHOIRO terima kasih atas dukungan, semangat dan doanya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Sobat-sobatku : febriyanto, mala, mas dim-dim, agung, uki, tile, omy, awan, DR 3019 DQ (yang selalu setia menemani setiap langkah saya selama di jogja) dan teman-teman ku semuanya terima kasih.... Doa dan Jasa - jasa kalian tak kan terlupa sobat.
4. Bapak Ibu guru dari SD, SLTP, SLTA yang mendidik saya, tak terlupa dosen pembimbing Bpk. Tonny Hidayat, M.Kom, serta Dosen – dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang memberi perkuliahan serta ilmunya.
5. Seluruh teman-teman angkatan 2008 khususnya kelas G atas supportnya.

MOTTO

- Allah pasti memberikan yang terbaik untuk hambanya.
- Hidup itu laksana naik sepeda. Untuk mempertahankan keseimbangan, kamu harus tetap bergerak (Albert Einstein).
- Perbaikilah dirimu, niscaya orang akan baik kepadamu.
- Bersungguh-sungguhlah, janganlah malas dan janganlah pula kamu lalai, karena penyelesaian adalah akibat bagi orang yang malas.
- Barang siapa sedikit benarnya/kejujurannya, sedikit pulalah temannya.
- Wahai saudaraku engkau tidak akan mendapatkan ilmu kecuali dengan enam perkara, akan aku berikan kepadamu rinciannya berikut ini:
 1. Kecerdasan
 2. Tamak (terhadap ilmu)
 3. Kesungguhan
 4. Modal
 5. Berkawan dengan guru
 6. Waktu yang panjang
- Seandainya tiada berilmu niscaya manusia itu seperti binatang.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN PARIWISATA PADA KABUPATEN LOMBOK UTARA, NUSA TENGGARA BARAT”** dengan baik.

Karya tulis ini disusun dengan tujuan sebagai pelengkap dari berbagai syarat untuk dapat menyelesaikan program pendidikan jenjang S1 Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.

Pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini, yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom selaku dosen pembimbing dalam penyusunan karya tulis ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
4. Semua Staf “DINAS PARIWISATA KABUPATEN LOMBOK UTARA“.
5. Bapak, Ibu serta kakak-kakak tercinta yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil tanpa henti.
6. Teman-teman seperjuangan di STMIK AMIKOM dan semua teman-teman saya.

Akhir kata penulis harapkan semoga karya tulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxii
INTISARI	xxiii
ABSTRCT	xxiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4

1.5	Manfaat Penelitian.....	4
1.6	Metode Pengumpulan Data	5
1.7	Sistematika Penulisan Laporan	6

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1	Pengertian Iklan.....	7
2.2	Tujuan Periklanan Televisi.....	9
2.3	Jenis Iklan.....	9
2.3.1	Iklan Komersial Dan Nonkomersial.....	9
2.3.2	Iklan Corporate.....	9
2.4	Manajemen Periklanan.....	10
2.5	Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	10
2.6	Produksi.....	10
2.6.1	Pra Produksi	10
2.6.2	Paska Produksi	11
2.7	Brief	11
2.7.1	Brand Review	11
2.7.2	Target Market.....	11
2.7.3	Communication Objective.....	12
2.7.4	Consumer's Behavior	12

2.7.5	Ad Message	12
2.8	Creative Idea	13
2.9	Storyline	13
2.10	Storyboard	13
2.11	Senimatografi	14
2.12	Elemen-Elemen Multimedia	14
2.12.1	Teks	14
2.12.2	Image	14
2.12.3	Audio	15
2.12.4	Video	15
2.12.5	Animation	15
2.12.6	Virtual Reality	15
2.13	Jenis-Jenis Animasi	15
2.13.1	Animasi 2D	15
2.13.2	Stop Motion Animation	16
2.13.3	Computer Graphic Animation (3D Animation)	16
2.13.4	Animasi Sel	17
2.13.5	Animasi Frame (Frame Animation)	17
2.13.6	Animasi Sprite (Sprite Animation)	17

2.13.7 Animasi Lintasan (Path Animation).....	18
2.13.8 Animasi Spline	18
2.13.9 Animasi Vektor (Vector Animation).....	18
2.13.10 Animasi Karakter (Character Animation).....	18
2.13.11 Computational Animation.....	19
2.13.12 Morphing.....	19
2.14 Prinsip-Prinsip Animasi	19
2.14.1 Squash And Stretch.....	20
2.14.2 Anticipation.....	20
2.14.3 Staging	20
2.14.4 Straight-Ahead Action And Pose-To-Poshe	20
2.14.5 Follow-Through And Overlapping Action	20
2.14.6 Slow In-Slow Out.....	21
2.14.7 Arcs	21
2.14.8 Secondary Action.....	21
2.14.9 Timing.....	21
2.14.10 Exaggeration	22
2.14.11 Solid Drawing	22
2.14.12 Appeal	22

2.15	Camera Shoot	22
2.15.1	Klasifikasi Shoot Dasar.....	22
2.15.1.1	ECU.....	22
2.15.1.2	VCU.....	23
2.15.1.3	BCU.....	24
2.15.1.4	CU.....	24
2.15.1.5	MCU.....	25
2.15.1.6	MS	26
2.15.1.7	Three Quarter Shoot	26
2.15.1.8	FLS	26
2.15.1.9	LS	26
2.15.2	Sudut Kamera (Camera Angels).....	27
2.15.2.1	High Angel	27
2.15.2.2	Low Angel.....	27
2.15.2.3	Eye-Level Shot.....	27
2.15.2.4	Bird's-eye View.....	27
2.15.2.5	Over The Sholder Shot (OTS).....	27
2.15.3	Perpindahan Kamera	28
2.15.3.1	Pan.....	28

2.15.3.2	Ped.....	28
2.15.3.3	Tilt.....	28
2.15.3.4	Dolly.....	28
2.15.3.5	Truck.....	28
2.15.3.6	Arc.....	28
2.16	Konsep Dasar Video.....	29
2.16.1	Frame Rate.....	29
2.16.2	Standar Video Broadcast.....	29
2.16.2.1	PAL.....	30
2.16.2.2	NTSC.....	30
2.16.2.3	SECAM.....	31
2.16.2.4	Sistem HDTV.....	31
2.16.2.5	Analog Dan Digital Video.....	32
2.16.2.6	Resolusi Dan Frame Size.....	33
2.17	Komputer PC.....	33
2.18	Prangkat Lunak Yang Digunakan.....	34
2.18.1	Adobe Photoshop.....	34
2.18.2	Adobe Premiere Pro Cs6.....	35
2.18.3	Adobe After Effects Cs6.....	36

BAB III. TINJAUAN UMUM

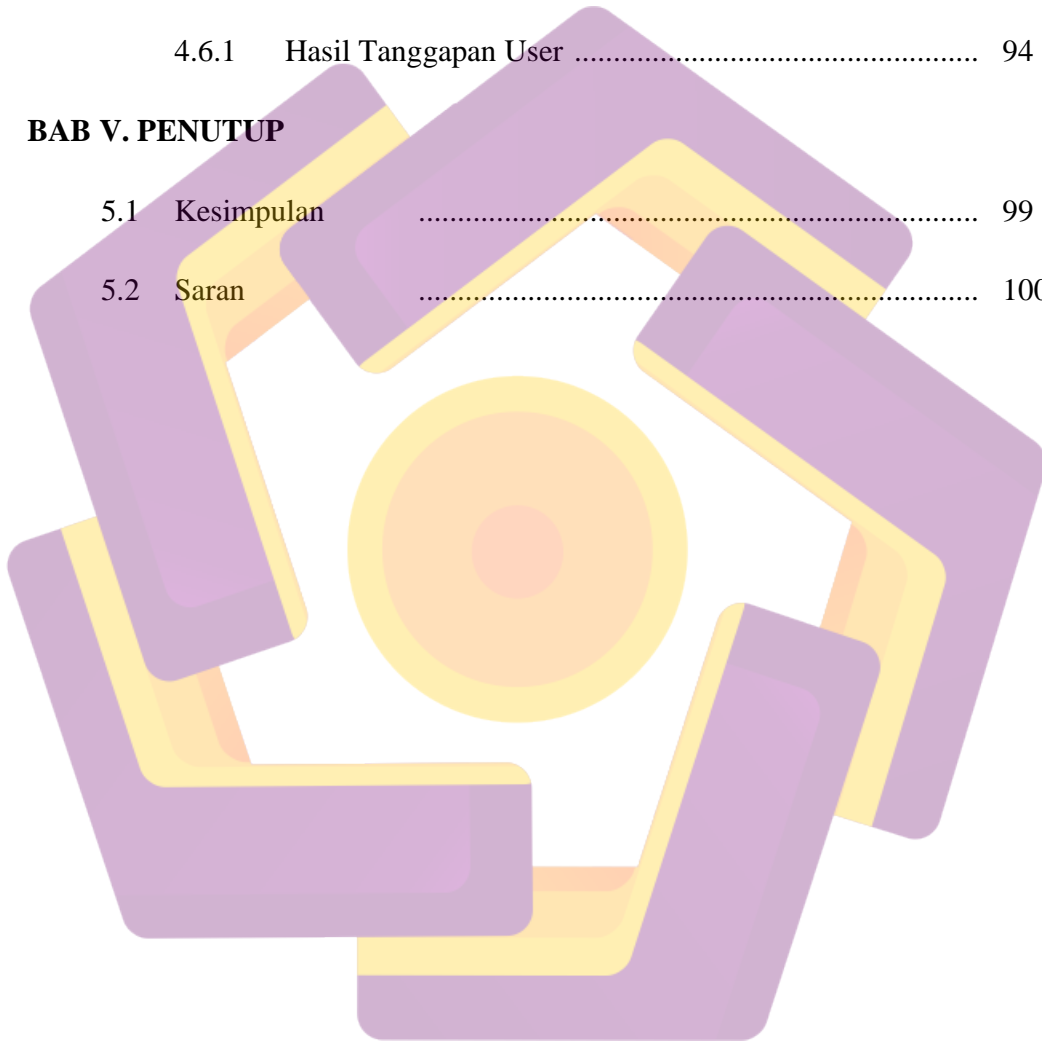
3.1	Sejarah Dan Perkembangan	38
3.2	Objek Wisata	39
3.2.1	Pesona Tiga Gili.....	39
3.2.2	Air Terjun.....	40
3.2.3	Wisata Seni Dan Budaya.....	41
3.3	Analisis	44
3.3.1	Analisis Kebutuhan Iklan.....	44
3.3.1.1	Kebutuhan Informasi	44
3.3.1.2	Kebutuhan Perangkat Keras	44
3.3.1.3	Kebutuhan Perangkat Lunak	45
3.3.1.4	Kebutuhan Brineware.....	45
3.3.2	Kekuatan Dan Kelemahan Iklan.....	46
3.3.2.1	Kekuatan Iklan.....	46
3.3.2.2	Kelemahan Iklan.....	46
3.3.3	Strategi Perancangan Iklan.....	47
3.3.3.1	Strategi Pembidikan Pasar Dan Posisi.....	47
3.3.3.2	Strategi Mencari Keunggulan Produk	47
3.3.3.3	Strategi Penetapan Tujuan Dan Anggaran Periklanan Produk	48

3.3.3.4	Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan.....	49
3.3.3.5	Strategi Daya Tarik Pesan Iklan Televisi	49
3.3.3.6	Strategi Merancang Gaya Eksekusi Pesan Iklan Televisi	50
3.3.4	Merancang Naskah Dan Storyboard	50
BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		
4.1	Tahap Produksi Pembuatan Iklan.....	61
4.2	Produksi	62
4.2.1	Rencana Kegiatan Shooting	63
4.2.2	Shooting/Pengambilan Gambar	65
4.3	Tahap Pasca Produksi.....	66
4.3.1	Capturing	67
4.3.2	Editing	69
4.3.2.1	Tahap Cutting Video (Editing) Dan Maxing..	70
a.	Proses Editing Menggunakan adobe after effects.....	70
b.	Proses Editing Menggunakan Adobe Premiere	82
c.	Proses Mixing.....	88
d.	Proses Rendering.....	88

4.4	Mastering	90
4.5	Hasil Akhir Editing	92
4.6	Ujicoba Sistem	94
4.6.1	Hasil Tanggapan User	94

BAB V. PENUTUP

5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran	100



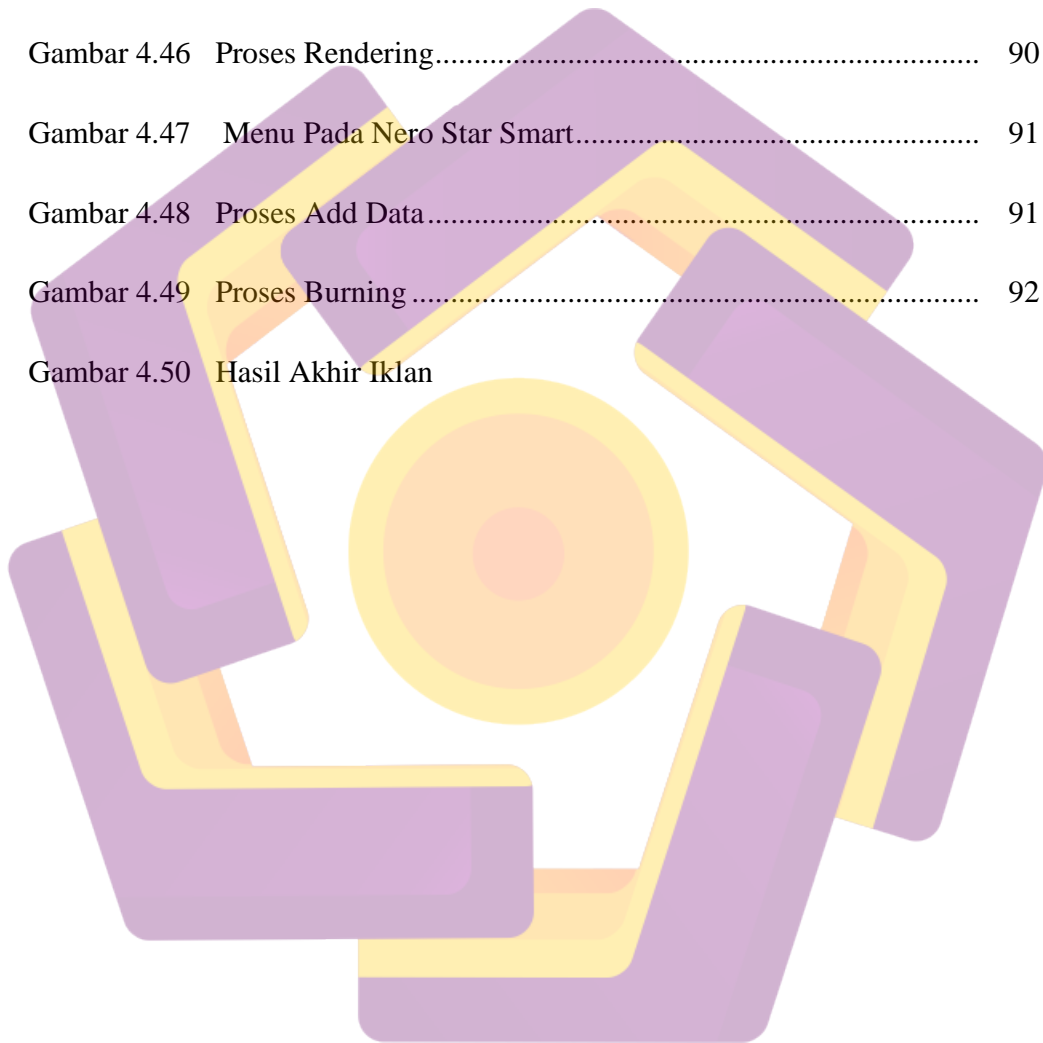
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	ECU (Extreme Close Up).....	23
Gambar 2.2	VCU (Very Close Up).....	23
Gambar 2.3	BCU (Big Close Up)	24
Gambar 2.4	CU (Close Up)	25
Gambar 2.5	MCU (Medium Close Up).....	25
Gambar 2.6	MS (Medium Shoot).....	26
Gambar 2.7	Berbagai format video dan perbedaan frame rates	31
Gambar 2.8	Tampilan Adobe Photoshop Cs6.....	35
Gambar 2.9	Tampilan Adobe Premiere Cs6	36
Gambar 2.9	Tampilan Adobe After Effect Cs6	37
Gambar 3.1	Pantai Gili Trawangan.....	40
Gambar 3.2	Air Terjun Senang Gila.....	41
Gambar 3.3	Presean	42
Gambar 3.4	Gendang Beleq.....	44
Gambar 3.5	Rancangan Story board	54-60
Gambar 4.1	Struktur Tahap Pembuatan Iklan.....	61
Gambar 4.2	Aalur Penggunaan Software.....	62
Gambar 4.3	Daerah Bukit Pantai Montong Pal	65

Gambar 4.4	Presean Daerah Air Terjun Kerta Gangga	65
Gambar 4.5	Pantai Gili Trawangan.....	65
Gambar 4.6	Sentral Kerajinan Tangan Tanjung	66
Gambar 4.7	Tahap Pasca Produksi	66
Gambar 4.8	Membuat Project Baru	67
Gambar 4.9	Isi Folder Video	68
Gambar 4.10	Format Factory.....	68
Gambar 4.11	Cara Memasukkan Video Yang Akan Di Convert.....	69
Gambar 4.12	Import File.....	70
Gambar 4.13	Memberikan Time Ruler	71
Gambar 4.14	Track Pointer.....	71
Gambar 4.15	Memposisikan Track Pointer	72
Gambar 4.16	Hasil Analisis Track Pointer	72
Gambar 4.17	Layer Null Object.....	73
Gambar 4.18	Edit Target.....	73
Gambar 4.19	Montion Target.....	74
Gambar 4.20	Apply.....	74
Gambar 4.21	Apply Dimension	75
Gambar 4.22	Hasil Apply Dimension.....	75
Gambar 4.23	Membuat Solid Layer.....	76

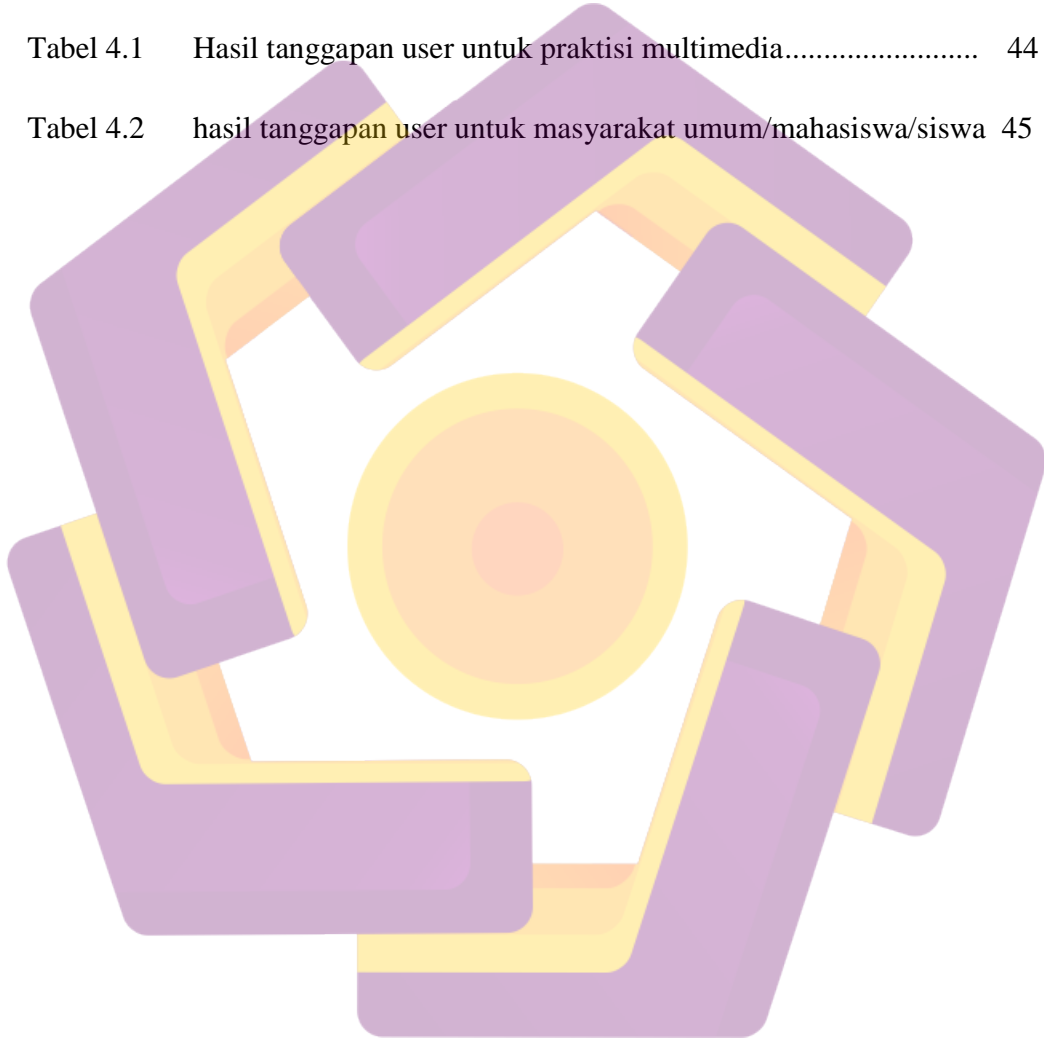
Gambar 4.24	Effect Optical Flares	76
Gambar 4.25	Mengubah Blending Mode.....	77
Gambar 4.26	Menu Effect Optical Flares	77
Gambar 4.27	Optical Flares Option	78
Gambar 4.28	Mengganti Warna Cahaya.....	78
Gambar 4.29	Membuat Posisi Layer Solid Mengikuti Layer Null	79
Gambar 4.30	Pre-Compose	79
Gambar 4.31	Size From Menjadi Width Slider	80
Gambar 4.32	Mengaktifkan 3D.....	80
Gambar 4.33	Field Of View.....	80
Gambar 4.34	Mengatur Keyframe	81
Gambar 4.35	Kotak Dialog Save	82
Gambar 4.36	Proses Rendering.....	82
Gambar 4.37	Welcome To Adobe Premiere Pro	83
Gambar 4.38	New Project Pada Adobe Premiere Cs6.....	83
Gambar 4.39	Import File.....	85
Gambar 4.40	Drag Footage Ke Timeline.....	86
Gambar 4.41	Jendela Timeline	87
Gambar 4.42	Import Audio Kedalam Timeline	88

Gambar 4.43	Memilih Adobe Media Enconde	89
Gambar 4.44	Penyimpanan Video	89
Gambar 4.45	Setting Export	90
Gambar 4.46	Proses Rendering.....	90
Gambar 4.47	Menu Pada Nero Star Smart.....	91
Gambar 4.48	Proses Add Data.....	91
Gambar 4.49	Proses Burning	92
Gambar 4.50	Hasil Akhir Iklan	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Standard video	32
Tabel 4.1	Hasil tanggapan user untuk praktisi multimedia.....	44
Tabel 4.2	hasil tanggapan user untuk masyarakat umum/mahasiswa/siswa	45



INTISARI

Perkembangan dunia teknologi informasi saat ini berkembang dengan sangat pesatnya, termasuk dengan perkembangan di dunia periklanan. Saat ini banyak bermunculan iklan pariwisata untuk mempromosikan sebuah daerah atau sebuah negara yang bertujuan untuk semakin mengembangkan dan memperkenalkan potensi wisata di daerah tersebut. Proses pembuatan iklan memang membutuhkan persiapan yang matang dan kuat untuk menghasilkan sebuah iklan yang baik dan menarik.

Pada skripsi ini penulis mencoba membuat sebuah iklan pariwisata yang menonjolkan berbagai potensi wisata di daerah kabupaten Lombok utara, Nusa Tenggara barat. Dimana iklan ini bertujuan untuk lebih memperkenalkan keindahan alam dan struktur budaya di daerah tersebut. kabupaten ini merupakan kabupaten yang baru terbentuk 2008 silam, jadi perancangan sebuah iklan pariwisata merupakan solusi yang tepat untuk lebih memperkenalkan keindahan alam dan budaya yang bertujuan untuk menambah pendapatan daerah dan menyadarkan masyarakat untuk menjaga kelestarian alam dan budaya.

Proses pembuatan iklan pariwisata kabupaten lombok utara , NTB memang membutuhkan persiapan yang matang untuk menghasilkan sebuah iklan pariwisata yang menarik. Program yang digunakan yaitu affter effects cs6 untuk pembuatan animasi, adobe premier cs6 untuk menggabungkan hasil editan video pada affter effects, dan adobe photoshop cs6 untuk pembuatan text dan pengditan gambar.

Kata kunci : multimedia, animasi 2D, animasi hologram, iklan

ABSTRACT

The development of the information technology world is growing very rapidly, including the developments in the world of advertising. Currently many emerging tourism advertising to promote a region or a country that aims to further develop and introduce the tourism potential in the area. Ad creation process does require careful preparation and strong to produce a good and interesting advertisements.

In this paper the author tries to make a tourism ad that highlights various tourism potential in North Lombok regency, West Nusa Tenggara. Where Ads aims to introduce more natural beauty and cultural structures in the area. This district is a newly created district around 2008 last, so designing a tourism advertisement is the perfect solution to introduce more natural beauty and culture that aims to increase local revenue and public awareness for the preservation of nature and culture.

The process of ad creation Lombok district north tourism, NTB does require preparation to produce an attractive tourism ad. The program used is after effects CS6 for making animation, adobe premiere CS6 to merge edits video on after effect, and Adobe Photoshop CS6 for the manufacture pengditan text and images.

Keywords: *multimedia, 2D animation, animated holograms, advertising*