

**PEMBUATAN IKLAN PARIWISATA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**(Jalur Magang)**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Informatika**



**disusun oleh**

**BRYAN AMMARA MAHA SADEWA**

**19.11.3284**

**Kepada**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

**PEMBUATAN IKLAN PARIWISATA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Informatika**



**disusun oleh**

**BRYAN AMMARA MAHA SADEWA**

**19.11.3284**

**Kepada**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN IKLAN PARIWISATA YOGYAKARTA**

yang disusun dan diajukan oleh

**Bryan Ammara Maha Sadewa**

19.11.3284

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 19 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Ike Verawati, S.Kom., M.Kom

NIK. 190302237

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PEMBUATAN IKLAN PARIWISATA YOGYAKARTA**

yang disusun dan diajukan oleh

**Bryan Ammara Maha Sadewa**

19.11.3284

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Eli Pujastuti  
NIK. 190302227

Muhammad Tofa Nurcholis, M.Kom  
NIK. 190302281

Ike Verawati, M.Kom  
NIK. 190302237

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 19 Februari 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., Ph.D  
NIK. 190302096

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Bryan Ammara Maha Sadewa  
NIM : 19.11.3284

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Pembuatan Iklan Pariwisata

Dosen Pembimbing : Ike Verawati S.Kom., M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian **SAYA** sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari **Dosen Pembimbing**.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 19 Februari 2024

Yang Menyatakan,



Bryan Ammara Maha Sadewa



## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan YME, karena atas limpahan kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan akhir Magang & Studi Independen Bersertifikat, Sebagai *Crew* Iklan Pariwisata Jogja Di PT Unicam Digital Pictvres ini dengan lancar, Digital Pictvres. Penulisan Laporan akhir ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dari beberapa pihak yang membantu penulis, yang dengan sabar dan bijaksana, meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, pengarahan dan saran yang bermanfaat.

Sesuai yang di rencanakan, Penulis menyampaikan Terima Kasih pada :

1. Orang Tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan motivasi semangat kepada penulis
2. Ibu Ike Verawati S,Kom., M,Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis menyelesaikan laporan hasil Magang akhir hasil Magang & Studi Independen Bersertifikat ini.
3. Bapak Andri Saputro S.T., selaku CEO PT. Unicam Digital Pictvres
4. Seluruh mentor yang terlibat dalam proyek MSIB
5. Seluruh pegawai yang ada di Kantor PT Unicam Digital Pictvres
6. Rekan kerja & Sahabat yang selalu mendukung selama proses pengerjaan laporan akhir Magang & Studi Independen Bersertifikat ini selesai.
7. Azmi Nadhifah Iftinani, selaku support sistem dalam setiap kegiatan yang penulis lakukan

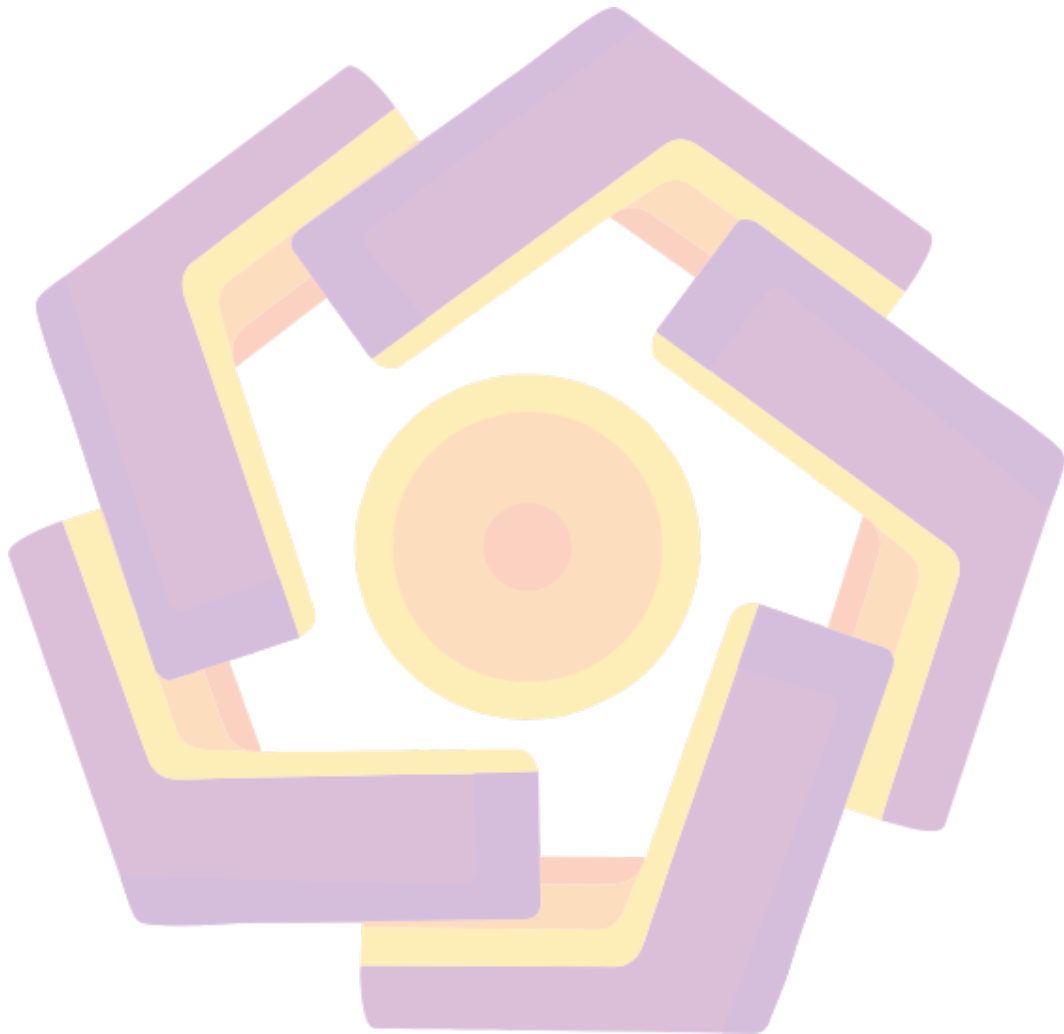
Akhir kata, penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga laporan hasil Magang & Studi Independen Bersertifikat ini membawa manfaat

Yogyakarta, 19 Februari 2024  
Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
DAFTAR ISTILAH .....	xi
INTISARI.....	xviii
<i>ABTRACT</i> .....	xix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan.....	3
1.3. Manfaat.....	3
1.4. Batasan.....	3
1.5. Identitas Tempat Magang.....	4
1.6. Sistematika Penulisan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
2.1. Tinjauan Pustaka .....	7
2.2. Dasar Teori.....	12
BAB III. METODOLOGI.....	18
3.1. Alur Magang .....	18
3.2. Analisa Kegiatan.....	19
3.3. Alur dan Analisa Perancangan Produk.....	22
BAB IV. PEMBAHASAN.....	39
4.1. Hasil Kegiatan .....	39
4.2. Hasil Produk Magang .....	52

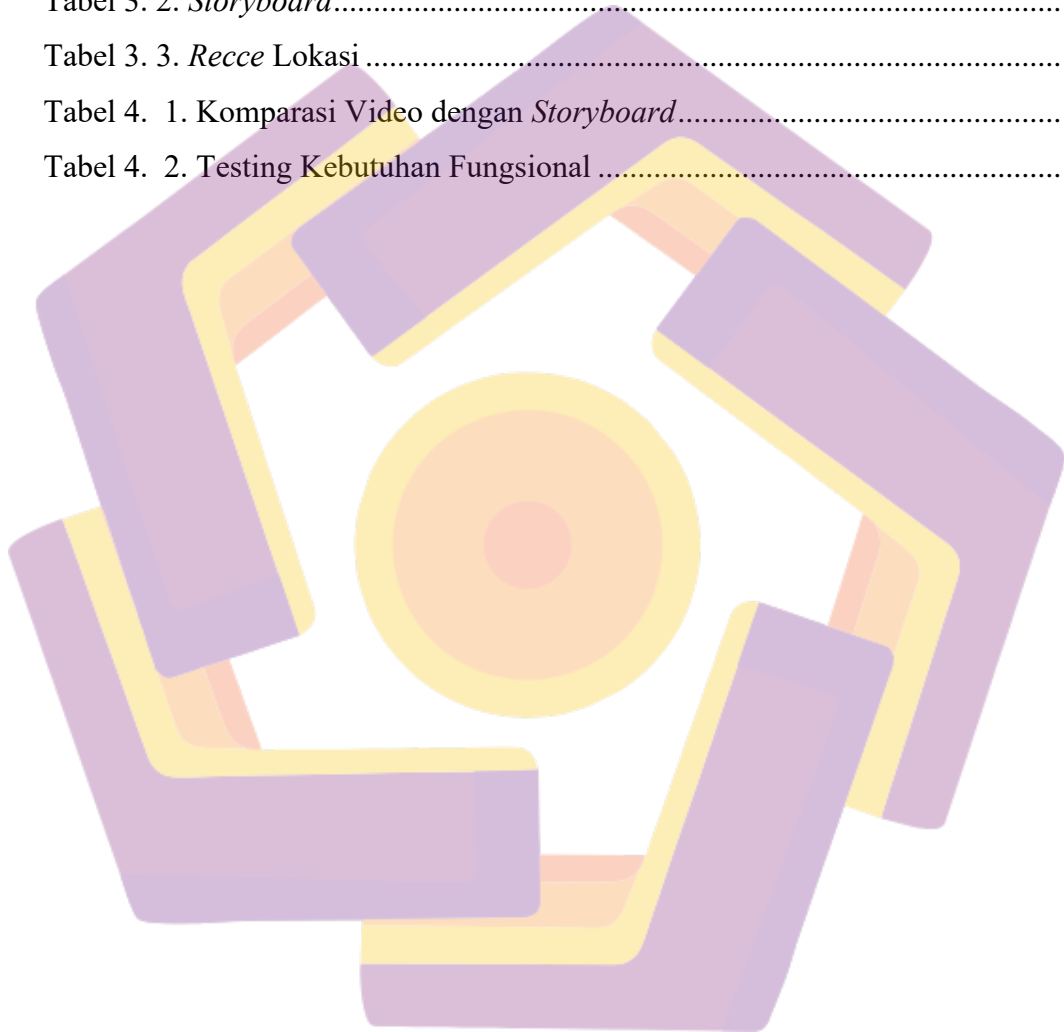
BAB V. PENUTUP.....	60
5.1. Kesimpulan .....	60
5.2. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN.....	65





## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Sistematika Penulisan .....	6
Tabel 2. 1. Kebaruan Tulisan .....	9
Tabel 3. 1. <i>Brief Project</i> Unicam Studio.....	19
Tabel 3. 2. <i>Storyboard</i> .....	24
Tabel 3. 3. <i>Recce</i> Lokasi .....	30
Tabel 4. 1. Komparasi Video dengan <i>Storyboard</i> .....	52
Tabel 4. 2. Testing Kebutuhan Fungsional .....	55



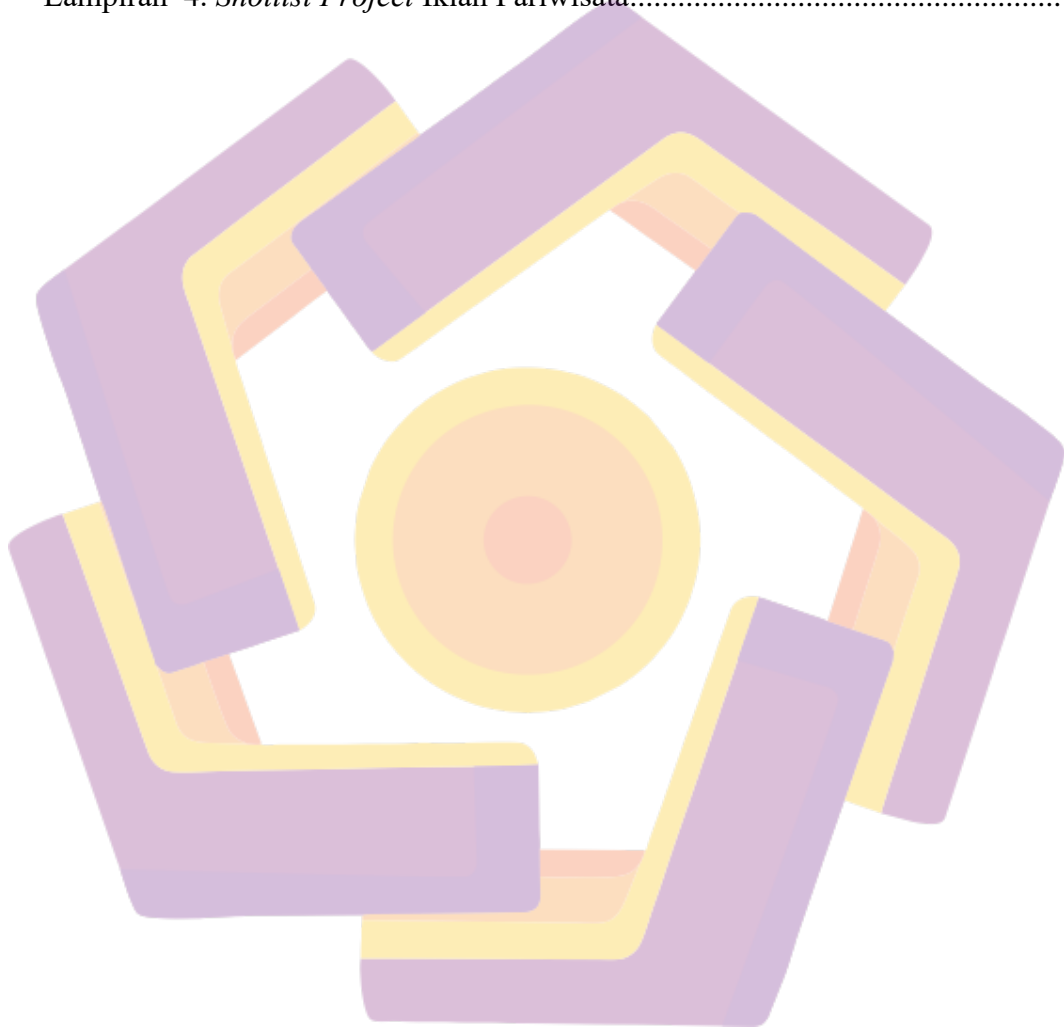
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1. Alur Kegiatan Magang .....	18
Gambar 3. 2. Alur Perancangan Produk.....	22
Gambar 4. 1. Konsep AIDA Iklan Wisata Yogyakarta.....	41
Gambar 4. 2. Konsep Visual Iklan .....	43
Gambar 4. 3. Konsep Warna .....	44
Gambar 4. 4. Dokumentasi Kegiatan Produksi.....	47
Gambar 4. 5. Dokumentasi Pasca Produksi .....	49
Gambar 4. 6. Tangkapan Layar Iklan di Instagram .....	58
Gambar 4. 7. Tangkapan Layar Video Iklan di <i>YouTube</i> .....	59

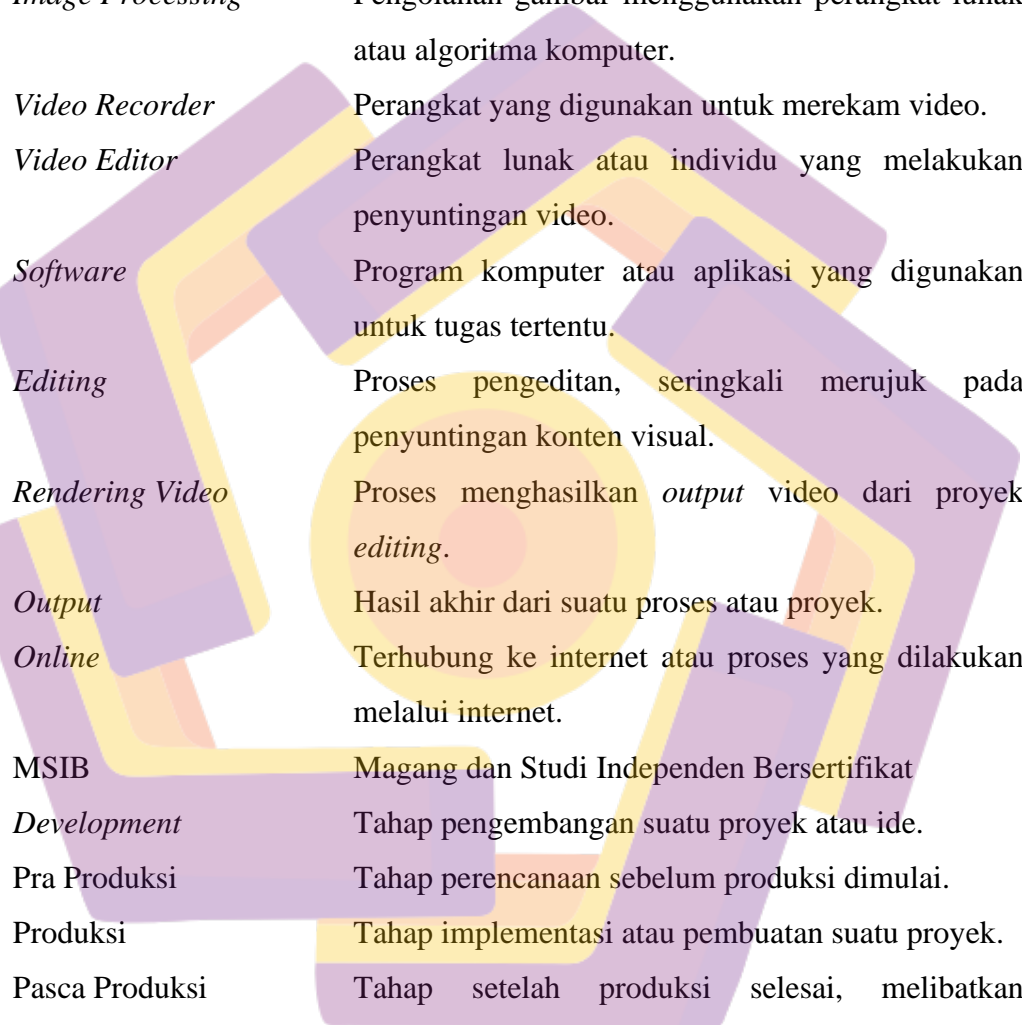


## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Log</i> Kegiatan Magang .....	66
Lampiran 2. Surat Pernyataan Penyerahan Produk.....	77
Lampiran 3. <i>Timline</i> Pembuatan Iklan Pariwisata Yogyakarta.....	78
Lampiran 4. <i>Shotlist Project</i> Iklan Pariwisata.....	81



## DAFTAR ISTILAH



WTTC	<i>World Travel &amp; Tourism Council</i> , organisasi yang fokus pada industri perjalanan dan pariwisata.
<i>Image Enhancement</i>	Peningkatan kualitas gambar atau foto melalui berbagai teknik.
<i>Image Processing</i>	Pengolahan gambar menggunakan perangkat lunak atau algoritma komputer.
<i>Video Recorder</i>	Perangkat yang digunakan untuk merekam video.
<i>Video Editor</i>	Perangkat lunak atau individu yang melakukan penyuntingan video.
<i>Software</i>	Program komputer atau aplikasi yang digunakan untuk tugas tertentu.
<i>Editing</i>	Proses pengeditan, seringkali merujuk pada penyuntingan konten visual.
<i>Rendering Video</i>	Proses menghasilkan <i>output</i> video dari proyek <i>editing</i> .
<i>Output</i>	Hasil akhir dari suatu proses atau proyek.
<i>Online</i>	Terhubung ke internet atau proses yang dilakukan melalui internet.
MSIB	Magang dan Studi Independen Bersertifikat
<i>Development</i>	Tahap pengembangan suatu proyek atau ide.
Pra Produksi	Tahap perencanaan sebelum produksi dimulai.
Produksi	Tahap implementasi atau pembuatan suatu proyek.
Pasca Produksi	Tahap setelah produksi selesai, melibatkan penyuntingan dan penyelesaian proyek.
<i>Video Landscape</i>	Format atau orientasi layar video.
SDM	Sumber Daya Manusia, mengacu pada tenaga kerja atau karyawan.
<i>Platform</i>	Tempat atau medium di mana suatu pesan atau konten disampaikan.

<i>Mise-en-scène</i>	Tata letak elemen visual dalam suatu adegan atau gambar.
<i>Stakeholder</i>	Pihak-pihak yang terlibat atau berkepentingan dalam suatu proyek atau perusahaan.
<i>Live Shot</i>	Pengambilan gambar atau rekaman yang dilakukan secara langsung.
<i>Motion Graphic</i>	Grafik yang bergerak atau animasi grafis.
<i>Marketing Mix</i>	Kombinasi dari elemen-elemen pemasaran seperti produk, harga, promosi, dan distribusi.
Media Lini Atas ( <i>Above the Line</i> )	Jenis media yang melibatkan promosi melalui saluran konvensional seperti iklan TV, radio, dan cetak.
Media Lini Bawah ( <i>Below the Line</i> )	Jenis media yang melibatkan promosi di luar saluran konvensional, seperti pemasaran langsung atau promosi acara.
<i>Live Action</i>	Adegan atau produksi yang melibatkan pemain manusia atau objek fisik.
<i>Storyboard</i>	Rangkaian gambar berurutan yang digunakan untuk merencanakan urutan visual.
<i>Recording</i>	Proses merekam suara atau gambar.
<i>Project Based Learning</i>	Pembelajaran berbasis proyek, di mana siswa memahami konsep melalui partisipasi aktif dalam proyek.
<i>Brief</i>	Dokumen pendek yang merinci informasi atau instruksi dasar untuk suatu proyek.
<i>AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)</i>	Model pemasaran yang merinci langkah-langkah dalam menarik perhatian konsumen.
<i>Target Audience</i>	Kelompok atau demografi yang menjadi sasaran pemasaran.
<i>Message</i>	Pesan atau informasi yang ingin disampaikan.

<i>Call to Action</i>	Instruksi atau ajakan untuk mendorong tindakan tertentu dari audiens.
<i>Media</i>	Saluran atau sarana untuk menyampaikan pesan atau konten.
<i>Timeline</i>	Susunan waktu yang menunjukkan urutan kejadian atau tugas dalam suatu proyek.
<i>Traveler</i>	Seseorang yang melakukan perjalanan atau <i>travelling</i> .
<i>Montage</i>	Penggabungan beberapa gambar atau adegan menjadi satu kesatuan dalam produksi video.
<i>Relatable</i>	Sesuatu yang dapat dihubungkan atau dipahami oleh orang lain, umumnya merujuk pada hubungan dengan pengalaman mereka.
<i>FOMO</i>	<i>Fear Of Missing Out</i> , kekhawatiran atau ketakutan kehilangan momen atau pengalaman tertentu.
<i>Close-Up</i>	Pengambilan gambar dari jarak dekat, menyoroti detail atau ekspresi wajah.
<i>Tagline</i>	Frasa singkat yang mencerminkan esensi atau pesan suatu merek atau kampanye.
<i>Website</i>	Halaman atau situs web yang dapat diakses melalui internet.
<i>Catchy</i>	Menarik perhatian dengan cepat atau mudah diingat.
<i>Memorable</i>	Berkesan dan sulit dilupakan.
<i>Draft</i>	Versi awal atau kasar dari suatu dokumen atau proyek.
<i>Premis</i>	Dasar atau ide pokok dari suatu karya atau proyek.
<i>Synopsis</i>	Ringkasan singkat dari alur cerita atau konsep suatu proyek.
<i>Treatment</i>	Deskripsi rinci tentang konsep, karakter, dan alur suatu proyek.



Skenario	Naskah atau tulisan yang merinci dialog dan adegan dalam produksi film atau video.
Konsep	Ide atau gagasan dasar suatu proyek.
Recce Lokasi	Kunjungan awal ke lokasi untuk mengevaluasi dan merencanakan produksi.
Shotlist	Daftar rinci dari adegan atau pengambilan gambar yang akan direkam.
Admin and Assembly	Proses administratif dan pengumpulan bahan untuk produksi.
Offline	Proses penyuntingan yang dilakukan sebelum perekaman akhir atau pengeditan online.
Online	Proses penyuntingan yang dilakukan setelah perekaman akhir untuk menyempurnakan hasil akhir.
Mastering Plan	Rencana untuk menghasilkan master produksi akhir.
Frame	Satu gambar individu dalam urutan gambar bergerak.
Sutradara	Orang yang bertanggung jawab atas arahan artistik dan kreatif dalam produksi film atau video.
Spot Foto	Pengambilan gambar singkat untuk keperluan promosi atau iklan.
Scene	Adegan dalam suatu produksi film atau video.
Durasi	Lama waktu suatu produksi atau adegan.
Project Title	Judul dari suatu proyek.
Shot Size	Ukuran tampilan suatu adegan dalam pengambilan gambar.
Lens	Kaca lensa pada kamera yang mempengaruhi bidang pandang dan fokus gambar.
Shot Type	Jenis pengambilan gambar, seperti <i>wide shot</i> atau <i>close-up</i> .
Movement	Gerakan kamera atau objek dalam suatu adegan.

<i>Note</i>	Catatan atau instruksi tambahan terkait suatu produksi.
<i>Reference</i>	Rujukan atau acuan untuk panduan dalam suatu proyek.
Gimbal	Perangkat penstabil kamera untuk menghasilkan gambar yang halus selama pergerakan kamera.
Reflektor	Alat yang digunakan untuk memantulkan cahaya dan memberikan pencahayaan tambahan pada objek atau subjek.
CU	<i>Close-Up</i> , jenis pengambilan gambar yang menyoroti objek dari jarak dekat.
LS	<i>Long Shot</i> , jenis pengambilan gambar yang menampilkan seluruh pemandangan atau adegan dari jarak jauh.
ECU	<i>Extreme Close-Up</i> , jenis pengambilan gambar yang menyoroti objek dari sangat dekat.
Mm	Milimeter, mengacu pada panjang fokus lensa kamera.
<i>Orbit</i>	Gerakan kamera yang mengelilingi objek atau subjek.
<i>Static</i>	Pengambilan gambar tanpa gerakan kamera.
<i>Extreme WS</i>	<i>Extreme Wide Shot</i> , pengambilan gambar yang menampilkan seluruh pemandangan dengan sudut pandang sangat luas.
<i>Track In</i>	Gerakan kamera mendekati subjek atau objek.
<i>Tripod</i>	Alat penyangga kamera untuk menjaga kestabilan selama pengambilan gambar.
<i>Drone</i>	Pesawat tanpa awak yang dilengkapi kamera untuk pengambilan gambar udara.
<i>Tilt Down</i>	Gerakan kamera yang miring ke bawah.

<i>Low Angle</i>	Pengambilan gambar dari sudut rendah, seringkali memberikan kesan kekuatan atau keagungan pada subjek.
<i>Tilt Up</i>	Gerakan kamera yang miring ke atas.
<i>Medium CU</i>	Pengambilan gambar dari jarak menengah yang menyoroti detail tertentu.
<i>Eye Level</i>	Pengambilan gambar dari sudut pandang sejajar dengan mata manusia.
<i>High Angle</i>	Pengambilan gambar dari sudut tinggi, sering kali memberikan kesan ketergantungan atau kerentanan pada subjek.
<i>Lighting</i>	Pencahayaan dalam produksi video atau fotografi untuk menciptakan efek yang diinginkan.
<i>Camera Angle</i>	Sudut pandang atau posisi kamera terhadap subjek atau objek.
<i>Single Camera</i>	Pengambilan gambar dengan menggunakan satu kamera.
<i>Netizen</i>	Warga internet, individu yang aktif berpartisipasi dalam aktivitas <i>online</i> dan media sosial.
<i>DOP</i>	<i>Director Of Photography</i> , Seseorang yang bertanggung jawab atas aspek visual dalam produksi film atau video.
<i>Scriptwriter</i>	Penulis skenario atau naskah.
<i>Art Director</i>	Orang yang bertanggung jawab atas desain visual dan estetika dalam produksi.
<i>SOP</i>	<i>Standard Operating Procedure</i> , Prosedur operasional standar yang mengatur bagaimana suatu tugas atau pekerjaan harus dilakukan.
<i>Voice Over</i>	Suara yang direkam di luar pemotretan utama dan ditambahkan ke dalam produksi audio atau visual.

<i>Feel</i>	Suasana atau perasaan umum yang ingin dicapai dalam suatu produksi.
<i>Backsound</i>	Musik atau suara latar yang dimainkan selama produksi video atau film.
<i>Scoring</i>	Proses penambahan musik orisinal ke dalam produksi film atau video.
<i>Footage</i>	Materi rekaman atau pengambilan gambar.
<i>SFX</i>	<i>Special Effects</i> , efek khusus yang ditambahkan dalam produksi audio atau visual.
<i>HD</i>	<i>High Definition</i> , resolusi gambar atau video yang tinggi.
<i>4K</i>	Resolusi gambar atau video yang sangat tinggi.
<i>Owner</i>	Pemilik atau pihak yang memiliki hak kepemilikan suatu proyek atau karya.
<i>Dubbing</i>	Proses menambahkan suara baru ke dalam produksi untuk menggantikan suara asli.
<i>Title</i>	Judul dari suatu proyek.
<i>Subtitle</i>	Teks yang ditampilkan di layar untuk menerjemahkan atau memberikan informasi tambahan.

## INTISARI

Keindahan wisata alam, budaya dan kuliner di Yogyakarta yang belum sepenuhnya terekspos oleh media. Tujuan pembuatan Iklan Pariwisata Yogyakarta dalam kegiatan MSIB adalah menulis naskah untuk kebutuhan video iklan pariwisata di Yogyakarta, Mampu mengaplikasikan teknik pengambilan gambar dan video untuk keperluan iklan pariwisata di Yogyakarta. Mampu memproduksi video iklan pariwisata dengan memperhatikan pesan yang ingin disampaikan dalam video iklan pariwisata di Yogyakarta. Alur pelaksanaan magang menggunakan konsep *Project Base Learning* yang berawal dari *brief* produksi dari PT Unicam Digital Pictvres hingga kepada penyerahan produk. Iklan pariwisata disusun dalam tahap Development, pra produksi, produksi, dan pasca produksi, dengan mengusung konsep iklan dengan model AIDA.

Hasil pembuatan iklan pariwisata Yogyakarta" adalah video iklan pariwisata Yogyakarta dengan judul "*The Mystic Island Of Yogyakarta*". Video menggunakan format *landscape* berdurasi 5 menit 45 menit dengan mengimplementasikan model AIDA. Iklan pariwisata menggunakan lokasi pariwisata sebanyak 14 tempat yang merupakan wisata budaya, alam, dan kuliner menggunakan *dubbing* bahasa Inggris dan menggunakan *subtitle* bahasa Indonesia. Hasil video sudah memenuhi kriteria dari analisis komparasi dengan perencanaan (*storyboard*) dan kebutuhan fungsional video.

Kata kunci : Pariwisata, Produksi Iklan, Video

## ABSTRACT

*The beauty of natural, cultural, and culinary attractions in Yogyakarta that have not been fully exposed by the media. The purpose of creating the Yogyakarta Tourism Advertisement in the MSIB activity is to write a script for the needs of a tourism advertisement video in Yogyakarta, capable of applying filming and video techniques for the purpose of tourism advertising in Yogyakarta. Capable of producing tourism advertisement videos while considering the message to be conveyed in the tourism advertisement video in Yogyakarta. The internship process follows the Project-Based Learning concept, starting from the production brief from PT Unicam Digital Pictures to the product handover. The tourism advertisement is composed in stages of development, pre-production, production, and post-production, embracing the AIDA model.*

*The result of creating the Yogyakarta tourism advertisement is a video titled "The Mystic Island Of Yogyakarta." The video is in landscape format, lasting 5 minutes and 45 seconds, implementing the AIDA model. The tourism advertisement showcases 14 tourist locations encompassing cultural, natural, and culinary attractions, using English dubbing and Indonesian subtitles. The video meets the criteria based on a comparative analysis with the planning (storyboard) and functional video requirements.*

*Keywords: Tourism, Advertisement Production, Video.*