

**PERANCANGAN MEDIA IKLAN NIAGA TOUR AND TRAVEL
DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Fandi Ryan Saputra

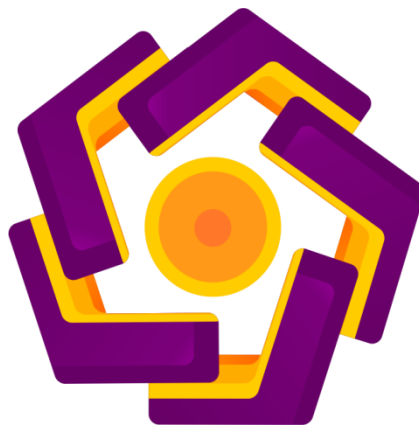
14.11.8429

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

**PERANCANGAN MEDIA IKLAN NIAGA TOUR AND TRAVEL
DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana
pada jenjang Strata – Program Studi Informatika



disusun oleh

Fandi Ryan Saputra

14.11.8429

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN MEDIA IKLAN NIAGA TOUR AND TRAVEL
DI KOTA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fandi Ryan Saputra

14.11.8429

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 Januari 2018

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

PENGESAHAN

SKRIPSI

PERANCANGAN MEDIA IKLAN NIAGA TOUR AND TRAVEL DI KOTA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fandi Ryan Saputra

14.11.8429

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 November 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ike Verawati, M.Kom
NIK. 190302237

Dina Maulina, M.Kom
NIK. 190302250

Sumarni Adi, S.Kom, M.Cs
NIK. 190302256



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 1 Desember 2018



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, 24 November 2018



Fandi Ryan Saputra
NIM. 14.11.8429

MOTTO

“ Belajarlah dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari esok. Dan jangan sampai berhenti untuk selalu mencoba, tetap semangat! “

- Fandi Ryan

“ Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak. “

- Aldus Huxley

“ Success is walking from failure to failure with no loss of enthusiasm. ”

- Winston Churchill

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam, kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang kusayangi dan tak lupa ucapan terima kasih banyak kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan banyak kenikmatan dan kelancaran dari awal hingga saat ini.
2. Kedua orang tuaku tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendoakan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini.
3. Seluruh keluarga besar saya yang memberi doa, dukungan, dan semangat.
4. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom yang telah memberikan bimbingannya selama ini.
5. Ibu Ike Verawati, M.Kom, ibu Dina Maulina, M.Kom, dan ibu Sumarni Adi, S.Kom, M.Cs yang telah menjadi dosen penguji dan member banyak masukan kepada saya, semoga kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi.
6. Mas Fadhilla Seno selaku Operational Manager yang telah memberikan izin untuk penelitian penulis.
7. Wahyu Ananda, Dedi Himawan, Syafira Putri Ekayani yang telah membatu dalam project ini sehingga berjalan dengan lancar.
8. Eni Pratiwi yang selalu memberi semangat motivasi hingga skripsi ini akhirnya terselesaikan.
9. Keluarga Besar kelas 14-S1TI-14 yang telah berjuang bersama, berbagi ilmu, pengalaman dan banyak hal.
10. Serta terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah mendoakan dan mendukung baik selama proses penelitian hingga sidang berakhir. Semoga Allah SWT selalu dalam lindungan kita semua.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“PERANCANGAN MEDIA IKLAN NIAGA TOUR AND TRAVEL DI KOTA YOGYAKARTA”** dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku pembimbing yang dengan sabar, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan dan saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi ini.

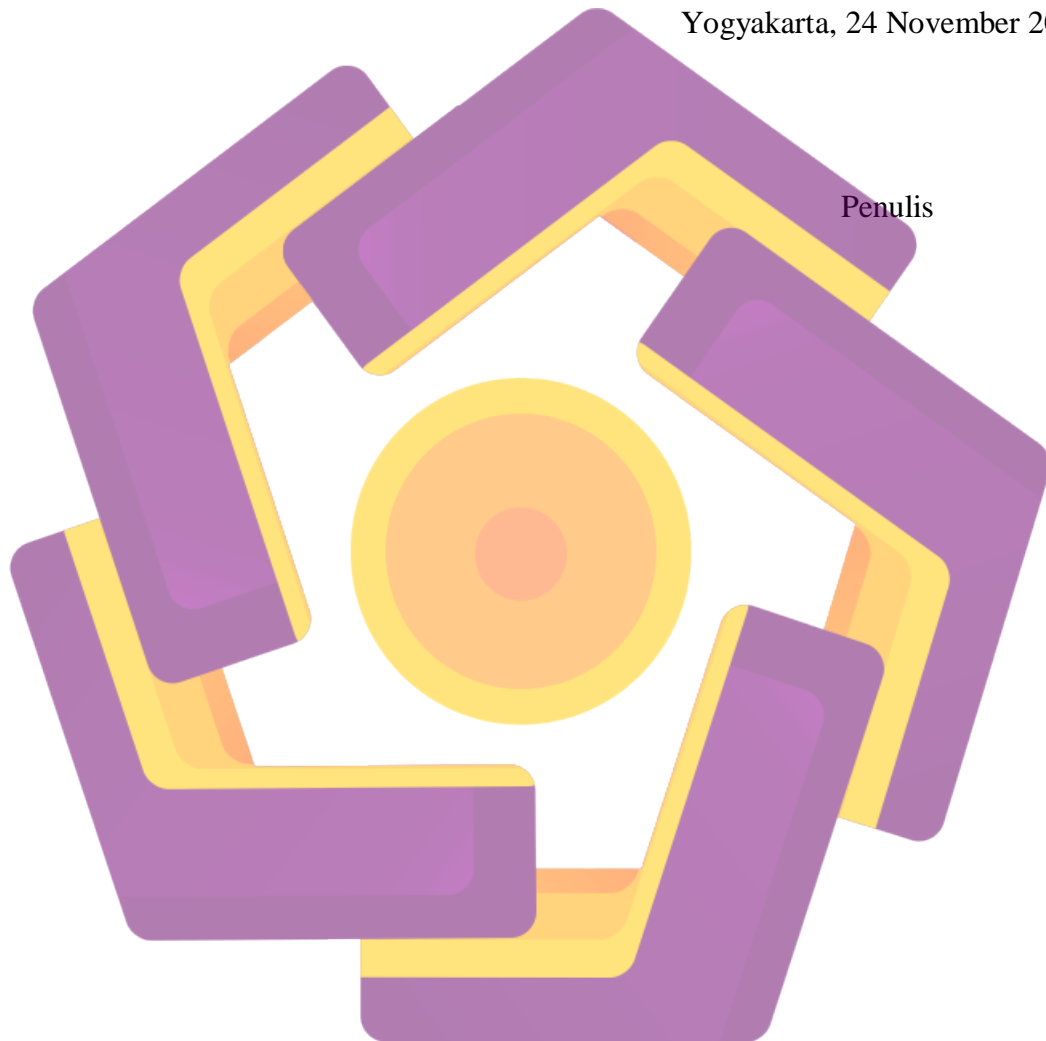
Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada :

1. Bapak Prof, Dr. M.Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan yang membantu dalam menyelesaikan karya ini.
3. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Sudarmawan, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Strata 1 Informatika.
5. Dosen penguji, segenap dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan masukan terhadap penelitian ini.
6. Semua sahabat dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 November 2018



DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	3
1.3 BATASAN MASALAH.....	3
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	4
1.6 METODE PENELITIAN.....	4
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 TINJAUAN STUDI.....	7
2.1.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 KONSEP DASAR MULTIMEDIA.....	9
2.2.1 Sejarah Multimedia.....	9
2.2.2 Pengertian Multimedia.....	10
2.2.3 Pentingnya Multimedia.....	10
2.2.4 Elemen Multimedia.....	11
2.2.4.1 Text.....	11
2.2.4.2 Image.....	12
2.2.4.3 Audio.....	12
2.2.4.4 Video.....	13
2.2.4.5 Animation.....	14

2.2.4.6	Virtual Reality	14
2.3	KONSEP DASAR IKLAN	15
2.3.1	Pengertian Periklanan	15
2.3.2	Tujuan Periklanan	16
2.3.2.1	Iklan Informatif	16
2.3.2.2	Iklan Persuasif	17
2.3.2.3	Iklan Peningat	17
2.3.2.4	Iklan Penambah Nilai	18
2.3.2.5	Bantuan Aktivitas Lain	18
2.4	TAHAPAN DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN	18
2.4.1	Tahap Pra Produksi	18
2.4.1.1	Analisa Piranti	19
2.4.1.2	Ide Cerita dan Konsep	19
2.4.1.3	Story Board	19
2.4.2	Tahap Produksi	20
2.4.2.1	Modelling	21
2.4.2.2	Texturing	21
2.4.2.3	Lighting	21
2.4.2.4	Animation	21
2.4.2.5	Rendering	22
2.4.3	Tahap Pasca Produksi	22
2.4.3.1	Editing	22
2.4.3.2	Rendering	22
2.4.3.3	Finishing	23
2.5	SKALA LIKERT	23
2.5.1	Pengertian Skala Likert	23
2.5.2	Rumusan Skala Likert	24
2.6	INSTAGRAM	25
2.6.1	Pengertian Instagram	25

2.6.2	Sejarah Instagram	26
2.6.3	Lambang Instagram	27
2.6.4	Video Instagram.....	28
2.7	KONSEP DASAR TEKNIK TIMELAPSE.....	28
2.7.1	Sejarah Timelapse.....	28
2.7.2	Pengertian Timelapse	29
2.7.2.1	Kamera.....	30
2.7.2.2	Tripod.....	30
2.7.2.3	Timer Remote	30
2.7.3	Pemilihan Subjek Timelapse	31
2.8	DEFINISI MOTION TRACKING.....	32
2.8.1	Sejarah Motion Tracking.....	33
2.8.2	Penggunaan Motion Tracking	33
2.9	KONSEP DASAR LIVE SHOT	33
2.9.1	Pengertian Live Shot.....	33
2.9.2	Unsur Dalam Teknik Live Shot.....	34
2.9.2.1	Kamera.....	34
2.9.2.2	Pencahayaan.....	35
2.9.2.3	Wardrobe	36
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM.....		37
3.1	TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN.....	37
3.1.1	Profil Perusahaan Niaga Tour	37
3.1.2	Macam-macam Paket Wisata Niaga Tour.....	38
3.1.2.1	Paket Wisata Jogja 1 Hari.....	38
3.1.2.2	Paket Wisata Jogja 2 Hari 1 Malam	40
3.1.2.3	Paket Wisata Jogja 3 Hari 2 Malam	41
3.1.2.4	Paket Wisata Jogja 4 Hari 3 Malam	42
3.1.3	Rental Mobil Niaga Tour	44
3.1.3.1	Mobil Keluarga	44

3.1.3.2	Mobil Travel	46
3.1.3.3	Mobil Mewah.....	47
3.1.3.4	Bus Pariwisata.....	47
3.1.4	Struktur Organisasi	48
3.1.5	Logo Niaga Tour.....	49
3.2	IDENTIFIKASI MASALAH.....	49
3.3	ANALISIS SISTEM.....	49
3.3.1	Analisis SWOT	49
3.3.1.1	Strength (Kekuatan).....	49
3.3.1.2	Weakness (Kelemahan).....	50
3.3.1.3	Opportunity (Peluang).....	51
3.3.1.4	Threats (Ancaman).....	51
3.4	ANALISIS KEBUTUHAN SISTEM.....	52
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	52
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional.....	52
3.4.2.1	Aspek Perangkat Keras.....	52
3.4.2.2	Aspek Perangkat Lunak.....	53
3.5	PERANCANGAN SISTEM MULTIMEDIA	54
3.5.1	Pra Produksi Iklan.....	54
3.5.1.1	Konsep Perancangan Iklan.....	54
3.5.1.2	Penentuan Ide Iklan	55
3.5.1.3	Storyboard.....	55
3.6	PENJADWALAN	62
3.7	PEREKRUTAN KRU	63
BAB IV	IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1	PEMBAHASAN	64
4.1.1	Alur Produksi.....	64

4.2	TAHAP PRODUKSI.....	65
4.2.1	Persiapan Perangkat Produksi	65
4.2.2	Sinkronasi Jadwal Produksi.....	67
4.2.3	Perekaman Suara.....	67
4.2.4	Proses Pengambilan Video	68
4.3	PASCA PRODUKSI	69
4.3.1	Hasil Pengambilan Video Shooting	69
4.3.2	Editing dan Compositing.....	69
4.3.2.1	Editing Adobe After Effect	70
4.3.2.2	Editing Adobe Audition.....	75
4.3.2.3	Editing dan Compositing Adobe Premiere Pro	77
4.3.2.4	Mengevaluasi	83
4.3.3	Rendering	84
4.4	IMPLEMENTASI	86
4.4.1	Testing.....	86
4.4.1.1	Surat Bukti Pengujian	87
4.4.2	Skala Likert	88
4.4.2.1	Perhitungan Skala Likert Aspek Informasi.....	92
4.4.2.2	Perhitungan Skala Likert Aspek Multimedia.....	97
4.4.3	Implementasi Melalui Sosial Media Instagram.....	103
BAB V	PENUTUP.....	105
5.1	KESIMPULAN	105
5.2	SARAN.....	106
	DAFTAR PUSTAKA	108

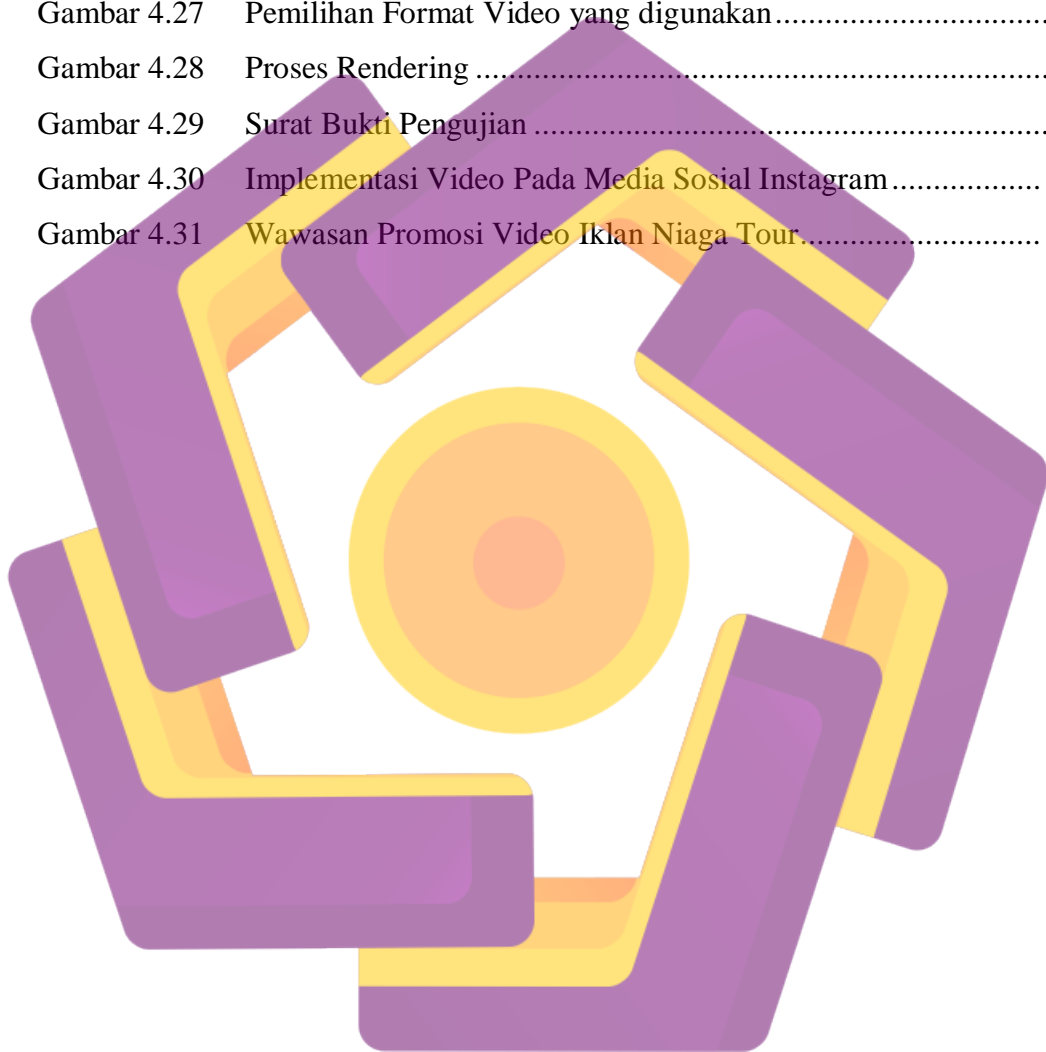
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian	8
Tabel 2.2	Skala Jawaban	24
Tabel 2.3	Rumus Presentasi	24
Tabel 2.4	Pengkategorian Skor Jawaban	25
Tabel 3.1	Tabel SWOT	51
Tabel 3.2	Kebutuhan Perangkat Keras	53
Tabel 3.3	Kebutuhan Perangkat Lunak	54
Tabel 3.4	Storyboard	56
Tabel 4.1	Perlengkapan Produksi	65
Tabel 4.2	Hasil Pengujian	86
Tabel 4.3	Hasil Kuisiner Aspek Informasi	88
Tabel 4.4	Hasil Kuisiner Aspek Multimedia	90
Tabel 4.5	Bobot Nilai	91
Tabel 4.6	Presentase Nilai	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Lima elemen multimedia.....	11
Gambar 2.2	Animasi	14
Gambar 2.3	Enam elemen multimedia.....	14
Gambar 2.4	Virtual reality: VRML dan QTVR	15
Gambar 2.5	Format storyboard tiga kolom	20
Gambar 2.6	Perubahan lambang instagram.....	27
Gambar 3.1	Diagram Struktur Organisasi Niaga Tour	48
Gambar 3.2	Logo Niaga Tour	49
Gambar 4.1	Bagan Produksi dan Pasca Produksi.....	64
Gambar 4.2	Proses Pengambilan Suara	68
Gambar 4.3	File Sudah Melalui Tahap Filter	69
Gambar 4.4	Open New Project.....	70
Gambar 4.5	Composition Settings	71
Gambar 4.6	Import File.....	71
Gambar 4.7	Solid Settings.....	72
Gambar 4.8	Memberi Effect Zoom - 3D tumble.....	73
Gambar 4.9	Memberi Effect CC Light Sweep	73
Gambar 4.10	Composition Render	74
Gambar 4.11	Proses Render di After Effect.....	75
Gambar 4.12	Capture Noise	76
Gambar 4.13	Block Semua Audio	76
Gambar 4.14	Menghilangkan Noise	77
Gambar 4.15	Open New Project.....	77
Gambar 4.16	Nama, Lokasi Penyimpanan dan Format File	78
Gambar 4.17	Mengimport File	78
Gambar 4.18	Memindahkan File ke Sequence.....	79
Gambar 4.19	Import Frame Timelapse	79
Gambar 4.20	Membuat Transisi Zoom Out	80
Gambar 4.21	Memberi Effect Constant Pada Audio	81

Gambar 4.22	Memberi Effect Warp Stabilizer.....	81
Gambar 4.23	Memberi Effect Motion Tracking.....	82
Gambar 4.24	Memberi Lumetri Effect	83
Gambar 4.25	Penggabungan Scene	83
Gambar 4.26	Export Project.....	84
Gambar 4.27	Pemilihan Format Video yang digunakan.....	85
Gambar 4.28	Proses Rendering	85
Gambar 4.29	Surat Bukti Pengujian	87
Gambar 4.30	Implementasi Video Pada Media Sosial Instagram.....	103
Gambar 4.31	Wawasan Promosi Video Iklan Niaga Tour.....	104



INTISARI

Promosi merupakan aktivitas melakukan komunikasi dan memberi informasi tentang keunggulan produk serta mempengaruhi calon customer untuk membeli atau menggunakan sebuah produk berupa barang atau jasa. Promosi perusahaan sangat penting karena mempengaruhi hasil penjualan suatu produk barang atau jasa, yang berdampak untuk kelangsungan suatu perusahaan.

Niaga Tour adalah sebuah perusahaan dibidang jasa tour and travel. Perusahaan travel ini memiliki fasilitas dan paket-paket yang menarik, contohnya pelanggan bisa rental mobil, tour highlight, paket wisata, dan juga bisa memesan tiket pesawat. Untuk memenuhi kebutuhan calon customer, perusahaan dibutuhkan media yang dapat memberikan informasi dan visualisasi tentang produk perusahaan. Dengan informasi yang jelas tentang sebuah produk maka kepercayaan calon customer akan meningkat dan mempengaruhi minat calon customer untuk menggunakan produk perusahaan.

Melalui video iklan yang dirancang menggunakan (teknik *live shot*, *timelapse*, *motion tracking*) dan diimplementasikan dalam melakukan promosi produk kepada perusahaan Niaga Tour serta kepada calon customer melalui media sosial, para calon customer mendapatkan informasi dan visualisasi yang cukup jelas mengenai profile dan produk perusahaan, sehingga calon customer merasa percaya dan yakin untuk menggunakan produk perusahaan Niaga Tour.

Kata Kunci : Promosi, Informasi, Multimedia, *Live Shot*, *Timelapse*, *Motion Tracking*, Niaga Tour

ABSTRACT

Promotion is the activity of communicating and providing information about product excellence and influencing prospective customers to buy or use a product in the form of goods or services. Company promotion is very important because it affects the results of the sale of a product or service, which has an impact on the sustainability of a company.

Niaga Tour is a company in the field of tour and travel services. This travel company has attractive facilities and packages, for example customers can rent cars, tour highlights, tour packages, and also can book airline tickets. To meet the needs of prospective customers, companies need media that can provide information and visualization about the company's products. With clear information about a product, the prospective customer trust will increase and influence the interest of prospective customers to use the company's products.

Through advertisement videos that are designed using (live shot technique, timelapse, motion tracking) and implemented in product promotion to Niaga Tour companies as well as prospective customers through social media, prospective customers get fairly clear information and visualization regarding company profile and products, so that prospective customers feel confident and confident to use the Commerce Tour company products.

Keywords : *Promotion, Information, Multimedia, Live Shot, Timelapse, Motion Tracking, Niaga Tour*