

**PEMBUATAN DAN PERANCANGAN IKLAN SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA WISATA PANTAI NGUYAHAN
GUNUNGGIDUL MENGGUNAKAN
ADOBE PREMIERE PRO**

SKRIPSI



disusun oleh

Bagus Shidiq Harjanto

15.12.8818

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**PEMBUATAN DAN PERANCANGAN IKLAN SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA WISATA PANTAI NGUYAHAN
GUNUNGGKIDUL MENGGUNAKAN
ADOBE PREMIERE PRO**

SKRIPSI

untuk memenuhi Sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Bagus Shidiq Harjanto

15.12.8818

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN DAN PERANCANGAN IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA WISATA PANTAI NGUYAHAN GUNUNGGIDUL MENGGUNAKAN ADOBE PREMIERE PRO

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bagus Shidiq Harjanto

15.12.8818

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 31 Oktober 2019

Dosen Pembimbing,

Ali Mustopa, M.Kom

NIK. 190302192

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN DAN PERANCANGAN IKLAN SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA WISATA PANTAI NGUYAHAN
GUNUNGGKIDUL MENGGUNAKAN
ADOBE PREMIERE PRO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bagus Shidiq Harjanto

15.12.8818

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 Februari 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ali Mustopa, M.Kom
NIK. 190302192

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Akhmad Dahlan, M.Kom
NIK. 190302174

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 24 Maret 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 190302038

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 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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 04 Maret 2021



Bagus Shidiq Harjanto
NIM. 15.12.8818

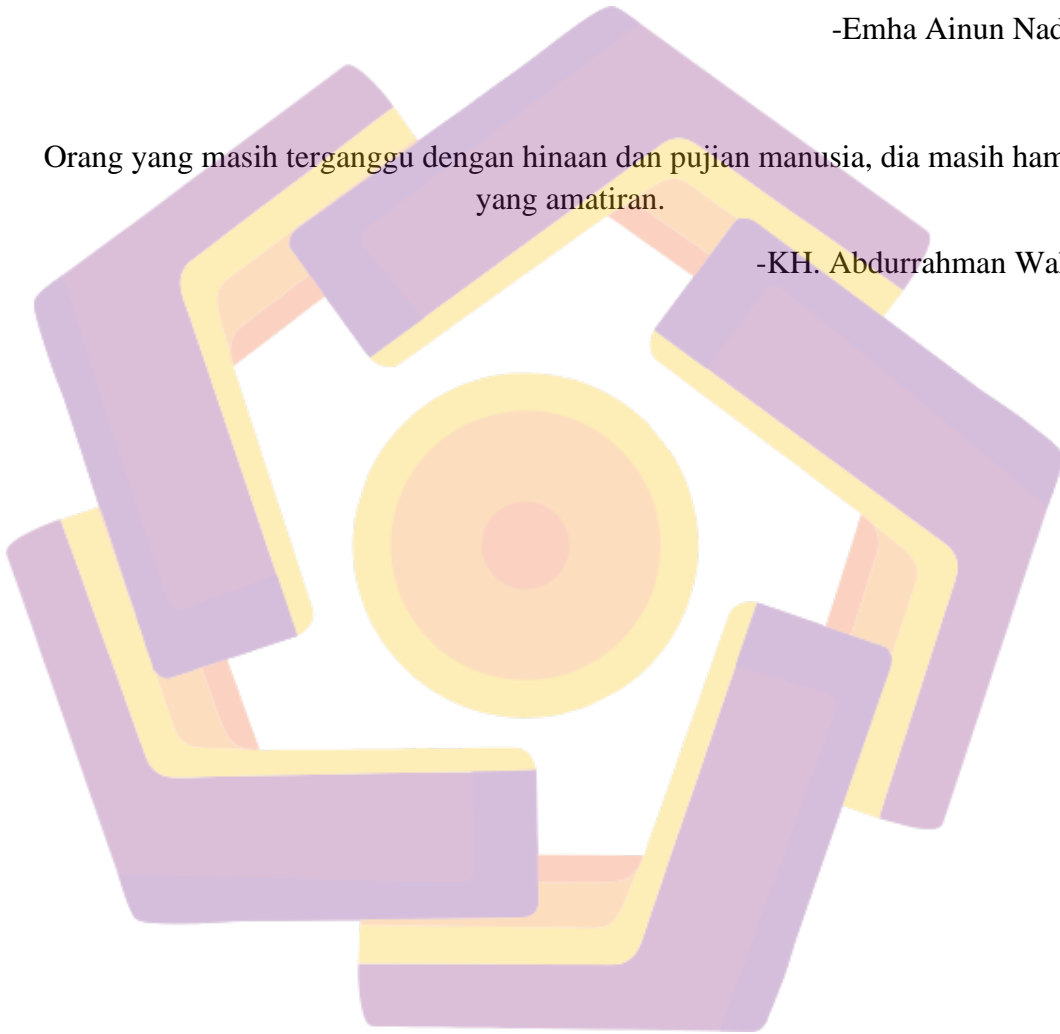
MOTTO

Yang penting bukan kita menang atau kalah, Tuhan tidak mewajibkan manusia untuk menang sehingga kalah pun bukan dosa, yang penting adalah apakah manusia mau berjuang atau tidak berjuang.

-Emha Ainun Nadjib

Orang yang masih terganggu dengan hinaan dan pujian manusia, dia masih hamba yang amatiran.

-KH. Abdurrahman Wahid



PERSEMBAHAN

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan keamanan, keselamatan, kelancaran, dan kebarokahan. Shalawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW yang telah membawa dunia dari zaman jahiliah ke zaman penuh dengan ilmu. Dalam kesempatan kali ini, penulis juga tidak lupa mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi kelancaran dari awal saya mengenyam dunia pendidikan hingga menyelesaikan pendidikan sarjana. Juga dipermudahkannya proses kuliah saya sehingga saya mendapatkan hasil yang memuaskan.
2. Kedua orang tua saya, Ayah Didik Aka Dumadi dan Bunda Rosa Elfida yang telah memberi dukungan moral, materil serta doa sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan sarjana ini.
3. Kedua kakak saya, Rosita Dian Prabasari dan Dhudy Rahadi Permana yang membuat saya lebih bersemangat dalam meraih kesuksesan.
4. Serta seluruh keluarga besar saya, yang selalu memberi dukungannya.
5. Bapak dosen, pak Ali Mustopa, M.Kom. selaku dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingannya selama ini. Mohon maaf atas segala kesalahan saya.

6. Kepada bapak Tonny Hidayat, M.Kom dan bapak Akhmad Dahlan, M.Kom yang telah menjadi dosen penguji dan memberi banyak masukan kepada saya, semoga kedepannya saya bisa menjadi lebih baik lagi.
7. Pihak desa Kanigoro, Saptosari, Gunungkidul, Yogyakarta yang bersedia bekerja sama sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
8. Kepada seluruh teman-teman saya Andre, Reyhan, Sri Kusmayati, Afandi Qodri, Yogi, Rahmad, Rizal, Pascal, Aji, Ahmad serta seluruh teman teman yang telah membantu saya dan mau menjadi bagian dari keluarga saya saat berada di jogja.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat, ridho dan karunia-Nya penulis masih diberi kesempatan dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul ” Pembuatan dan Perancangan Iklan Sebagai Media Promosi pada Wisata Pantai Nguyahan Gunungkidul Menggunakan Adobe Premiere Pro”.

Maksud dan tujuan skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan kelulusan jenjang Program Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta. Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. , selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Ketua Program Studi S1-Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Ali Mustopa, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan waktunya dengan sepenuh hati.
4. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom dan bapak Akhmad Dahlan, M.Kom selaku dosen penguji, serta semua dosen Universitas Amikom Yogyakarta, terima kasih atas ilmu yang diberikan serta pengalaman kepada penulis

5. Kedua Orang Tua, kaka dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan moril serta materi dengan tulus, ikhlas dan penuh kasih sayang.
6. Sahabat dan teman teman 15 S1-SI 07 yang telah memberikan semangat, motivasi dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis selalu membuka diri untuk saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penyusun sendiri pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 04 Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Analisis	4
1.6.3 Metode Perancangan Iklan.....	4
1.6.4 Metode Evaluasi.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Studi	7
2.1.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	8
2.2.1 Pengertian Multimedia	8
2.2.2 Perkembangan Multimedia	8
2.2.3 Pentingnya Multimedia	8
2.2.4 Element – Element Multimedia	9
2.3 Konsep Dasar Video.....	12

2.3.1	Format File Video	12
2.3.2	Resolusi dan Aspek Rasio	14
2.3.3	Frame Rate	14
2.3.4	Penentuan Durasi	15
2.4	Teknik Pengambilan Gambar	16
2.4.1	Bidikan Kamera (Shoot)	17
2.4.2	Teknik Pergerakan Kamera.....	17
2.5	Teknik Time Lapse.....	18
2.6	Teknik Live Shoot	19
2.7	Teknik Motion Graphic	19
2.8	Teknik Dasar Editing.....	21
2.9	Pengertian Iklan.....	24
2.10	Tujuan Iklan.....	25
2.11	Jenis Iklan	25
2.11.1	Iklan Informatif	25
2.11.2	Periklanan Persuasif	25
2.11.3	Iklan Pengingat.....	26
2.11.4	Iklan Pertambahan Nilai.....	26
2.11.5	Iklan Bantuan Aktivitas Lain	27
2.12	Media Periklanan	27
2.13	Data Koesioner	33
2.14	Skala Likert.....	33
2.14.1	Menentukan Interval	34
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		35
3.1	Tinjauan Umum.....	35
3.1.1	Deskripsi Objek.....	35
3.2	Pengumpulan Data	36
3.2.1	Wawancara.....	36
3.2.2	Observasi.....	37
3.3	Metode Analisis SWOT	39
3.3.1	Kekuatan (Strength)	39
3.3.2	Kelemahan (Weakness).....	39
3.3.3	Peluang (Opportunity).....	40
3.3.4	Ancaman (Threats).....	40
3.3.5	Matriks SWOT	40
3.3.6	Kelemahan dari Media Lama	41

3.3.7	Solusi.....	42
3.4	Analisis Kebutuhan	42
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	42
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	43
3.5	Tahap Pra Produksi	45
3.5.1	Perancangan Ide dan Konsep	45
3.5.2	Penentuan Ide Iklan.....	45
3.5.3	Storyboard.....	47
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Tahap Produksi.....	50
4.1.1	Pembuatan Bahan.....	50
4.1.2	Audio Editing	53
4.2	Tahap Pasca Produksi.....	56
4.2.1	Editing.....	56
4.2.2	Color Grading	57
4.2.3	Penerapan Motion Graphic	58
4.2.4	Rendering	59
4.2.5	Hasil Pembuatan Video.....	62
4.3	Metode Evaluasi	64
4.3.1	Testing (Pengujian).....	64
4.3.2	Pengambilan Skala Kuesioner.....	65
4.3.3	Hasil Penayangan Iklan Instagram.....	69
BAB V PENUTUP.....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		75

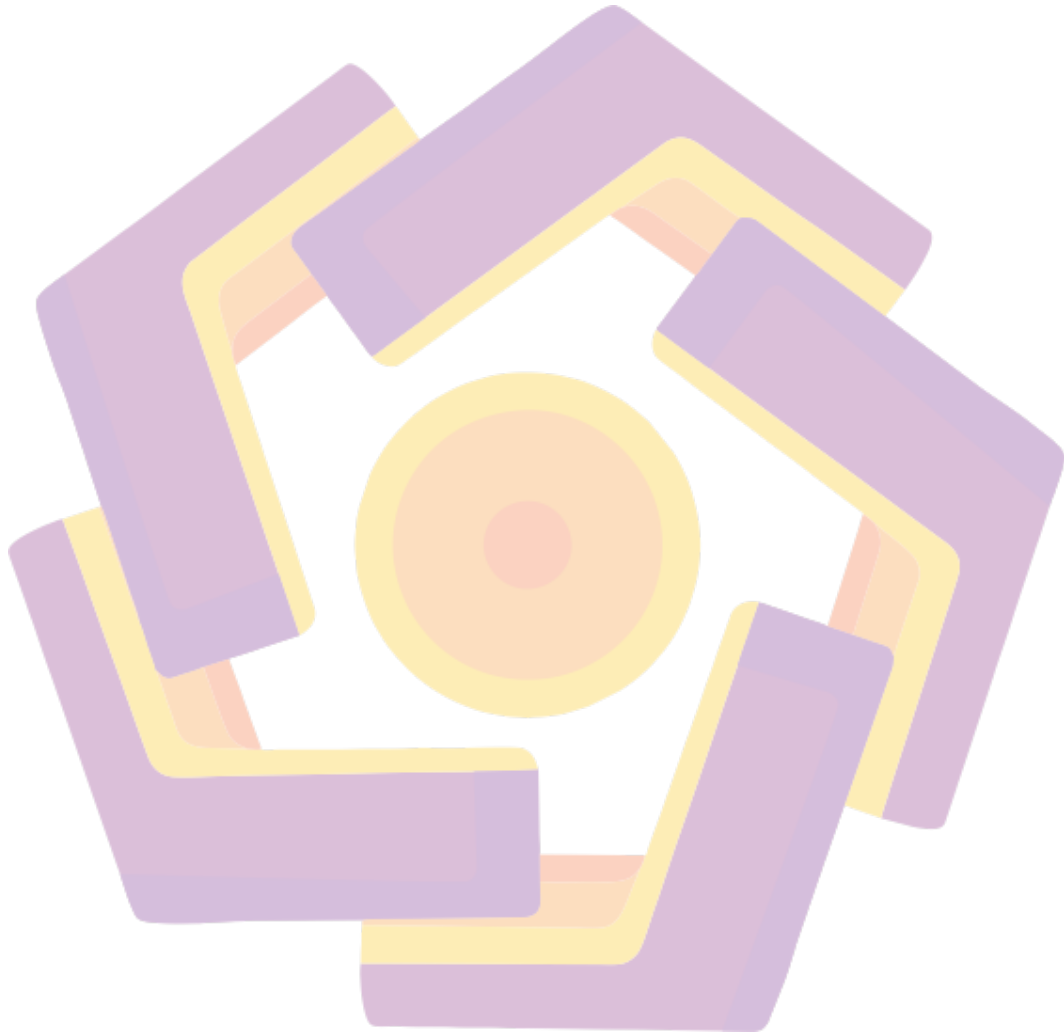
DAFTAR TABEL

Tabel 2 . 1 Contoh Pertanyaan Checklist	33
Tabel 2 . 2 Contoh Skor Berdasarkan Interval Tingkat Intensitas	34
Tabel 3 . 1 Matriks SWOT	40
Tabel 3 . 2 Software	43
Tabel 3 . 3 Hardware	43
Tabel 3 . 4 Naskah.....	45
Tabel 3 . 5 Storyboard.....	47
Tabel 4 . 1 Hasil Final Rendering	62
Tabel 4 . 2 Hasil Testing	64
Tabel 4 . 3 Kuesioner Aspek Multimedia	66
Tabel 4 . 4 Perhitungan Aspek Multimedia	66
Tabel 4 . 5 Kuesioner Aspek Informasi	67
Tabel 4 . 6 Perhitungan Aspek Informasi.....	67
Tabel 4 . 7 Presentase Nilai.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3 . 1 Pantai Nguyahan	35
Gambar 3 . 2 Hastag Pantai Nguyahan	37
Gambar 3 . 3 Postingan Video Pantai Nguyahan	37
Gambar 3 . 4 Postingan Foto Pantai Nguyahan	38
Gambar 4 . 1 Pengambilan Gambar	51
Gambar 4 . 2 Hasil Shooting	51
Gambar 4 . 3 Membuka Software Adobe Photoshop	52
Gambar 4 . 4 Membuat Lembar Kerja Baru	52
Gambar 4 . 5 Proses Editing Graphic HTM	52
Gambar 4 . 6 Proses Editing Graphic Peta	53
Gambar 4 . 7 Proses Editing Graphic Logo Gunungkidul	53
Gambar 4 . 8 Membuka File Audio	54
Gambar 4 . 9 Seleksi Wavefrom	54
Gambar 4 . 10 Capture Noise	54
Gambar 4 . 11 Proses Noise Reduction	55
Gambar 4 . 12 Tab Editing Noise	55
Gambar 4 . 13 Hasil Reduce Noise	55
Gambar 4 . 14 Proses Editing Audio	56
Gambar 4 . 15 Import Video dan Audio	56
Gambar 4 . 16 Penggabungan Video dan Audio	57
Gambar 4 . 17 Color Grading	57
Gambar 4 . 18 Penerapan Motion Graphic Pada Nama Pantai	58
Gambar 4 . 19 Penerapan Motion Graphic HTM	58
Gambar 4 . 20 Penerapan Motion Graphic Logo	59
Gambar 4 . 21 Export Video	59
Gambar 4 . 22 Menentukan Format File	60
Gambar 4 . 23 Proses Rendering	60
Gambar 4 . 24 Format Video Akhir	61
Gambar 4 . 25 Detail Video Akhir	61
Gambar 4 . 26 Instagram Penulis	69

Gambar 4 . 27 Hasil Upload di Instagram Penulis.....	69
Gambar 4 . 28 Akun Instagram indonesiakece__	70
Gambar 4 . 29 Hasil Repost Instagram indonesiakece__.....	70
Gambar 4 . 30 Akun Instagram gunungkidul_kece	71
Gambar 4 . 31 Hasil Repost Instagram gunungkidul_kece.....	71
Gambar 4 . 32 Akun Instagram ceritagonungkidul.....	72
Gambar 4 . 33 Hasil Repost Instagram ceritagonungkidul	72

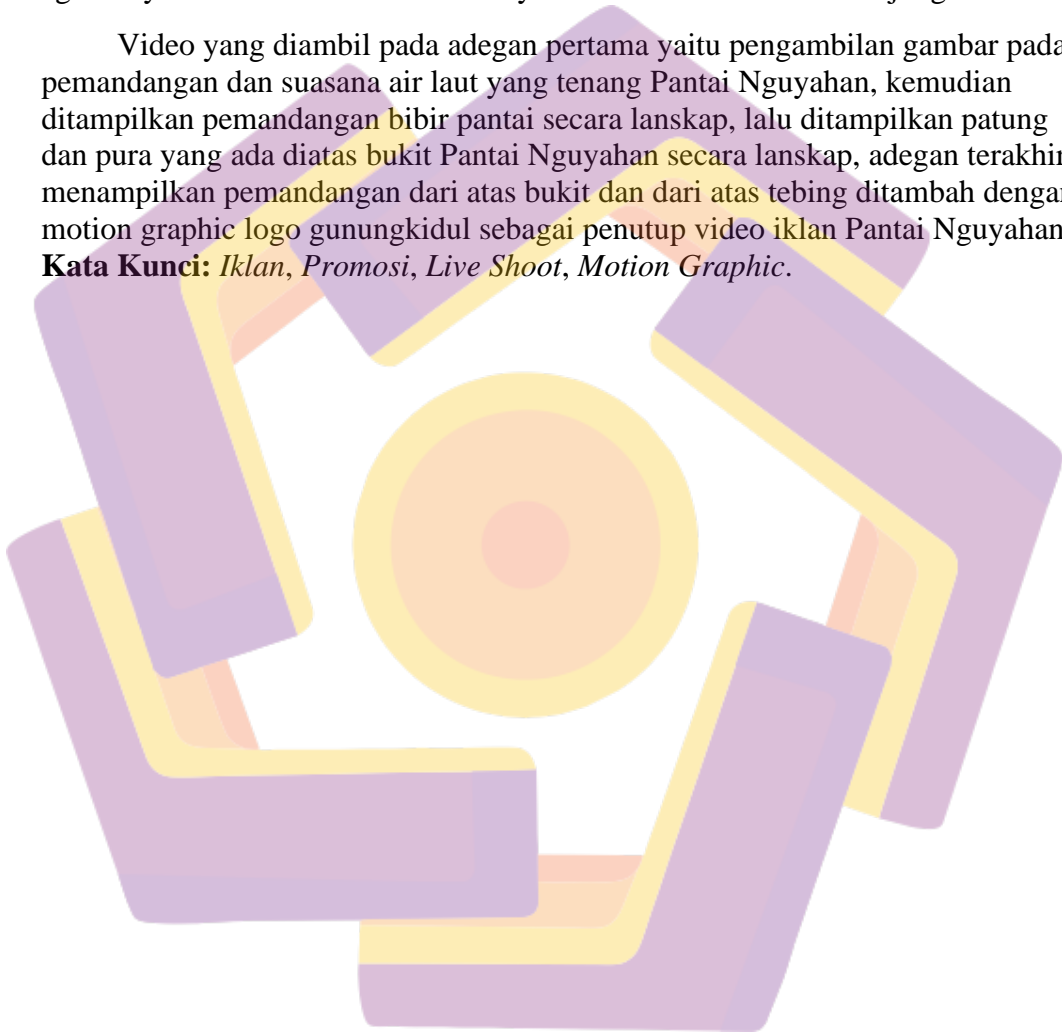


INTISARI

Pembuatan video iklan ini bertujuan untuk mengenalkan objek wisata Pantai Nguyahan Gunungkidul kepada masyarakat umum, sehingga dapat mengagumi dan melestarikan pantai ini, karena memiliki pemandangan yang indah dan akan dibuka untuk objek wisata.

Pengambilan video menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* agar meyakinkan wisatawan dan masyarakat tertarik untuk berkunjung.

Video yang diambil pada adegan pertama yaitu pengambilan gambar pada pemandangan dan suasana air laut yang tenang Pantai Nguyahan, kemudian ditampilkan pemandangan bibir pantai secara lanskap, lalu ditampilkan patung dan pura yang ada diatas bukit Pantai Nguyahan secara lanskap, adegan terakhir menampilkan pemandangan dari atas bukit dan dari atas tebing ditambah dengan motion graphic logo gunungkidul sebagai penutup video iklan Pantai Nguyahan.
Kata Kunci: *Iklan, Promosi, Live Shoot, Motion Graphic.*



ABSTRACT

The making of this video advertisement aims to introduce the Nguyahan Gunungkidul Beach tourist attraction to the general public, so that they can admire and preserve this beach, because it has beautiful views and will be opened for tourist attractions.

Taking videos using Live Shoot Techniques and Motion Graphics to convince tourists and the public who are interested in visiting.

The video taken in the first scene is taking pictures of the scenery and atmosphere of the calm sea water at Nguyahan Beach, then a landscape view of the beach is shown, then the statues and temples on the hill of Nguyahan Beach are shown in a landscape, the last scene shows a view from the top of the hill from the top of the cliff added with the gunungkidul logo motion graphic as the closing video for the Nguyahan Beach advertisement.

Keywords: Advertising, Promotion, Live Shoot, Motion Graphic.

