

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
WISATA EDUKASI PANORAMA CANDI GEBANG**

SKRIPSI



disusun oleh

M. Firdaus Pradana

18.22.2144

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

2019

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
WISATA EDUKASI PANORAMA CANDI GEBANG**

SKRIPSI

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



disusun oleh

M. Firdaus Pradana

18.22.2144

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

2019

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
WISATA EDUKASI PANORAMA CANDI GEBANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

M. Firdaus Pradana

18.22.2144

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 30 April 2019

Dosen Pembimbing,



Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
WISATA EDUKASI PANORAMA CANDI GEBANG

yang dipersiapkan dan disusun oleh

M. Firdaus Pradana

18.22.2144

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 September 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bayu Setiaji, M.Kom.
NIK. 190302216

Tonny Hidayat, M.Kom.
NIK. 190302182

Agus Fatkhurohman, M.kom.
NIK. 190302249

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
27 September 2019

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, 21 Desember 2019



M. Firdaus Pradana

NIM. 18.22.2144

MOTTO

” SELALU LAPAR AKAN PENGETAHUAN ”
” BE A WATER MY FRIENDS ”



PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan hanya kepada Allah SWT, karena atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulis mempersembahkan Skripsi ini kepada :

- Keluarga, terutama Kedua Orang tua yang selalu menyemangati dan mendoakan dalam proses penyelesaian skripsi ini terutama bagi Ibu tercinta.
- Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
- Bapak Dosen Pembimbing, Bayu Setiaji, M.Kom yang selalu bersedia membimbing, santai, jelas, dan terarah. Semoga segala kemudahan serta rizqi selalu menyertainya. Amin.
- Alm. Ibu Armadyah Amborowati, S.Kom, M.Eng yang telah membantu saya dalam proses pengaktifan kembali sebagai Mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta.
- Teman-teman angkatan 2011 yang selalu menemani dikala sepi sambil ngopi mencari inspirasi dimalam hari.
- Terima kasih juga kepada semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil ‘alamiin. Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya, sehingga Skripsi yang berjudul **“Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Wisata Edukasi Panorama Candi Gebang”**, dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Tidak ada kalimat yang lebih bermakna saat ini kecuali **“Menyelesaikan Skripsi”** dan tidaklah sanggup hamba-Mu ini menyusun dan merangkai ucapan rasa syukur atas keagungan Allah SWT yang tiada terkira. Segala cinta hamba curahkan kepada Allah semata, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini.

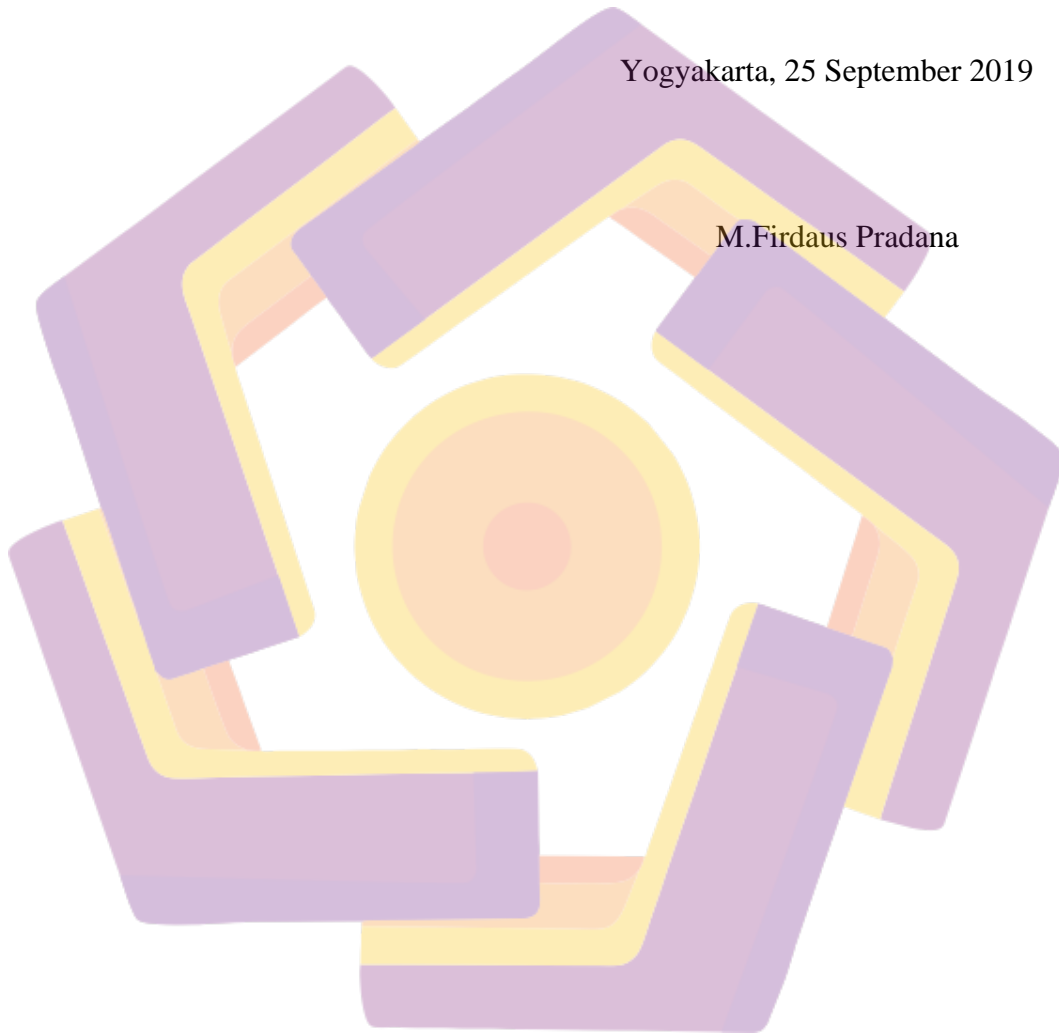
Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi syarat kelulusan ujian akhir Sarjana Program Strata Satu Jurusan Sistem Informasi.

Pada proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak support, dorongan, bimbingan, dan arahan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Penulis juga berharap semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat khususnya bagi penulis sendiri, dan bagi para pembaca dan dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, Amin.

Yogyakarta, 25 September 2019

M.Firdaus Pradana



DAFTAR ISI

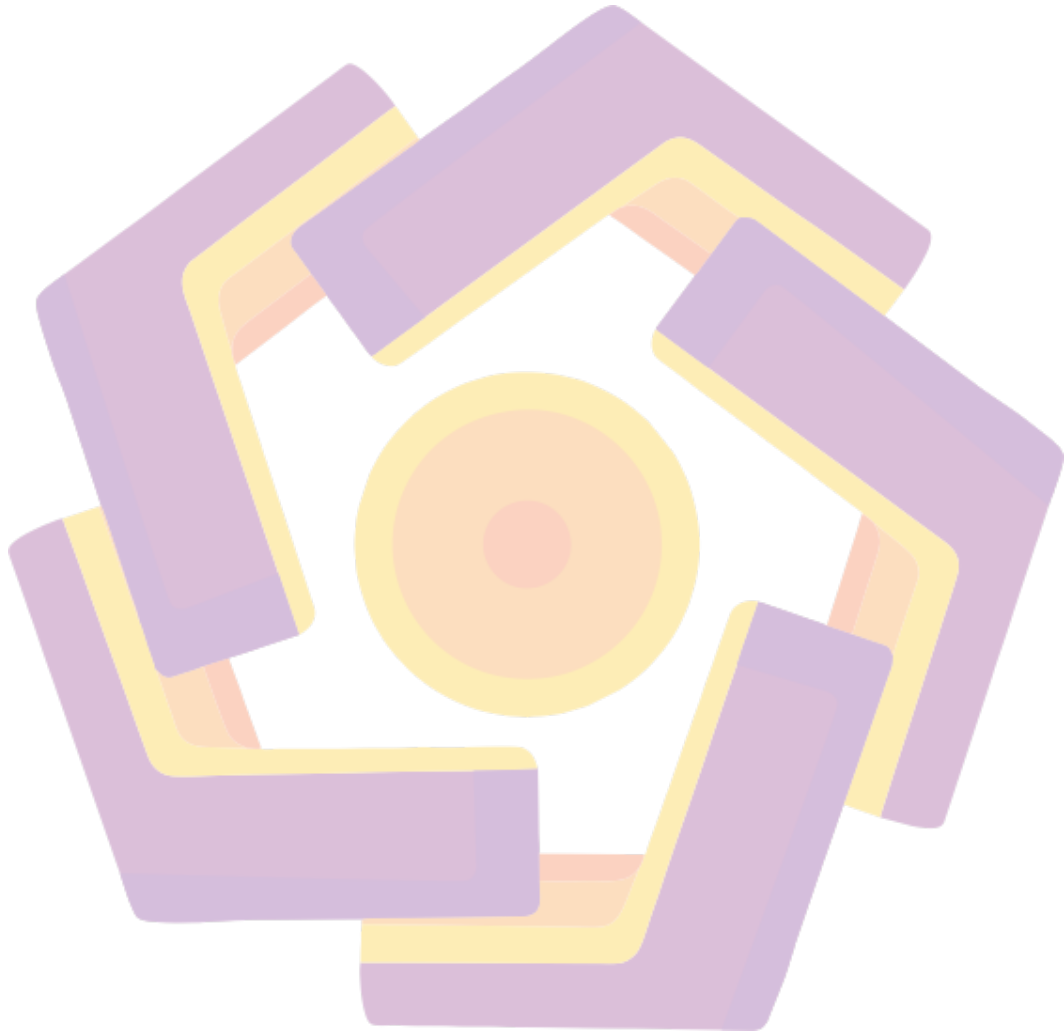
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.1.1 Metode Observasi.....	4
1.6.1.2 Metode Wawancara.....	4
1.6.2 Metode Analisis.....	4
1.6.3 Metode Perancangan.....	5
1.6.4 Metode Implementasi.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6

BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	10
2.2.1 Definisi Multimedia.....	10
2.2.2 Sejarah Multimedia.....	10
2.3 Konsep Dasar Iklan.....	11
2.3.1 Pengertian Periklanan.....	11
2.3.2 Tujuan Periklanan Televisi.....	11
2.3.3 Manfaat Iklan Televisi.....	13
2.4 DRONE.....	13
2.4.1 Pengertian Drone.....	13
2.4.2 Manfaat Penggunaan Drone.....	13
2.4.3 Istilah-istilah Dalam Penggunaan Drone.....	14
2.5 Perancangan Iklan Televisi.....	15
2.5.1 Strategi Menetapkan Audien Sasaran.....	15
2.5.2 Strategi Mencari Keunggulan Produk yang Dipasarkan.....	15
2.5.3 Strategi Menetapkan Anggaran Iklan Televisi.....	16
2.5.4 Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi.....	16
2.5.5 Strategi Merancang Naskah dan Storyboard.....	16
2.6 Pembuatan Naskah dan Storyboard Iklan Televisi.....	16
2.6.1 Prinsip Dasar Pembuatan Naskah Iklan Televisi.....	16
2.6.2 Merancang Storyboard Iklan Televisi.....	18
2.6.3 Istilah-istilah dalam Pembuatan Naskah dan Storyboard....	19
2.7 Strategi Memproduksi Iklan Televisi.....	21
2.7.1 Tahap Pra-produksi.....	21
2.7.2 Tahap Produksi.....	22
2.7.3 Tahap Pasca Produksi.....	24
2.8 Standard Penyiaran Televisi di Indonesia.....	25
2.9 Analisis.....	26
2.9.1 Analisis SWOT.....	26

2.9.2	Analisis Kebutuhan.....	28
2.9.3	Analisis Kelayakan.....	28
2.9.4	Langkah langkah Pengembangan Aplikasi.....	29
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		30
3.1	Tinjauan Umum.....	30
3.2	Visi dan Misi.....	32
3.2.1	Visi.....	32
3.2.2	Misi.....	32
3.3	Analisis Masalah.....	33
3.4	Solusi yang Diterapkan.....	33
3.5	Tahapan Analisis.....	34
3.5.1	Analisis SWOT.....	34
3.5.1.1	Analisis Kekuatan (<i>Strength</i>).....	34
3.5.1.2	Analisis Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	35
3.5.1.3	Analisis Peluang (<i>Opportunity</i>).....	35
3.5.1.4	Analisis Ancaman (<i>Threath</i>).....	36
3.5.2	Analisis Kebutuhan.....	37
3.5.2.1	Kebutuhan Fungsional.....	37
3.5.2.2	Kebutuhan non-Fungsional.....	38
	1. Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>).....	38
	2. Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>).....	38
	3. Kebutuhan Sumber Daya Manusia (<i>Brainware</i>).....	39
3.5.3	Analisis Studi Kelayakan.....	40
3.5.3.1	Kelayakan Teknis.....	40
3.5.3.2	Kelayakan Hukum.....	40
3.5.3.3	Kelayakan Teknologi.....	41
3.6	Tahap Pra Produksi.....	41
3.6.1	Rancangan Ide dan Konsep.....	41
3.6.2	Perancangan Naskah.....	42
3.6.3	Perancangan Storyboard.....	42
3.6.4	Kru.....	47

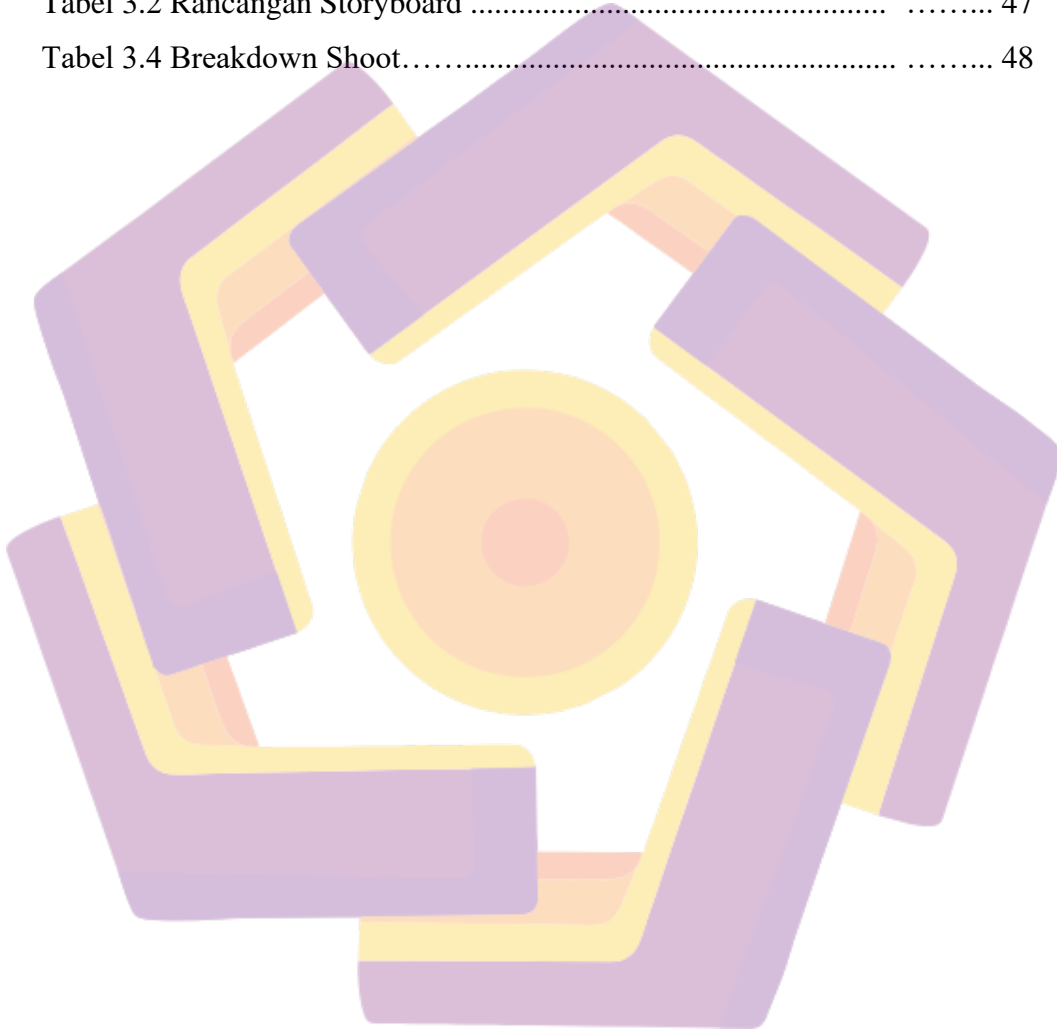
3.6.5	Breakdown Shoot.....	47
BAB IV	IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1	Implementasi.....	49
4.1.1	Produksi.....	49
4.1.2	Pasca Produksi.....	49
4.2	Produksi Iklan.....	49
4.2.1	Pengambilan Gambar (<i>Shooting</i>).....	50
4.2.1.1	Persiapan Alat.....	50
4.2.1.2	<i>Briefing</i> Kru.....	50
4.2.1.3	<i>Take Shoot</i>	50
4.2.2	Pemilihan Back Sound.....	51
4.2.3	Pengambilan Suara.....	52
4.3	Pasca Produksi.....	53
4.3.1	<i>Capture</i>	56
4.3.2	Pemilihan Video.....	56
4.3.3	Editing Video.....	57
4.3.3.1	Menggabungkan Video dan Audio.....	57
4.3.3.2	Pemberian Transisi.....	58
4.3.3.3	Coloring.....	60
4.3.4	<i>Rendering</i>	61
4.4	Pembahasan.....	63
4.4.1	Review.....	63
4.4.2	Tampilan Iklan.....	63

BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian.....	9
Tabel 2.2 Contoh Format Naskah.....	17
Tabel 3.1 Analisis SWOT.....	36
Tabel 3.2 Rancangan Storyboard	47
Tabel 3.4 Breakdown Shoot.....	48

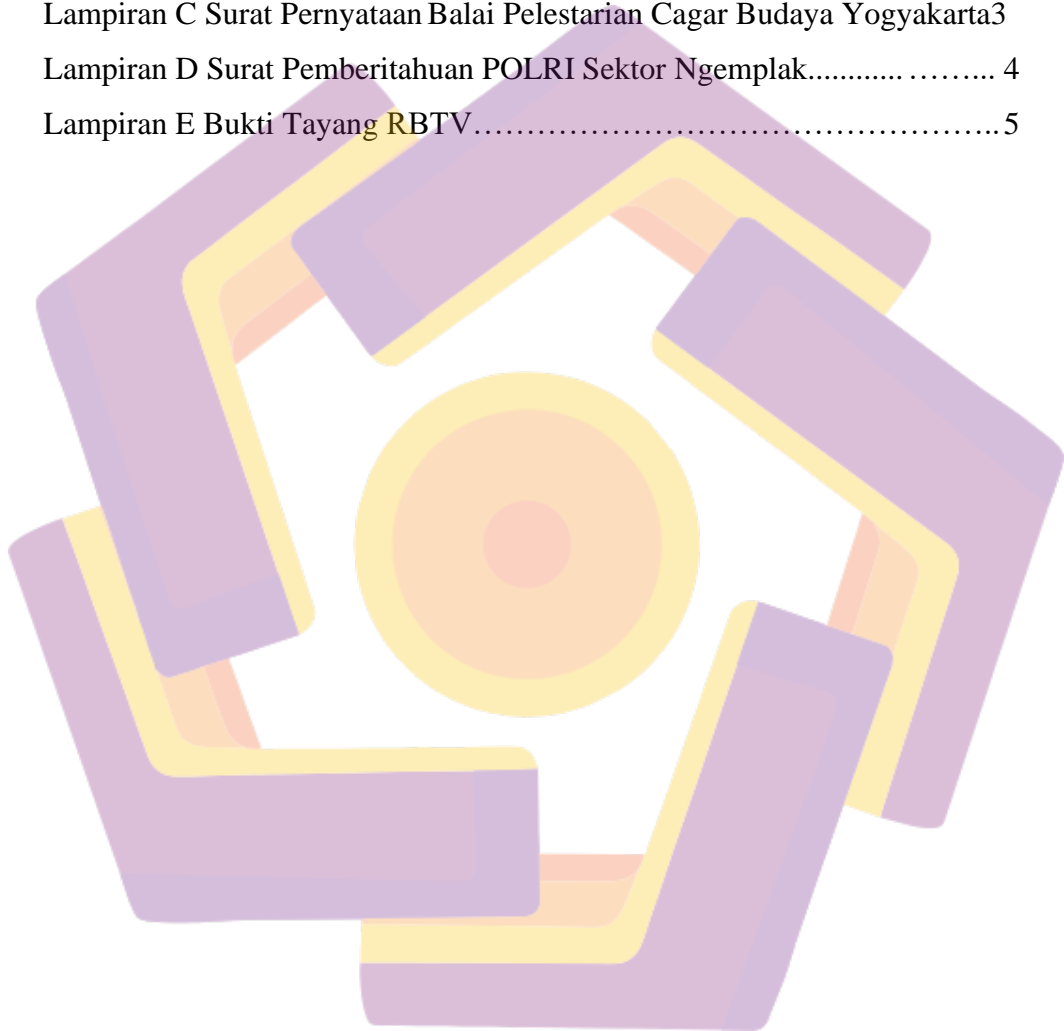


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Storyboard.....	18
Gambar 2.2 Tampilan Audacity.....	22
Gambar 2.3 Tampilan Adobe Premiere Pro CC 2018.....	24
Gambar 2.4 Diagram analisis SWOT.....	26
Gambar 4.1 Sound of Yogyakarta “Fremalens Audiovisual”.....	51
Gambar 4.2 Daftar Take Voice.....	52
Gambar 4.3 Tampilan Audacity.....	53
Gambar 4.4 Proses Pemilihan Narasi.....	53
Gambar 4.5 Noise Removal tools.....	54
Gambar 4.6 Noise Removal tools 2.....	54
Gambar 4.7 Proses Menghilangkan Noise.....	55
Gambar 4.8 Export Audio.....	55
Gambar 4.9 Pemindahan File ke Komputer.....	56
Gambar 4.10 Video Drone.....	56
Gambar 4.11 Video Sony.....	56
Gambar 4.12 Tampilan Scene.....	57
Gambar 4.13 Menggabungkan Audio dan Video.....	58
Gambar 4.14 Memasukan Narasi ke Dalam Video.....	58
Gambar 4.15 Pemberian Efek Transisi.....	59
Gambar 4.16 Memasukan Efek Transisi.....	60
Gambar 4.17 Constant Gain Audio Transisi.....	60
Gambar 4.18 Workspace Colorgrading.....	61
Gambar 4.19 Color Gradding.....	61
Gambar 4.20 Export Setting.....	62
Gambar 4.21 Format Setting.....	63
Gambar 4.22 Tampilan Iklan.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Izin Balai Pelestarian Cagar Budaya Yogyakarta.....	1
Lampiran B Surat Permohonan Penelitian.....	2
Lampiran C Surat Pernyataan Balai Pelestarian Cagar Budaya Yogyakarta	3
Lampiran D Surat Pemberitahuan POLRI Sektor Ngemplak.....	4
Lampiran E Bukti Tayang RBTV.....	5



INTISARI

Candi Gebang adalah sebuah candi yang terletak di daerah dusun Gebang, Wedomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman. Kurang lebih 11 kilometer dari pusat kota Yogyakarta. Penemuan candi peninggalan Hindu ini berawal dari ditemukannya patung Ganesha oleh penduduk setempat pada bulan November 1936. Candi Gebang merupakan salah satu candi kecil yang ada di Yogyakarta, dimana bangunannya hanya berdimensi 5.25m x 5.25m dengan ketinggian 7.75m serta memiliki bahan dasar bangunan dari batu andesit.

Seiring berjalannya waktu, Candi Gebang mulai menjadi destinasi wisata, saat ini sudah dibuka untuk wisatawan. Adapun jam operasional candi gebang ini yaitu setiap hari, Senin-Minggu dari pukul 08.00 WIB – 17.30 WIB. Candi Gebang akan ramai mulai sore hari, terutama di akhir pekan. Kebanyakan pengunjungnya adalah Masyarakat sekitar untuk menikmati sunset.

Pada Skripsi ini, penulis mencoba untuk menganalisis pokok-pokok permasalahan yang ada, yaitu dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada obyek wisata Candi Gebang sebagai wisata Edukasi. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menggali potensi Wisata Edukasi Candi Gebang serta diharapkan dapat menjadi media informasi dalam hal menyampaikan, mengenalkan ataupun mempromosikan serta sebagai upaya meningkatkan minat wisatawan dari aspek budaya dan karakter masyarakat lokal dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan.

Kata-kunci: Iklan, iklan televisi, pariwisata, candi, candi gebang, multimedia, promosi

ABSTRACT

Gebang Temple is a temple located in the Gebang area, Wedomartani, Ngemplak District, Sleman Regency. Approximately 11 kilometers from downtown Yogyakarta. The discovery of this Hindu heritage temple originated from the discovery of a statue of Ganesha by local residents in November 1936. The Gebang temple is one of the small temples in Yogyakarta, where the building has only dimensions of 5.25m x 5.25m with a height of 7.75m and has building materials from andesite .

Over time, Gebang Temple began to become a tourist destination, now it has been opened for tourists. The operating hours of the Gebang temple are every day, Monday-Sunday from 08.00 WIB - 17.30 WIB. Gebang Temple will be busy starting in the afternoon, especially on weekends. Most visitors are the surrounding community to enjoy the sunset.

In this thesis, the author tries to analyze the problems that exist, namely by using a SWOT analysis to find out how much strength, weakness, opportunity and threat to Gebang Temple tourism objects as educational tourism. The results of this study are expected to be able to explore the potential of Gebang Temple Educational Tourism and are expected to become a medium of information in terms of delivering, introducing or promoting as well as an effort to increase tourist interest from the cultural and character aspects of local communities while maintaining environmental sustainability.

Keywords: Advertising, television advertising, tourism, temple, gebang temple, multimedia, promotion.