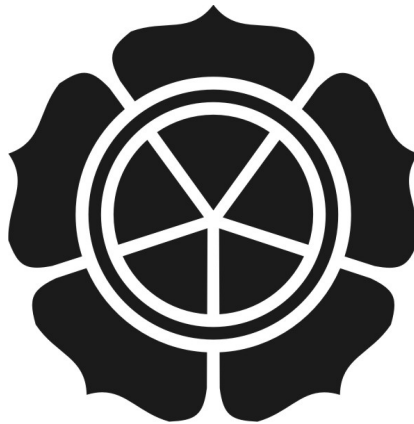


**PEMBUATAN IKLAN VISIT TAMAN NASIONAL TANJUNG PUTING  
2014 SEBAGAI MEDIA PROMOSI DINAS PARIWISATA DAN  
KEBUDAYAAN KOTAWARINGIN BARAT**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Sigid Sudiro**

**10.12.4970**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2015**

## PERSETUJUAN

### SKRIPSI

**Pembuatan Iklan Visit Taman Nasional Tanjung Puting 2014 Sebagai  
Media Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kotawaringin Barat**

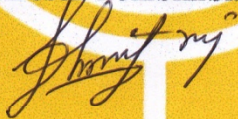
yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Sigid Sudiro**

**10.12.4970**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 3 Februari 2015

**Dosen Pembimbing,**



**Dhani Ariatmanto, M.Kom**

**NIK. 190302197**

## PENGESAHAN

### SKRIPSI

**Pembuatan Iklan Visit Taman Nasional Tanjung Puting 2014 Sebagai  
Media Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kotawaringin Barat**

yang disusun oleh

**Sigid Sudiro**

**10.12.4970**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 17 Februari 2015

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

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

**Agus Purwanto, M.Kom**  
NIK. 190000001

**Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom**  
NIK. 190302047



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 15 Februari 2015

**KETUA STMIK AMKOM YOGYAKARTA**



## 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 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, 15 Maret 2015

Sigid Sudiro

## HALAMAN MOTTO

*"Jangan biarkan kepanikan menguasai pikiran, jika kepanikan sudah mampu menguasai pikiran kita tidak dapat berfikir dengan jernih"*

*"Jangan biarkan diri kita hanya menjadi penonton, berusaha tempatkan posisi diri kita sebagai pemerannya"*

*"Pikiran positif yang maju kedepan itu lebih berguna daripada harus memikirkan yang telah berlalu, jadi jalani saja karena kita tidak tau masih banyak kah waktu untuk meraihnya"*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, saya dedikasikan skripsi ini kepada semua yang sudah dengan tulus memberikan do'a dan dukungan yang tiada henti.

1. Kepada ALLAH S.W.T yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga dan orang tua saya, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya telah memberikan motivasi, dukungan dan do'anya dengan penuh keikhlasan serta begitu banyak kasih sayang yang telah beliau berikan.
3. Kepada seluruh jajaran pengelola Taman Nasional Tanjung Puting (TNTP) khususnya Balai Taman Nasional Tanjung Puting (BTNTP) yang memberikan saya kesempatan untuk menjadikan Taman Nasional Tanjung Puting (TNTP) sebagai objek penelitian skripsi saya.
4. Pembimbing saya (Bapak Dhani Ariatmanto, M.Kom.) yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing saya.
5. Seluruh teman-teman khususnya kelas 10 S1SI12 yang telah memberikan semangat dan motivasi selama ini.
6. Dan terima kasih sebesar-besarnya kepada STMIK AMIKOM Yogyakarta yang sudah membuat saya seperti ini, Insya Allah ilmu yang saya dapat ini, dapat berguna untuk orang lain dan masyarakat.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas kesehatan dan kekuatan sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Pembuatan Iklan Visit Taman Nasional Tanjung Puting 2014 Sebagai Media Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kotawaringin Barat". Skripsi ini saya buat guna menyelesaikan jenjang studi Strata Satu (S1) pada program studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta. Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik karena adanya bantuan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak baik secara moril maupun material. maka pada kesempatan kali ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

- a. Prof. Dr. MM. Suyanto selaku Ketua STMIK Amikom Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu dikampus ini.
- b. Bapak Drs. Bambang Sudaryanto, MM. Yang saya hormati, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK Amikom Yogyakarta.
- c. Bapak Dhani Ariatmanto, M.Kom. Selaku Pembimbing di Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- d. Segenap Dosen dan Karyawan STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah berbagi ilmu dan pengalaman.
- e. Orang tua saya, semua keluarga saya dan semua teman-teman yang tercinta.

## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Konsep Dasar Iklan.....	8
2.2.1 Pengertian Iklan.....	8
2.2.2 Etika Periklanan.....	9
2.2.3 Manajemen Periklanan.....	10
2.2.4 Jenis-Jenis Iklan.....	10
2.2.5 Fungsi-Fungsi Iklan.....	11



2.3	Strategi Merancang Iklan Televisi.....	12
2.3.1	Menetapkan Audien Sasaran.....	12
2.3.2	Menetapkan Sasaran dan Anggaran Iklan Televisi .....	12
2.3.3	Mencari Keunggulan Produk Yang Dipasarkan.....	13
2.3.4	Perancangan Ide Penjualan Utama Sebagai Tema Kampanye.....	14
2.3.5	Perancangan Daya Tarik Pesan Iklan .....	14
2.3.6	Perancangan Gaya Dalam Mengeksekusi Pesan Iklan .....	15
2.3.7	Perancangan Slogan, Logo, dan Simbol .....	15
2.3.8	Perancangan Naskah dan Storyboard Iklan Televisi .....	15
2.3.9	Perencanaan Memproduksi Iklan Televisi.....	22
2.4	Software Yang Digunakan.....	23
2.4.1	Adobe Premiere Pro CS6.....	23
2.4.2	Adobe Illustrator CS6.....	24
2.4.3	Adobe Audition CS6.....	24
2.4.4	Canon EOS 7D.....	25
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....</b>		<b>32</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	32
3.1.1	Taman Nasional Tanjung Puting.....	32
3.1.2	Maksud dan Tujuan Taman Nasional Tanjung Puting .....	32
3.1.3	Visi dan Misi .....	33
3.1.4	Kelemahan dan Keistimewaan Taman Nasional Tanjung Puting ...	33
3.2	Analisis Promosi Iklan.....	34
3.2.1	Analisis Kelemahan Promosi Iklan Lama.....	34
3.2.1.1	Identifikasi Masalah .....	34
3.2.1.2	Analisis SWOT .....	35
3.2.2	Analisis Kebutuhan Promosi Iklan Baru.....	39
3.2.3	Studi Kelayakan.....	40
3.2.3.1	Kelayakan Teknis.....	40
3.2.3.2	Kelayakan Ekonomi .....	42
3.2.3.3	Kelayakan Operasi / Organisasi.....	42
3.2.3.4	Kelayakan Hukum.....	43

3.2.3.5	Kelayakan Jadwal .....	44
3.2.3.6	Kelayakan Strategik .....	45
3.2.4	Tahap Praproduksi.....	47
3.2.4.1	Ide Iklan Televisi .....	48
3.2.4.2	Tema Iklan Televisi.....	49
3.2.4.3	Persiapan Alat Yang Digunakan.....	49
3.2.4.4	Rancangan Naskah Iklan .....	50
3.2.4.5	Jadwal Syuting .....	53
3.2.4.6	Storyboard Iklan Televisi .....	56
3.2.4.7	Asset Video Yang di Kemas.....	56
3.2.5	Analisis Kebutuhan Iklan.....	57
3.2.5.1	Kebutuhan Informasi.....	57
3.2.5.2	Kebutuhan Perangkat Keras .....	57
3.2.5.3	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	58
3.2.5.4	Kebutuhan Brainware.....	58
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>59</b>
4.1	Implementasi .....	59
4.1.1	Tahap Produksi.....	59
4.1.1.1	Gambar yang Harus diambil Ulang.....	60
4.1.1.1.1	Missing Fokus .....	60
4.1.1.1.2	Over/Under Exposure .....	60
4.1.1.1.3	Unframe .....	61
4.1.1.2	Perlengkapan Syuting.....	61
4.1.1.2.1	Kamera.....	62
4.1.1.2.2	RIG Full Equipment .....	62
4.1.1.2.3	Matte Box.....	63
4.1.1.2.4	Shotgun MIC.....	63
4.1.1.2.5	Monitor Liliput 5 inc .....	64
4.1.1.2.6	Tripod.....	64
4.1.1.2.7	Media penyimpanan.....	65
4.1.1.2.8	Clipper.....	65

4.1.1.3	Proses Pengambilan Gambar .....	66
4.1.2	Tahap Pasca Produksi .....	73
4.1.2.1	Perlengkapan Editing .....	74
4.1.2.1.1	Komputer .....	74
4.1.2.1.2	Headset/Microphone .....	74
4.1.2.2	Proses Editing .....	75
4.1.2.2.1	Capturing .....	75
4.1.2.2.2	Importing Video .....	75
4.1.2.2.3	Coloring .....	77
4.1.2.2.4	Video Transitions .....	79
4.1.2.2.5	Membuat Color Matte .....	79
4.1.2.2.6	Membuat Teks/Judul .....	81
4.1.2.2.7	Perekaman Narasi .....	83
4.1.2.2.8	Membuat Scope .....	84
4.1.2.2.9	Membuat Running Teks/ Teks Berjalan (Crawl) .....	85
4.1.2.2.10	Rendering .....	86
4.2	Pembahasan .....	88
4.2.1	Tampilan Hasil Iklan Taman Nasional Tanjung Puting .....	88
4.2.2	Pengetesan Iklan Taman Nasional Tanjung Puting .....	95
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>99</b>
5.1	Kesimpulan .....	99
5.2	Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>102</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>103</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan Extreme Close Up (ECU).....	17
Gambar 2.2 Tampilan Close Up (CU) .....	17
Gambar 2.3 Tampilan Medium Close Up (MCU).....	18
Gambar 2.4 Tampilan Medium Shot (MS) .....	18
Gambar 2.5 Tampilan Long Shot (LS) .....	18
Gambar 2.6 Tampilan Very Long Shot ( VLS).....	19
Gambar 2.7 Tampilan Point Of View (POV).....	19
Gambar 2.8 Tampilan Two Shot (TS) .....	20
Gambar 2.9 Tampilan Exterior (EXT).....	20
Gambar 2.10 Tampilan Pan.....	20
Gambar 2.11 Tampilan Tilt Up .....	21
Gambar 2.12 Tampilan Tilt Down.....	21
Gambar 2.11 Tampilan Adobe Premiere Pro CS6.....	23
Gambar 2.12 Tampilan Adobe Illustrator CS6.....	24
Gambar 2.13 Tampilan Adobe Audition CS .....	25
Gambar 2.14 Camera Canon EOS 7D .....	31
Gambar 3.1 Alur Pra Produksi .....	47
Gambar 3.2 Tampilan Iklan Go Ahead.....	48
Gambar 4.1 Alur Produksi .....	59
Gambar 4.2 Fokus Meleset dan Fokus Tepat.....	60
Gambar 4.3 Over, Normal, dan Under Exposure .....	61
Gambar 4.4 Unframe dan Frame .....	61
Gambar 4.5 Perlengkapan Syuting .....	62
Gambar 4.6 Canon EOS 7D .....	62
Gambar 4.7 RIG DSLR.....	63
Gambar 4.8 Matte Box.....	63
Gambar 4.9 Shotgun Microphone M-25 Capdase .....	64
Gambar 4.10 Monitor Liliput 5 inch.....	64
Gambar 4.11 Tripod.....	65
Gambar 4.12 Compact Flash.....	65

Gambar 4.13 Clipper.....	66
Gambar 4.14 Tampilan Video 01 .....	66
Gambar 4.15 Tampilan Video 02 .....	67
Gambar 4.16 Tampilan Video 03 .....	67
Gambar 4.17 Tampilan Video 04 .....	68
Gambar 4.18 Tampilan Video 05 .....	68
Gambar 4.19 Tampilan Video 06 .....	69
Gambar 4.20 Tampilan Video 07 .....	69
Gambar 4.21 Tampilan Video 08 .....	70
Gambar 4.22 Tampilan Video 09 .....	70
Gambar 4.23 Tampilan Video 10 .....	71
Gambar 4.24 Tampilan Video 11 .....	71
Gambar 4.25 Tampilan Video 12 .....	72
Gambar 4.26 Tampilan Video 13 .....	72
Gambar 4.27 Tampilan Video 14 .....	73
Gambar 4.28 Alur Produksi.....	73
Gambar 4.29 Tampilan Awal adobe Premiere CS6.....	76
Gambar 4.30 Tampilan New Project .....	76
Gambar 4.31 Tampilan Import File .....	77
Gambar 4.32 Tampilan Timming .....	77
Gambar 4.33 Tampilan Utuh Color Correction.....	78
Gambar 4.34 Tampilan Brightness, Contrast & Color Balance .....	78
Gambar 4.35 Tampilan Utuh Pengaturan Opacity .....	79
Gambar 4.36 Membuka Tab Color Matte .....	80
Gambar 4.37 Tampilan Settings color Matte .....	80
Gambar 4.38 Tampilan Color Picker .....	80
Gambar 4.39 Tampilan Choose Name .....	81
Gambar 4.40 Membuka Tab Title .....	81
Gambar 4.41 Tampilan Pengolah Teks.....	82
Gambar 4.42 Tampilan Teks .....	82
Gambar 4.43 Tampilan Logo & Alamat .....	82

Gambar 4.44 Tampilan Pengaturan Audio File.....	83
Gambar 4.45 Tampilan Audio pada Adobe Audition CS6 .....	84
Gambar 4.46 Tampilan Pengaturan Document .....	84
Gambar 4.47 Tampilan Membuat Scope2 .....	85
Gambar 4.48 Membuka Tab Title .....	85
Gambar 4.49 Tampilan Pengolah Teks.....	86
Gambar 4.50 Tampilan Teks .....	86
Gambar 4.51 Tampilan Menu Mengeksport Video .....	87
Gambar 4.52 Tampilan Export Setting .....	87
Gambar 4.53 Tampilan Video 01 .....	88
Gambar 4.54 Tampilan Video 02 .....	88
Gambar 4.55 Tampilan Video 03 .....	89
Gambar 4.56 Tampilan Video 04 .....	89
Gambar 4.57 Tampilan Video 05 .....	90
Gambar 4.58 Tampilan Video 06 .....	90
Gambar 4.59 Tampilan Video 07 .....	91
Gambar 4.60 Tampilan Video 08 .....	91
Gambar 4.61 Tampilan Video 09 .....	92
Gambar 4.62 Tampilan Video 10 .....	92
Gambar 4.63 Tampilan Video 11 .....	93
Gambar 4.64 Tampilan Video 12 .....	93
Gambar 4.65 Tampilan Video 13 .....	94
Gambar 4.66 Tampilan Video 14 .....	94
Gambar 4.67 Tampilan Video 15 .....	95
Gambar 4.68 Tampilan Video 16 .....	95

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Spesifikasi Canon EOS 7D .....	25
Tabel 3.1 Strategi Analisis SWOT .....	36
Tabel 3.2 Hasil analisis Kelayakan Teknis .....	41
Tabel 3.3 Hasil Analisis Kelayakan Operasional .....	43
Tabel 3.4 Hasil Analisis Kelayakan Hukum .....	44
Tabel 3.5 Hasil Analisis Kelayakan Waktu .....	45
Tabel 3.6 Hasil Analisis Kelayakan Strategik .....	46
Tabel 3.7 Alat Yang Digunakan .....	49
Tabel 3.8 Syuting Hari ke-1 .....	53
Tabel 3.9 Syuting Hari ke-2 .....	54
Tabel 3.10 Syuting Hari ke-3 .....	54
Tabel 4.1 Quesioner Penilaian Iklan Taman Nasional Tanjung Puting untuk Masyarakat Umum / Mahasiswa .....	96
Tabel 4.2 Quesioner Penilaian Iklan Taman Nasional Tanjung Puting untuk Praktisi Multimedia .....	96
Tabel 4.3 Hasil Penilaian untuk Masyarakat Umum / Mahasiswa dari 20 orang .	97
Tabel 4.4 Hasil Penilaian Quesioner untuk Praktisi Multimedia dari 5 orang .....	97

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Storyboard Iklan Taman Nasional Tanjung Puting .....	104
Lampiran 2 Bukti Surat Penayangan Iklan di RB TV Yogyakarta .....	109





## INTISARI

Pangkalan Bun merupakan destinasi wisata yang mempunyai daya tarik alam seperti bentang alam yang masih terjaga, dan lingkungan yang sejuk dan kaya akan ekosistem di dalam hutan. Paket wisata yang dikembangkan di wilayah ini adalah mengunjungi dimana hutan yang dilindungi serta menengok satwa yang dilindungi seperti Orang Utan. Strategi yang dikembangkan harus memiliki tujuan untuk menjaga kelestarian alam, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memberikan dampak positif jangka panjang.

Penelitian ini membahas tentang daya tarik alam yang ada di Pangkalan Bun. Paket wisata yang telah disediakan, dan rekomendasi pengembangan yang menggunakan prinsip ekowisata. Pengembangan kawasan wisata Pangkalan Bun harus memperhatikan aspek konservasi dengan membuat sistem zonasi, memperhatikan daya dukung lingkungan, penyediaan tempat sampah, dan pengelolaan limbah. Prinsip terakhir adalah dengan meningkatkan perekonomian yang bertujuan mengurangi kebocoran devisa melalui beberapa kegiatan yang melibatkan kreatifitas masyarakat lokal seperti pemasaran ramah lingkungan, pengelolaan pendapatan dari kegiatan wisata.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik observasi, wawancara dengan beberapa pemangku kepentingan, pengambilan gambar, dan studi pustaka dengan menggunakan buku-buku penunjang, artikel yang berhubungan dengan Taman Nasional Tanjung Puting, dan PERDA yang disusun oleh pemerintah daerah. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung ke objek penelitian untuk pengambilan gambar berupa Video.

**Kata Kunci:** Media Promosi

## ABSTRACT

*Pangkalan Bun is a tourist destination that has a natural attraction such as landscape is still awake, and the environment is cool and rich in forest ecosystems. Package tours are developed in this area is to visit a protected forest where wildlife is protected and looked like Orang Utan. The strategy developed should have the goal to preserve nature, increase the welfare of the community, and provide long-term positive impact.*

*This study discusses the existing natural attraction in Pangkalan Bun, tour packages have been provided, and the recommendations using the principles of ecotourism development. Pangkalan Bun tourism development should pay attention to aspects of conservation by creating a zoning system, pay attention to the carrying capacity of the environment, provision of bins, and waste management. The final principle is to improve the economy aimed at reducing the leakage of foreign exchange through some creative activities involving local communities as environmentally friendly marketing, management of revenues from tourism activities.*

*The method used in this study is the observation techniques, interviews with stakeholders, taking pictures, and literature by using supporting books, articles related to Tanjung Puting National Park, and PERDA prepared by the local government. Observations carried out with the direct observation of the object to the form of research for shooting video.*

**Keywords :** *media promotion*