

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI**

**VIEW JOGJA TOUR AND TRAVEL**

**YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**disusun oleh**

**Bima Satriya Pahlawan**

**14.11.7942**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2018**



**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI**

**VIEW JOGJA TOUR AND TRAVEL**

**YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan

mencapai gelar Sarjana

pada Program Studi Sistem Informasi



**disusun oleh**

**Bima Satriya Pahlawan**

**14.11.7942**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2018**

**PESETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI  
VIEW JOGJA TOUR AND TRAVEL  
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bima Satriya Phlawan**

**14.11.7942**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 23 Februari 2018

**Dosen Pembimbing,**



**Mei P Kurniawan, M.Kom**

**NIK. 190302231**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI**  
**VIEW JOGJA TOUR AND TRAVEL**  
**YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bima Satriya Pahlawan**

**14.11.7942**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 November 2018

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Agus Purwanto, M.Kom**

**NIK. 190302229**

**Bety Wulan Sari, M.Kom**

**NIK. 190302254**

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

**NIK. 190302187**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 10 Desember 2018

**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, 30 Desember 2018

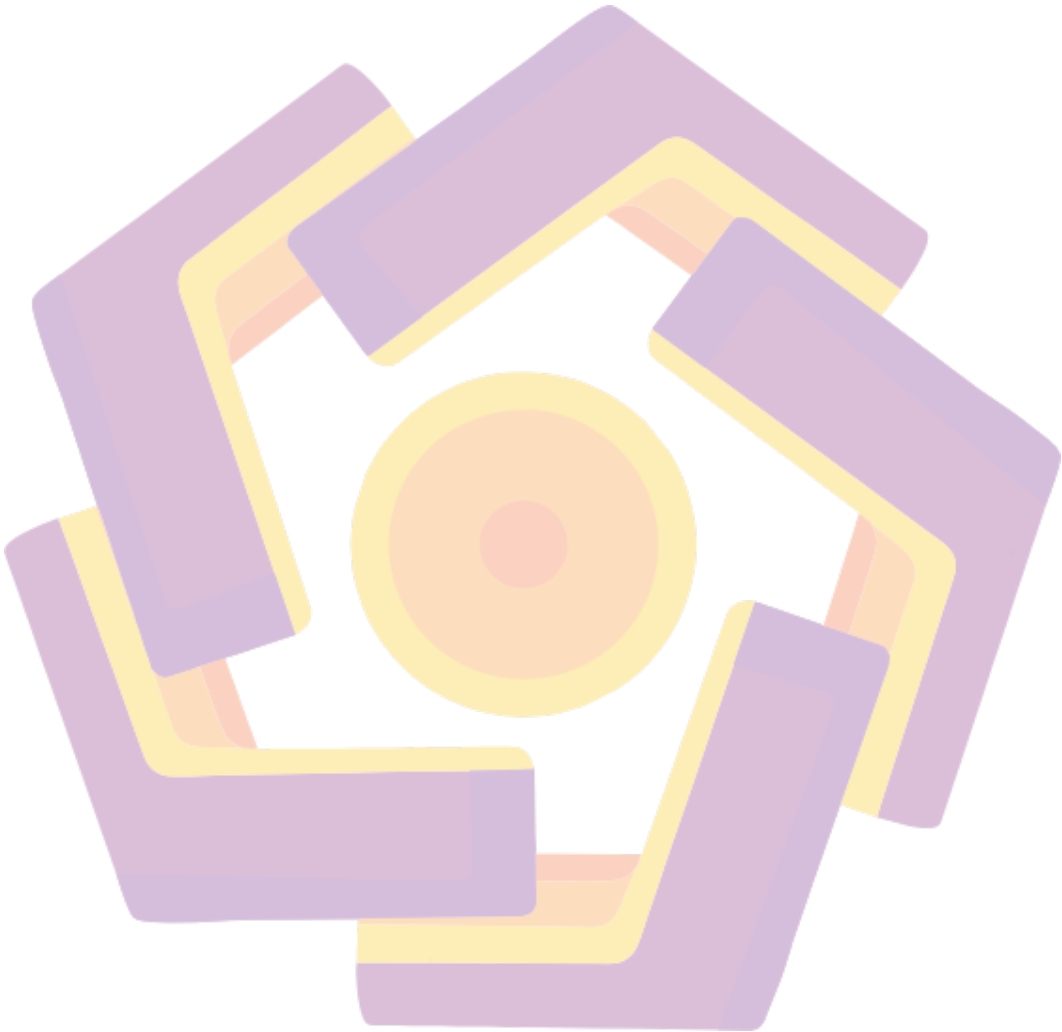


Bima Satriya Pahlawan

NIM. 14.11.7942

### **Motto**

- Berusaha, berdoa dan jangan lupa sholat 5 waktu
- Proses tak akan mengkhianati hasil





## PERSEMBAHAN

Pertama dan yang paling utama, saya ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana komputer. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua (Alm Bapak Kusmanto dan Ibu Teguh Sumariyah) yang senantiasa memberikan semangat dan doa, semoga selalu dalam lindungannya.
2. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom, yang telah memberikan bimbingan aktif selama pelaksanaan penelitian, semoga mendapatkan banyak keberkahan dan dilancarkan segala urusannya.
3. Keluarga besar “14-S1.TI-06” yang selalu mendukung dan memberikan semangat tanpa henti serta juga yang selalu ada dalam keadaan apapun.
4. Serta keluarga dan teman – teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat, hidayah serta inayah-NYA, penulis masih diberi kesempatan dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan perguruan tinggi Program Studi Strata-1 Teknik Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta dan meraih gelar sarjana (S.Kom). Selain itu skripsi ini juga bertujuan untuk menambah pengetahuan tentang perancangan dan pembuatan iklan TV

Sebagai ungkapan rasa syukur, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam proses penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih tersebut khususnya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak / Ibu Pimpinan dan Pembantu Pimpinan di Universitas Amikom Yogyakarta, atas segala kebijakan yang diterapkan, khususnya kebijakan akademik yang sangat menunjang keberhasilan penulis dalam menyelesaikan studi.
2. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dalam memberikan masukan, saran, bantuan dan bimbingan dalam menyelesaikan naskah skripsi ini.
3. Bapak, Ibu dan Keluarga tercinta untuk kasih sayang, didikan dan dukungan berupa nasehat dan doa yang diberikan kepada saya.



4. Irvanul, Hanif, Tegar, Teuku Ampon, Yudha, Hafiz dan Ikhsan yang telah banyak membantu dan mensupport selama kuliah dan dalam penyelesaian skripsi.
5. Teuku Ampon teman seperjuangan yang telah memberikan banyak sebuah cerita dalam menempuh jenjang sarjana.
6. Bapak / Ibu Dosen dan Karyawan di Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman.
7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tentunya sangat berharga dan tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis juga meminta maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh untuk memberikan kata sempurna. Penulis juga dengan senang hati menerima kritik dan saran.

Semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat bagi para pembacanya maupun diri penulis sendiri serta dapat digunakan sebagai salah referensi untuk penelitian yang lain.

Yogyakarta, 10 November 2018

Bima Satriya Pahlawan

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	I
PESETUJUAN.....	II
PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN.....	IV
MOTTO .....	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR .....	VII
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
INTISARI.....	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. <b>LATAR BELAKANG MASALAH</b> .....	1
1.2. <b>RUMUSAN MASALAH</b> .....	2
1.3. <b>BATASAN MASALAH</b> .....	2
1.4. <b>MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN</b> .....	2
1.5. <b>MANFAAT PENELITIAN</b> .....	3
1.5.1. <b>Bagi Penulis</b> .....	3
1.5.2. <b>Bagi Objek Penelitian</b> .....	3
1.5.3. <b>Bagi Akademik</b> .....	3
1.6. <b>METODE PENELITIAN</b> .....	3
1.6.1. <b>Pengumpulan Data</b> .....	3
1.6.2. <b>Metode Analisis</b> .....	4
1.6.3. <b>Metode Perancangan</b> .....	4

<b>BAB II.....</b>	<b>7</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.2. PENGERTIAN MULTIMEDIA .....	8
2.3. ELEMEN-ELEMEN MULTIMEDIA.....	8
2.4. PENGERTIAN VIDEO .....	10
2.5. KONSEP DASAR IKLAN.....	12
2.5.1. Pengertian Iklan .....	12
2.5.2. Sejarah Periklanan.....	12
2.5.3. Penetapan Tujuan Periklanan .....	13
2.5.4. Jenis-jenis Periklanan.....	13
2.5.5. Televisi Sebagai Media Periklanan .....	15
2.5.6. Kekuatan dan kelemahan Iklan Televisi .....	15
2.5.7. Standar Penyiaran.....	16
2.6. KONSEP PROMOSI .....	16
2.6.1. Pengertian Promosi .....	16
2.6.2. Fungsi Promosi .....	17
2.6.3. Tujuan Promosi .....	18
2.7. KONSEP TEKNIK LIVE SHOOT .....	18
2.7.1. Sejarah Live Shoot .....	18
2.7.2. Unsur Teknis dalam Live Shoot.....	19
2.8. PENGERTIAN MOTION GRAPHIC .....	20
2.8.1. Sejarah Motion Graphic .....	21
2.8.2. Cara Kerja Motion Graphic.....	21
2.9. TAHAP PRODUKSI.....	22
2.9.1. Pra Produksi .....	22
2.9.2. Produksi .....	23
2.9.3. Pasca Produksi .....	24
2.9.4. Analisis SWOT .....	24
2.9.5. Strength (Kekuatan) .....	24



2.9.6.	Weakness (Kelemahan).....	25
2.9.7.	Opportunity (Peluang).....	25
2.9.8.	Threat (Ancaman) .....	25
2.10.	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM .....	26
2.10.1.	Kebutuhan Fungsional .....	27
2.10.2.	Kebutuhan Non Fungsional.....	27
2.10.3.	Evaluasi .....	28
2.11.	KUESIONER .....	28
2.11.1.	Kuesioner Tertutup.....	28
2.11.2.	Kuesioner Terbuka .....	29
2.11.3.	Perhitungan Kuesioner (Skala Likert).....	29
2.11.4.	Menentukan Interval .....	29
<b>BAB III</b>	.....	<b>31</b>
<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN</b>	.....	<b>31</b>
3.1.	TINJAUAN UMUM.....	31
3.1.1.	Sejarah CV. View Jogja Tour and Travel .....	31
3.1.2.	Struktur Organisasi View Jogja Tour And Travel .....	32
3.1.3.	Visi dan Misi.....	32
3.1.4.	Fasilitas .....	33
3.1.5.	Alamat.....	33
3.2.	METODE PENGUMPULAN DATA .....	33
3.2.1.	Metode Observasi.....	33
3.2.2.	Metode Wawancara.....	34
3.2.3.	Analisis SWOT .....	35
3.2.4.	Kelemahan.....	39
3.2.5.	Solusi Yang Ditawarkan .....	39
3.2.6.	Analisis Kebutuhan Sistem .....	40
3.2.7.	Analisis Kebutuhan Fungsional .....	40
3.2.8.	Analisis Kebutuhan Non Fungsional .....	40
3.2.9.	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware) .....	41

3.2.10.	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak (Software).....	41
3.2.11.	Analisis Kebutuhan Pengguna (Brainware).....	42
3.3.	ANALISIS KELAYAKAN .....	43
3.3.1.	Kekayaan Teknologi .....	43
3.3.2.	Kelayakan Hukum.....	43
3.3.3.	Kekayaan Operasional .....	44
3.3.4.	Kelayakan Ekonomi.....	44
3.4.	TAHAPAN PRA PRODUKSI.....	44
3.4.1.	Ide Video Iklan.....	44
3.4.2.	Perancangan Naskah .....	45
3.4.3.	Perancangan Storyboard.....	47
BAB IV	.....	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	53
4.1.	TAHAPAN PRODUKSI.....	53
4.1.1.	Pengambilan Gambar (Shooting).....	53
4.1.2.	Pembuatan Motion Graphic .....	53
4.1.3.	Pembuatan Narasi.....	59
4.2.	PASCA PRODUKSI.....	60
4.2.1.	Compositing .....	60
4.2.2.	Editing.....	62
4.2.3.	Rendering .....	65
4.3.	EVALUASI .....	66
4.3.1.	Alpha Testing .....	66
4.3.2.	Betha Testing .....	68
4.3.3.	Metode Implementasi.....	74
4.3.4.	Publish Youtube.....	75
4.3.5.	Publish Stasiun TV.....	76
4.3.6.	Penyerahan ke Pihak View Jogja Tour And Travel.....	76
BAB V	.....	77



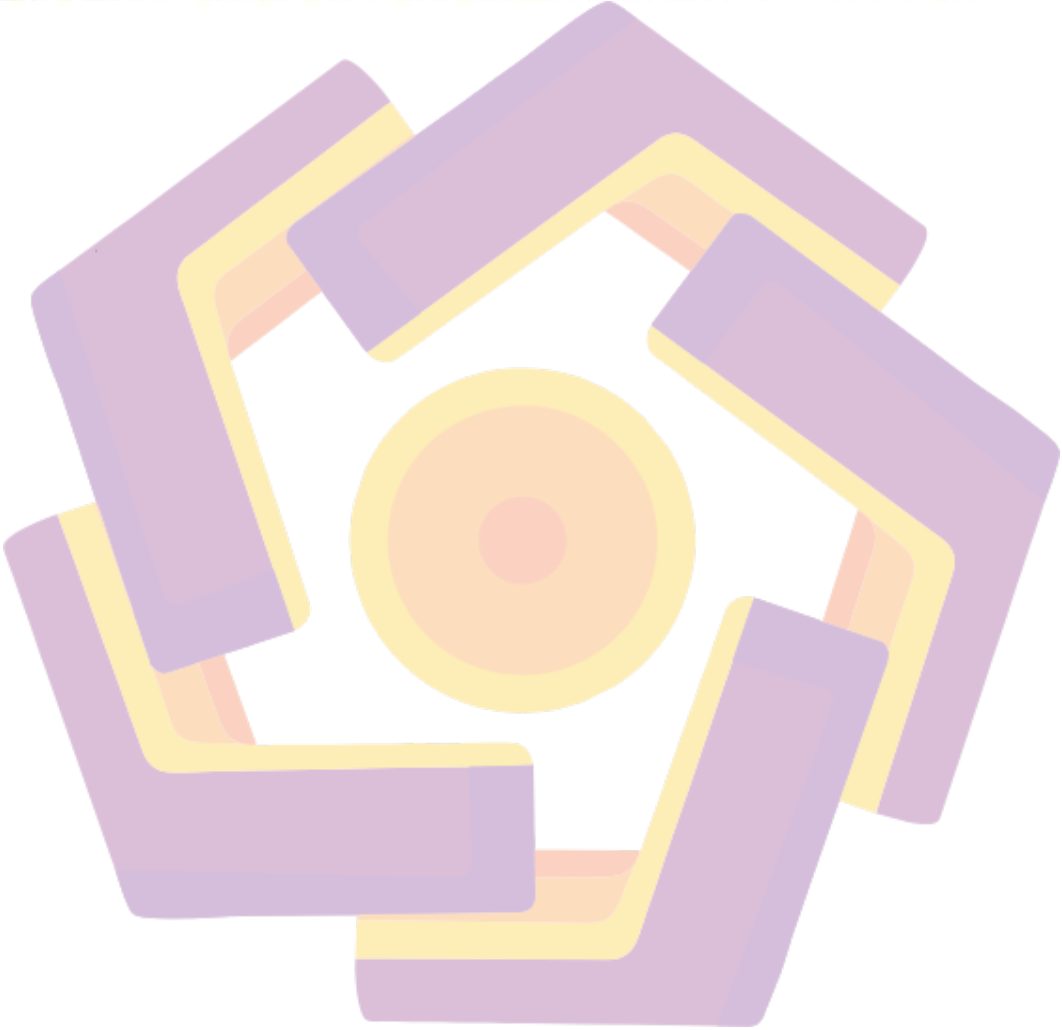
**PENUTUP..... 77**

**5.1. KESIMPULAN..... 77**

**5.2. SARAN ..... 78**

**DAFTAR PUSTAKA ..... 79**

**LAMPIRAN..... 81**



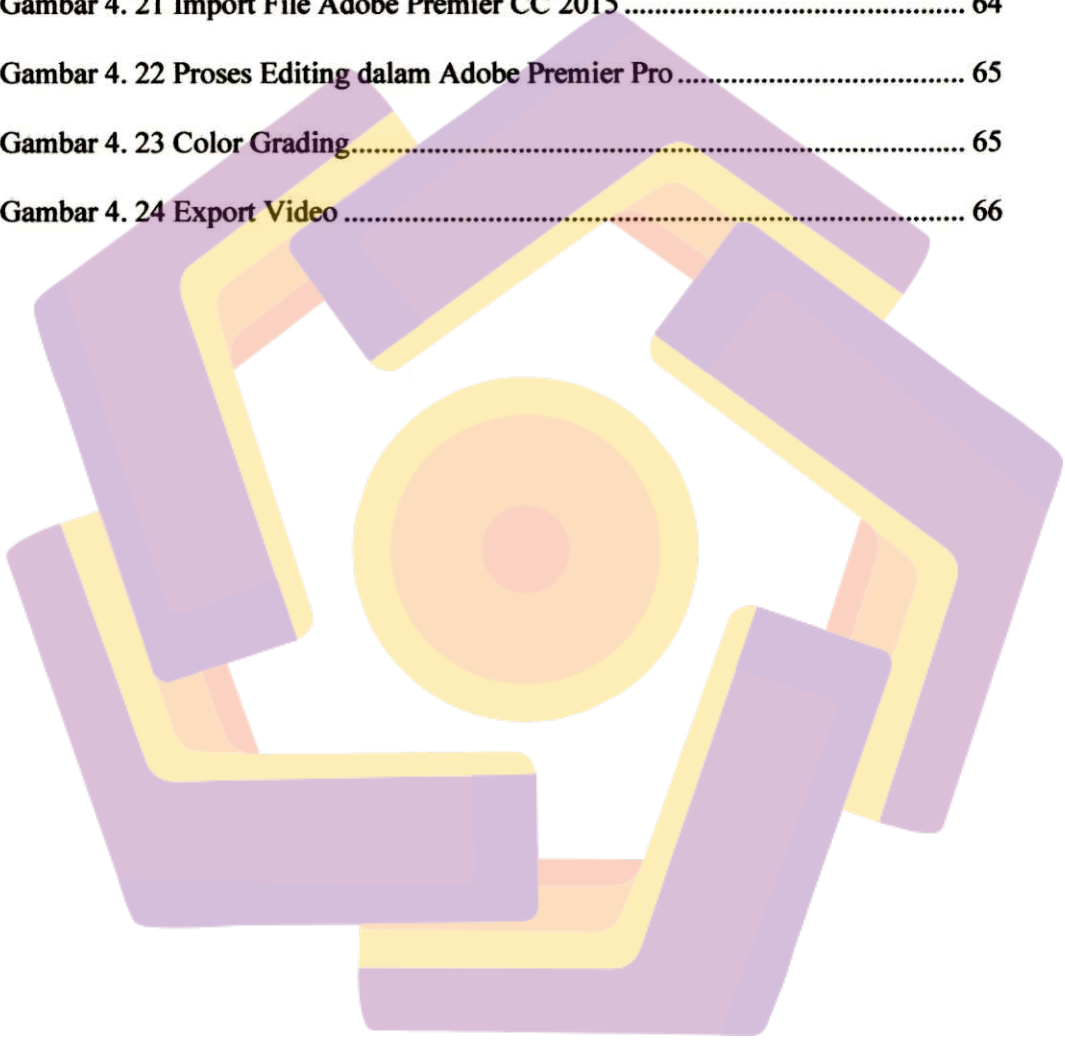
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Analisis SWOT.....	26
Tabel 2. 2 Contoh pengkategorian skor jawaban .....	30
Tabel 3. 1 Analisis SWOT .....	37
Tabel 3. 2 Perangkat Keras (Hardware).....	41
Tabel 3. 3 Perangkat Lunak (Software) .....	42
Tabel 3. 4 Personil Produksi .....	43
Tabel 3. 5 Storyboard.....	48
Tabel 4. 1 Alpha Testing.....	67
Tabel 4. 2 Pengujian Aspek Informasi.....	69
Tabel 4. 3 Pengajuan Aspek Multimedia .....	72
Tabel 4. 4 Tabel Bobot Nilai.....	74
Tabel 4. 5 Presentase Skor Jawaban Kuisisioner.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Elemen Multimedia .....	9
Gambar 2. 2 Contoh Naskah .....	22
Gambar 2. 3 Contoh Storyboard .....	23
Gambar 3. 1 Logo View Jogja Tour And Travel .....	31
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi View Jogja Tour And Travel .....	32
Gambar 3. 3 Tampilan instagram View Jogja.....	33
Gambar 4. 1 Tampilan Awal Adobe Illustrator CC 2015 .....	54
Gambar 4. 2 New Document Illustrator .....	54
Gambar 4. 3 Rectangle Tool dan Anchor Point Tool.....	55
Gambar 4. 4 Live Paint dan Live Paint Bucket.....	55
Gambar 4. 5 Menyimpan file .....	56
Gambar 4. 6 Export File.....	56
Gambar 4. 7 Tampilan awal Adobe After Effect CC 2015.....	57
Gambar 4. 8 Import file AE .....	57
Gambar 4. 9 Composition After Effect .....	58
Gambar 4. 10 Key Frame dan Position .....	58
Gambar 4. 11 Export AE.....	58
Gambar 4. 12 Tampilan Adobe Media Encoder .....	59
Gambar 4. 13 Perekaman Narasi.....	59
Gambar 4. 14 De Noiser dan Equalizer (EQ) .....	60
Gambar 4. 15 Penggabungan Audio dan Video.....	60
Gambar 4. 16 Tampilan awal After Effect CC 2015 .....	61

Gambar 4. 17 Tampilan awal After Effect CC 2015 .....	62
Gambar 4. 18 Import File AE .....	62
Gambar 4. 19 Tampilan awal Adobe Premier CC 2015 .....	63
Gambar 4. 20 New Sequence .....	64
Gambar 4. 21 Import File Adobe Premier CC 2015 .....	64
Gambar 4. 22 Proses Editing dalam Adobe Premier Pro .....	65
Gambar 4. 23 Color Grading.....	65
Gambar 4. 24 Export Video .....	66



## INTISARI

View Jogja Tour and Travel Agency adalah sebuah agen biro perjalanan. perusahaan ini mengkhususkan pada jasa transportasi dengan model sewa dan jasa perjalanan wisata secara kelompok ataupun perorangan, dalam keberadaanya perusahaan ini belum begitu dikenal oleh segmen pasarnya, karena memang agen perjalanan ini meskipun relative besar namun belum dikenal oleh sebagian masyarakat.

Dengan adanya media iklan, menurut pengamatan penulis serta data dari pihak pengelola diharapkan akan mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas dari sebelumnya, oleh karena itu sarana iklan sangat dibutuhkan pada perusahaan ini supaya tidak tertinggal dari kompetitor agen perjalanan lainnya, Dengan adanya permasalahan pada faktor iklan, maka penulis beranggapan perlunya program media iklan yang berkesinambungan dalam rangka meningkatkan pangsa pasar untuk perusahaan ini sehingga akan tercapai target pasar yang diinginkan.

Dengan perancangan media iklan yang sesuai dan terkonsep sehingga diharapkan akan mampu menginformasikan keberadaan View Jogja Tour and Travel Agency secara maksimal. Analisis data dilakukan deskriptif kualitatif, data yang diperoleh akan dianalisis dengan analisis SWOT.

**Kata Kunci :** Analisis SWOT, Travel Agency, Iklan



## ABSTRACT

*View Jogja Tour and Travel Agency is a travel agency agency. the company specializes in transportation services with rental models and travel services in groups or individuals, in the presence of this company is not so well known by its market segment, because it is a travel agent although relatively large but not yet known by some people.*

*With the advertising media, according to the author's observation and data from the manager is expected to be able to capture a wider market segment than before, therefore the means of advertising is needed in this company so as not to be left behind from other travel agent competitors, With the problem of advertising factors , then the authors assume the need for a sustainable advertising media program in order to increase market share for this company so that will reach the desired target market.*

*With the design of appropriate advertising media and conceptual so it is expected to be able to inform the existence of View Jogja Tour and Travel Agency to the fullest.*

**Keywords:** *SWOT Analysis, Travel Agency, Advertising*

