

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA  
THE LEGEND WATERPARK KERTOSONO  
UNTUK MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Agus Hidayat Rahman Hakim**

**08.12.3448**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2013**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA  
THE LEGEND WATERPARK KERTOSONO  
UNTUK MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Agus Hidayat Rahman Hakim**

**08.12.3448**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2013**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA  
THE LEGEND WATERPARK KERTOSONO  
UNTUK MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Agus Hidayat Rahman Hakim**

**08.12.3448**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 28 Juni 2011

**Dosen Pembimbing,**



**Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng**

**NIK. 190302105**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA  
THE LEGEND WATERPARK KERTOSONO  
UNTUK MEDIA PROMOSI**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

**Agus Hidayat Rahman Hakim**

**08.12.3448**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 04 Juni 2013

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Drs. Bambang Sudaryatno, MM.**  
NIK. 190302029



**Krisnawati, S.Si, MT.**  
NIK. 190302038

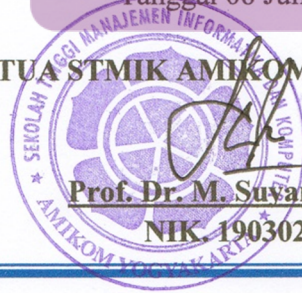


**Mei P. Kurniawan, M. Kom.**  
NIK. 190302187



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 08 Juli 2013

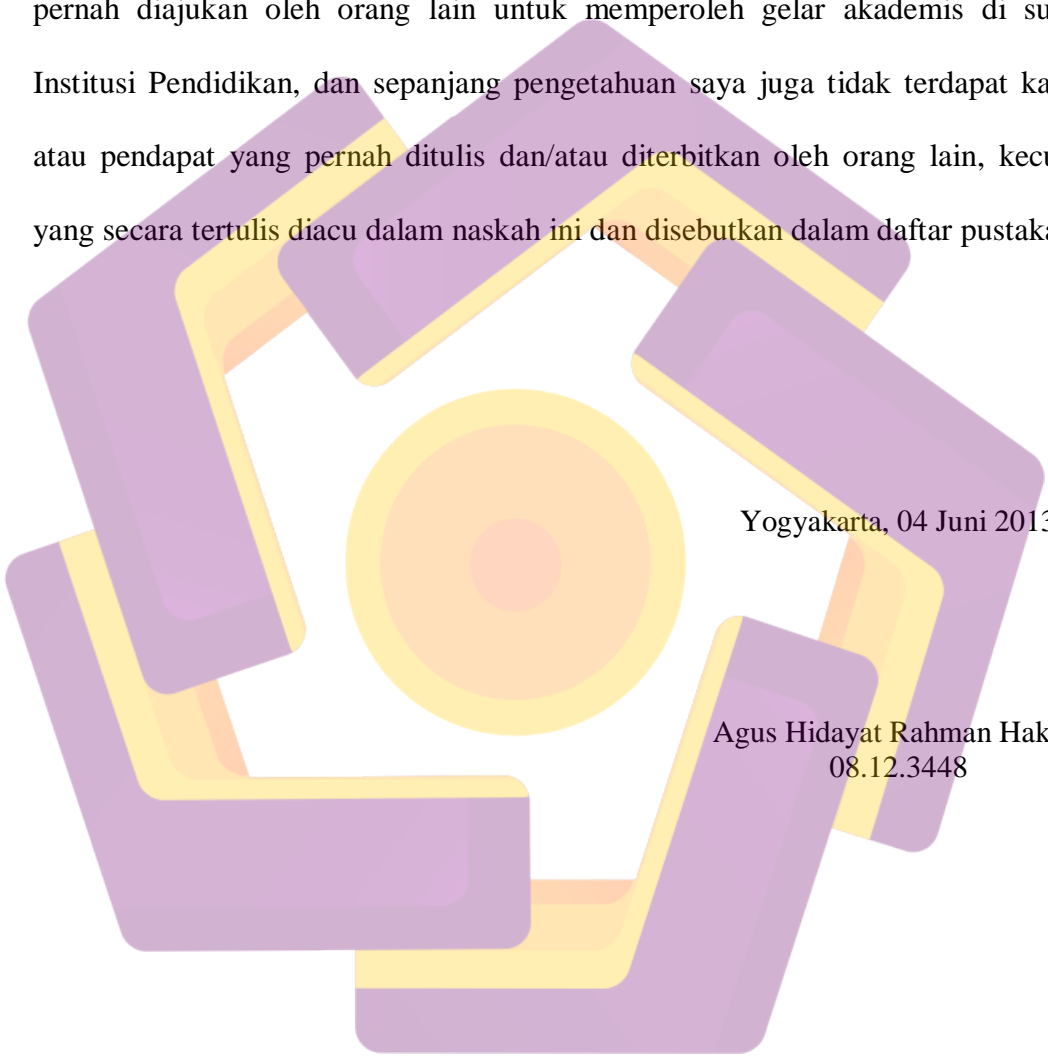
**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**



**Prof. Dr. M. Suyanto, 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.



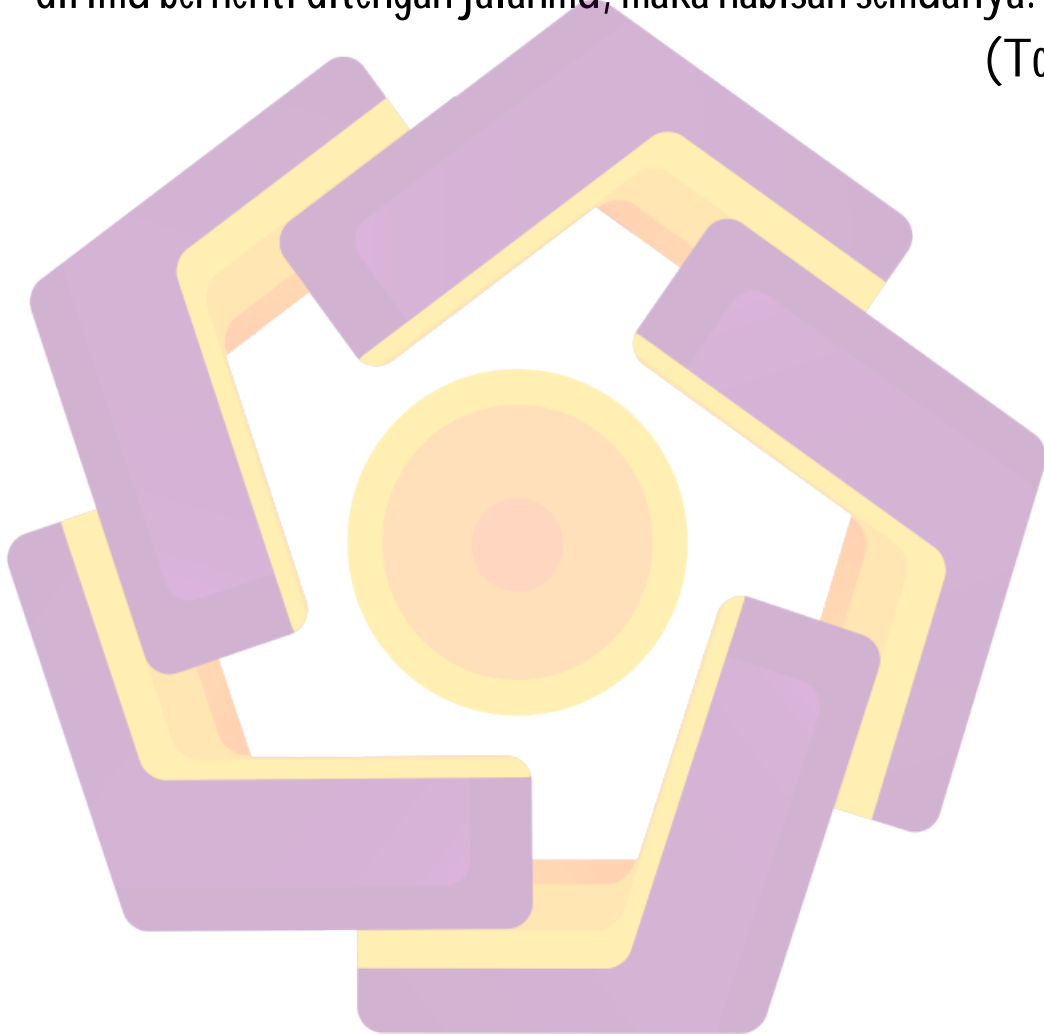
Yogyakarta, 04 Juni 2013

Agus Hidayat Rahman Hakim  
08.12.3448

## *MOTTO*

Jangan ragukan masadepanmu, teruslah berusaha sampai kamu mendapatkannya, apapun itu dan baik untukmu, jika dirimu berhenti ditengah jalanmu, maka habisah semuanya.

(Top)



## ***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. Adikku Daniar Fridayanti yang senantiasa memberi dorongan dan dukungannya.
3. Nenekku dan Kakekku, selalu memberikan do'anya untuk saya tanpa henti.
4. Untuk semua pihak yang terlibat dan membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat selesai.

## ***KATA PENGANTAR***

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi dengan judul : Analisa dan Perancangan Iklan Televisi Pada The Legend Waterpark Kertosono. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh Sarjana di Program Studi Sistem Informasi, STMIK Amikom Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada penulisan ini penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng. yang saya hormati, selaku dosen pembimbing skripsi,
2. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, MM, yang saya hormati, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK Amikom Yogyakarta.
3. Bapak dan Ibu yang telah membesarkan dan mendidik dengan penuh kasih sayang.
4. Adikku yang selalu menghiburku, semoga cepat nyusul ya.
5. Keluarga besar Jumadi, yang telah memberikan tempat untuk saya tinggal di bumi Yogyakarta.
6. Teman-teman ASIK 08, yang selalu menjadi teman saat kita bersama-sama menyelesaikan studi, semoga cepat dapat kerja dan sukses buat kita semua.
7. Seseorang yang telah menyalakan lentera jiwaku.



8. Teman-teman MAHAKERTA (Ayik, Tanaya, Marda, Andika, Rido, Burhan, Sari, Ardi, Rina, Azizah, Lia, Adib, Adi, Bimo, Gewin, Firdaus dll), terima kasih atas persaudaraannya selama ini.
9. Teman-teman komunitas sehoobi dari POTRAIT, PHOKERS, COMPAG, JFI, DCI, Kelas Pagi Yogyakarta, terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan serta dukungannya.
10. Adik Bara, Dea, dan Ayu, terima kasih sudah mau lari-lari.
11. Hambali Putra Bapel Kering all crew, sudah mau bekerja keras, sehingga bisnis keluarga kami terus berjalan.
12. Seluruh dosen pengajar Jurusan Sistem Informasi dan STMIK Amikom Yogyakarta.
13. Seluruh staf akademik, staf laboratorium, dan staf perpustakaan Jurusan STMIK Amikom Yogyakarta.
14. Semua pihak yang telah banyak membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.
15. 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,

Penulis

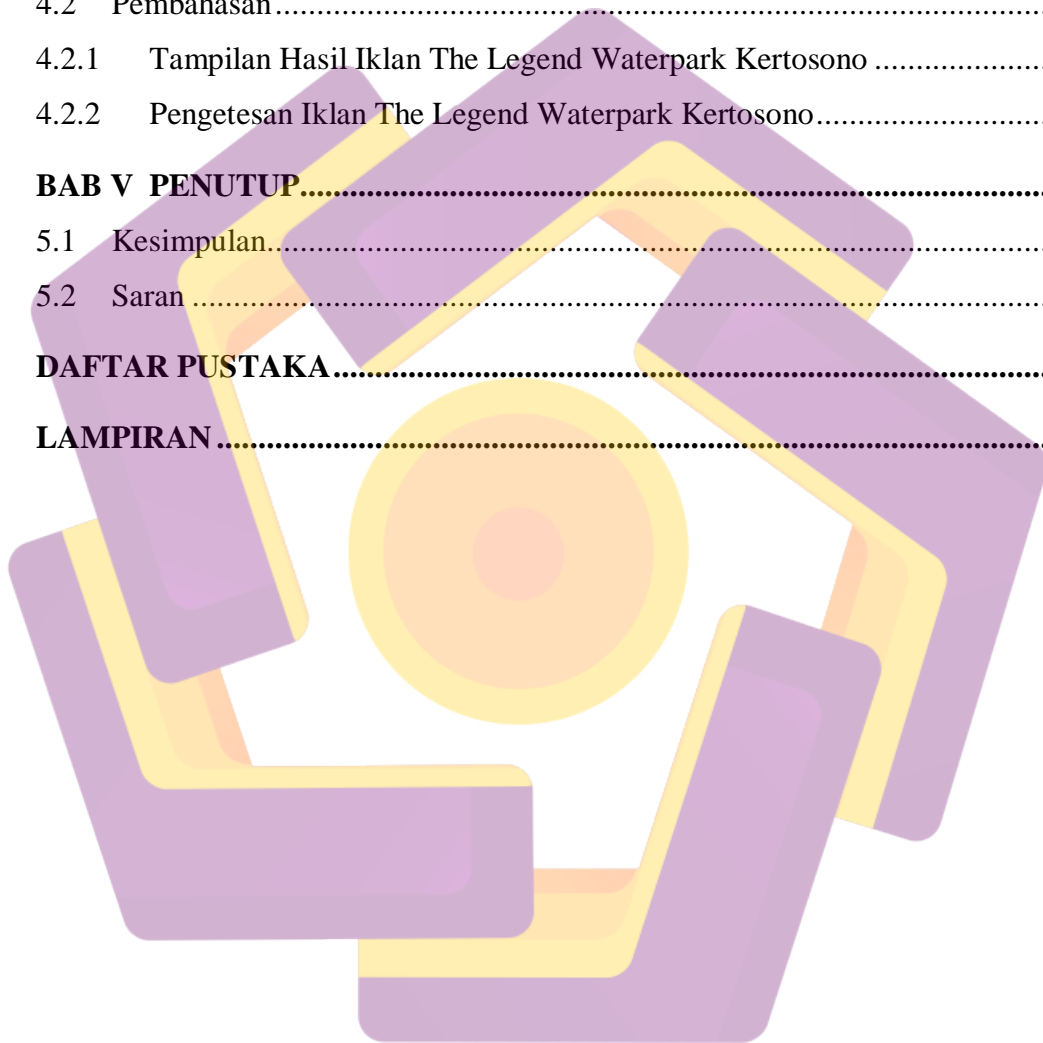
## *DAFTAR ISI*

<b>COVER .....</b>	<b>II</b>
<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>III</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>IV</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>V</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>VI</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XVIII</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>XIX</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XX</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian .....	4
1.7 Sistematika Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Konsep Dasar Iklan.....	10
2.2.1 Pengertian Iklan.....	10
2.2.2 Sejarah Periklanan .....	10

2.2.3	Etika Periklanan .....	12
2.2.4	Manajemen Periklanan .....	13
2.2.5	Jenis-Jenis Iklan .....	13
2.2.6	Fungsi-Fungsi Iklan.....	14
2.3	Percanaan Merancang Iklan Televisi .....	15
2.3.1	Menetapkan Audien Sasaran.....	15
2.3.2	Menetapkan Sasaran dan Anggaran Iklan Televisi .....	16
2.3.3	Mencari Keunggulan Produk Yang Dipasarkan .....	17
2.3.4	Perancangan Ide Penjualan Utama Sebagai Tema Kampanye .....	17
2.3.5	Parancangan Daya Tarik Pesan Iklan.....	18
2.3.6	Perancangan Gaya Dalam Mengeksekusi Pesan Iklan.....	18
2.3.7	Perancangan Kata, Logo, dan Simbol .....	18
2.3.8	Perancangan Naskah dan storyboard Iklan Televisi.....	19
2.3.9	Perencanaan Memproduksi Iklan Televisi .....	24
2.4	Software Yang Digunakan .....	26
2.4.1	Adobe Premiere Pro CS3.....	26
2.4.2	Adobe Soundbooth CS3 .....	27
2.4.3	Canon EOS 550D .....	28
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM.....</b>		<b>30</b>
3.1	Tinjauan umum.....	30
3.1.1	Latar Belakang The Legend Waterpark Kertosono .....	30
3.1.2	Fasilitas-Fasilitas.....	31
3.1.3	Kelemahan dan Keistimewaan The Legend Waterpark Kertosono.....	36
3.2	Analisis Sistem .....	37
3.2.1	Analisis Kelemahan Sistem Lama .....	37
3.2.1.1	Identifikasi Masalah.....	37
3.2.1.2	Analisis SWOT.....	38
3.2.2	Analisis Kebutuhan Sistem Baru .....	43
3.2.3	Studi Kelayakan .....	44
3.2.3.1	Kelayakan Teknis .....	44
3.2.3.2	Kelayakan Ekonomi.....	45

3.2.3.3	Kelayakan Operasi / Organisasi .....	48
3.2.3.4	Kelayakan Hukum .....	49
3.2.3.5	Kelayakan Jadwal .....	50
3.2.3.6	Kelayakan Strategik.....	52
3.2.4	Tahap Praproduksi .....	53
3.2.4.1	Ide Iklan Televisi.....	53
3.2.4.2	Tema Iklan Televisi .....	54
3.2.4.3	Naskah Iklan.....	55
3.2.4.4	Storyboard Iklan Televisi.....	57
3.2.4.5	Shooting Schedule .....	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	Mising Fokus.....	60
4.1.1.1.2	Over/Under Exposure .....	60
4.1.1.1.3	Unframe .....	60
4.1.1.2	Perlengkapan Syuting .....	61
4.1.1.2.1	Kamera.....	61
4.1.1.2.2	Pencahayaan.....	61
4.1.1.2.3	Tripod.....	62
4.1.1.2.4	Media Penyimpanan .....	62
4.1.1.3	Proses Pengambilan Gambar Gerak.....	63
4.1.2	Tahap Pasca Produksi.....	71
4.1.2.1	Perlengkapan Editing .....	71
4.1.2.1.1	Komputer/Laptop.....	71
4.1.2.1.2	Microphone .....	72
4.1.2.2	Proses Editing.....	72
4.1.2.2.1	Capturing .....	72
4.1.2.2.2	Importing video .....	73
4.1.2.2.3	Coloring.....	76

4.1.2.2.4	Membuat Teks/Judul (Still).....	77
4.1.2.2.5	Perekaman Narasi.....	79
4.1.2.2.6	Menghilangkan Noise Pada Rekaman Audio.....	80
4.1.2.2.7	Rendering.....	81
4.1.2.2.8	Transfer Betacam.....	82
4.2	Pembahasan.....	83
4.2.1	Tampilan Hasil Iklan The Legend Waterpark Kertosono.....	83
4.2.2	Pengetesan Iklan The Legend Waterpark Kertosono.....	88
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>93</b>
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>97</b>



## ***DAFTAR TABEL***

Tabel 2.1 Sepesifikasi Canon EOS 550D .....	29
Tabel 3.1 Strategi Analisis SWOT .....	39
Tabel 3.2 Hasil Analisis Kelayakan Teknis .....	45
Tabel 3.3 Hasil Analisis Kelayakan Operasional .....	49
Tabel 3.4 Hasil Analisis Kelayakan Hukum .....	50
Tabel 3.5 Hasil Analisis Kelayakan Waktu .....	51
Tabel 3.6 Hasil Analisis Kelayakan Strategik .....	53
Tabel 4.1 Quesioner Penilaian The Legend Waterpark Kertosono untuk Masyarakat Umum/Mahasiswa.....	89
Tabel 4.2 Quesioner Penilaian The Legend Waterpark Kertosono untuk Praktisi Multimedia.....	89
Tabel 4.3 Quesioner Penilaian The Legend Waterpark Kertosono untuk Pegawai Waterpark Sendiri .....	90
Tabel 4.4 Hasil Penilaian Quesioner untuk Masyarakat Umum/Mahasiswa dari 20 orang.....	91
Tabel 4.5 Hasil Penilaian Quesioner untuk Praktisi Multimedia dari 5 orang.....	91
Tabel 4.6 Hasil Penilaian Quesioner untuk Pegawai Waterpark Sendiri dari 5 orang	92

## **DAFTAR GAMBAR**

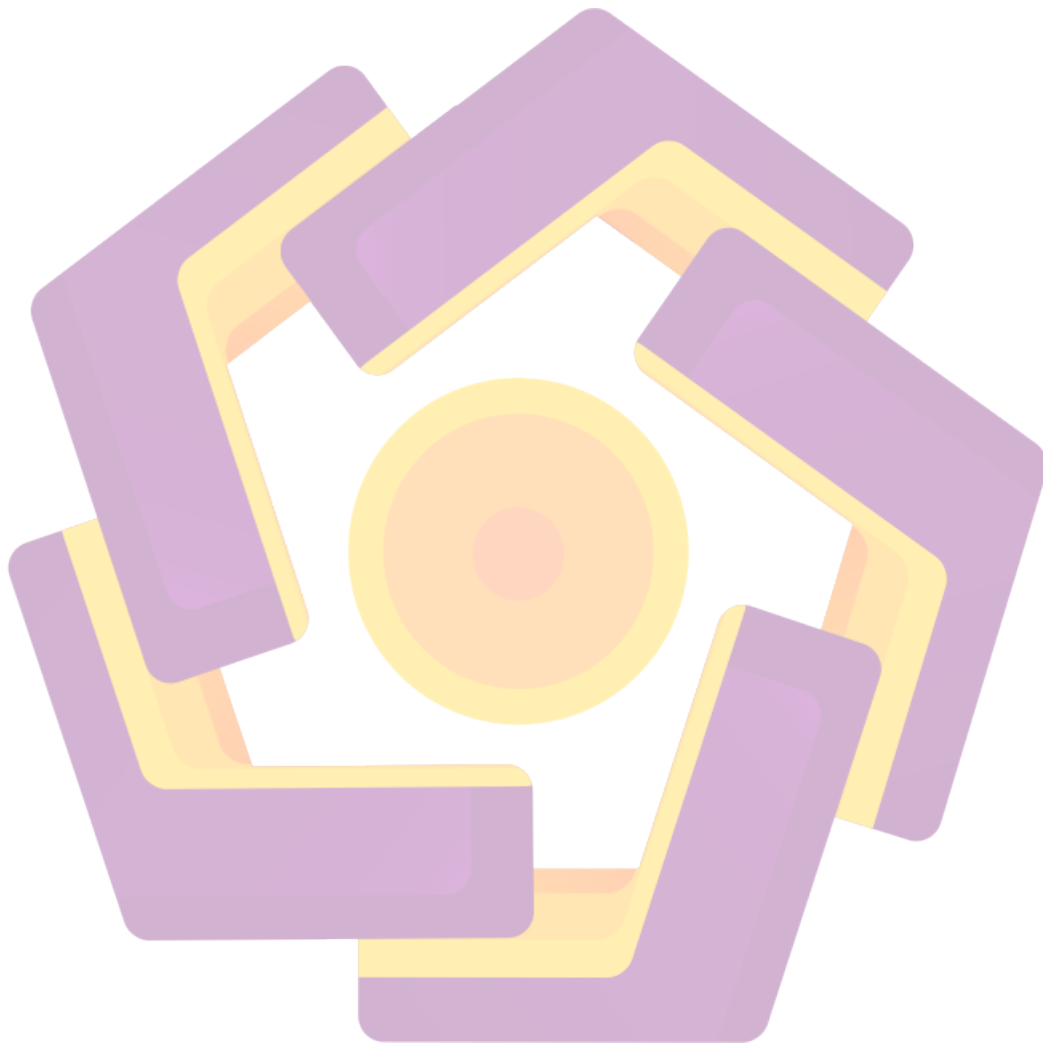
Gambar 2.1 Tampilan Adobe Premiere Pro CS3 .....	27
Gambar 2.2 Tampilan Adobe Soundbooth CS3 .....	28
Gambar 2.3 Camera Canon EOS 550D .....	29
Gambar 3.1 Terapi ikan .....	33
Gambar 3.2 Sepiral Slide Ban, Racing Slide 4 orang, dan Sepiral Slide Biasa .....	33
Gambar 3.3 Benji Trampolin.....	34
Gambar 3.4 Recing Slide 3 Orang.....	34
Gambar 3.5 Kolam Arus .....	34
Gambar 3.6 Kolam Olympic .....	35
Gambar 3.7 Kolam Ombak .....	35
Gambar 3.8 Kolam Bermain Anak .....	36
Gambar 4.1 Alur proses produksi.....	59
Gambar 4.2 Fokus meleset dan fokus tepat.....	60
Gambar 4.3 Over, normal, dan under exposure.....	60
Gambar 4.4 Unframe dan Frame .....	61
Gambar 4.5 Canon EOS 550D .....	61
Gambar 4.6 Reflektor WTS.....	62
Gambar 4.7 Tripod.....	62
Gambar 4.8 MMC dan MMC Reader .....	63
Gambar 4.9 Tampilan Video 01 .....	63
Gambar 4.10 Tampilan Video 02 .....	64
Gambar 4.11 Tampilan Video 03 .....	64
Gambar 4.12 Tampilan Video 04 .....	65
Gambar 4.13 Tampilan Video 05 .....	65
Gambar 4.14 Tampilan Video 06 .....	66
Gambar 4.15 Tampilan Video 07 .....	66
Gambar 4.16 Tampilan Video 08 .....	67
Gambar 4.17 Tampilan Video 09 .....	67
Gambar 4.18 Tampilan Video 10 .....	68

Gambar 4.19 Tampilan Video 11 .....	68
Gambar 4.20 Tampilan Video 12 .....	69
Gambar 4.21 Tampilan Video 13 .....	69
Gambar 4.22 Tampilan Video 14 .....	70
Gambar 4.23 Tampilan Video 15 .....	70
Gambar 4.24 Tampilan Video 16 .....	71
Gambar 4.25 Tampilan Awal Adobe Premiere Pro CS3 .....	74
Gambar 4.26 Tampilan New Project .....	74
Gambar 4.27 Tampilan import file .....	75
Gambar 4.28 Tampilan Trimming .....	76
Gambar 4.29 Tampilan Utuh Fast Color Corrector .....	77
Gambar 4.30 Fast Color Corrector .....	77
Gambar 4.31 Membuka Tab Title .....	78
Gambar 4.32 Mengelola Teks .....	78
Gambar 4.33 Tampilan Pengaturan Audio .....	79
Gambar 4.34 Tampilan Audio pada Soundbooth CS3 .....	80
Gambar 4.35 Kotak Dialog Noise Reduction .....	80
Gambar 4.39 Tampilan Video 01 .....	83
Gambar 4.40 Tampilan Video 02 .....	84
Gambar 4.41 Tampilan Video 03 .....	84
Gambar 4.42 Tampilan Video 04 .....	84
Gambar 4.43 Tampilan Video 05 .....	84
Gambar 4.44 Tampilan Video 06 .....	85
Gambar 4.45 Tampilan Video 07 .....	85
Gambar 4.46 Tampilan Video 08 .....	85
Gambar 4.47 Tampilan Video 09 .....	86
Gambar 4.48 Tampilan Video 10 .....	86
Gambar 4.49 Tampilan Video 11 .....	86
Gambar 4.50 Tampilan Video 12 .....	87
Gambar 4.51 Tampilan Video 13 .....	87
Gambar 4.52 Tampilan Video 14 .....	87



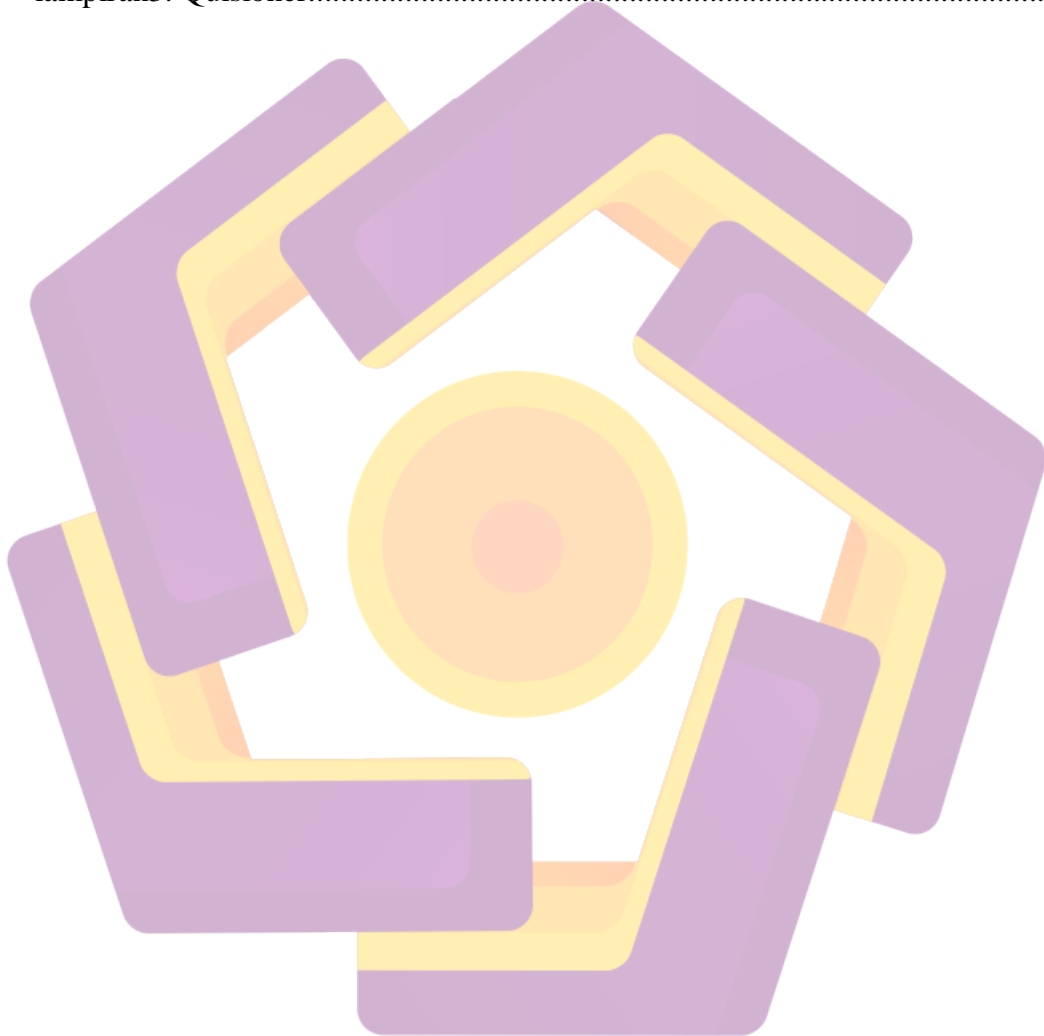
Gambar 4.53 Tampilan Video 15 .....88

Gambar 4.54 Tampilan Video 16 .....88



## ***DAFTAR LAMPIRAN***

Lampiran1:Story Board.....	57
Lampiran2:Syuting Schedule.....	58
lampiran3: Quisioner.....	99



## ***INTISARI***

The Legend Waterpark Kertosono sebagai tempat pariwisata yang tergolong baru, membutuhkan suatu media untuk promosi. Televisi diduga paling efektif untuk mempromosi sebuah produk ataupun jasa, baik saluran televisi lokal atau saluran televisi nasional. Biaya juga sangat dipertimbangkan untuk memaksimalkan media dan keefisienan biaya. Perancangan iklan televisi di “The Legend Waterpark Kertosono” cukup tergolong sulit karena tidak cukup mempunyai kelebihan yang istimewa mengingat pesaing-pesaingnya yang juga mengusung tema taman air.

Tentu dalam perancangan iklan televisi “The Legend Waterpark Kertosono” membutuhkan ketepatan dalam menempatkan frame-ramennya. Dalam pengambilan gambar pada iklan “The Legend Waterpark Kertosono” dengan bantuan media rekam karena ini adalah satu-satunya media yang sangat nyata. Unsur dramatisasi yang fungsinya untuk menarik minat atau ajakan melalui iklan televisi, agar penonton tertarik mencobanya.. Dikarenakan pesaing-pesaing cukup banyak, dan kurangnya dari “The Legend Waterpark Kertosono” maka akan mengambil unsur keceriaan pengunjung saat berada di “The Legend Waterpark Kertosono”. Tentu sebelum itu perlu adanya survei dan observasi agar dapat sinkron dengan “The Legend Waterpark Kertosono” itu sendiri.

“The Legend Waterpark Kertosono” telah mengupayakan berbagai macam usaha untuk mempromosikan, tetapi hasil yang di harapkan kurang mendekati target, sehingga hanya pada hari-hari tertentu pengunjung mau datang ke “The legend waterpark kertosono” itu pun dengan ditawarkan berbagai promosi. Dengan media televisi diharapkan mampu menarik pengunjung lebih luas.

**Kata Kunci:** The Legend Waterpark Kertosono, Iklan Televisi

## **ABSTRACT**

*The Legend Waterpark Kertosono as a relatively new tourist spot, need something for the media campaign. Television allegedly most effective way to promote a product or service, whether local television, national and state national television. To maximize the efficiency cost of television media and also highly considered. For the design of television advertising in "The Legend Waterpark Kertosono" is quite difficult because it is not enough to have special advantages given its competitors who also carries the theme water park.*

*Certainly in the design of television advertising "The Legend Waterpark Kertosono" requires precision in placing the frame-frame. In pengambilan image in advertising "The Legend Waterpark Kertosono" with the help of recording media because this is the only media that sangatnyata. To attract or solicitation through television advertisements definitely need dramatization elements that function so that viewers are interested to try it. Due to quite a lot of competitors, and the least of the advantages of "The Legend Waterpark Kertosono" will menganbil element of fun visitors while in "The Legend Waterpark Kertosono". Of course before it is necessary to survey and observation in order to singkron with "The Legend Waterpark Kertosono" itself.*

*"The Legend Waterpark Kertosono" has sought to promote a variety of businesses, but expect results in less close to the target, so it only on certain days visitors want to come to "The waterpark Kertosono legend" that was to offer a variety of promotions. With the medium of television is expected to attract visitors more broadly.*

**Keywords:** *The Legend Waterpark Kertosono, Television Ads*