

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

SKRIPSI



disusun oleh

Yogi Handyka Rizaldi

15.12.8843

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

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

SKRIPSI

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



disusun oleh

Yogi Handyka Rizaldi

15.12.8843

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA WISATA PANTAI WATU KODOK
GUNUNGKIDUL MENGGUNAKAN ADOBE PREMIERE PRO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yogi Handyka Rizaldi

15.12.8843

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 september 2019

Dosen Pembimbing,



Bayu Setiaji M. Kom

NIK. 190302216

PENGESAHAN

SKRIPSI

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

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yogi Handyka Rizaldi

15.12.8843

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 september 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tonny Hidayat M.Kom
NIK. 190302182

Hartatik, S.T., M.Cs.
NIK. 190302232

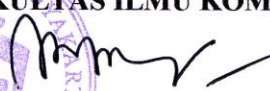
Bayu Setiaji M.Kom
NIK. 190302216

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 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, 27 Agustus 2019

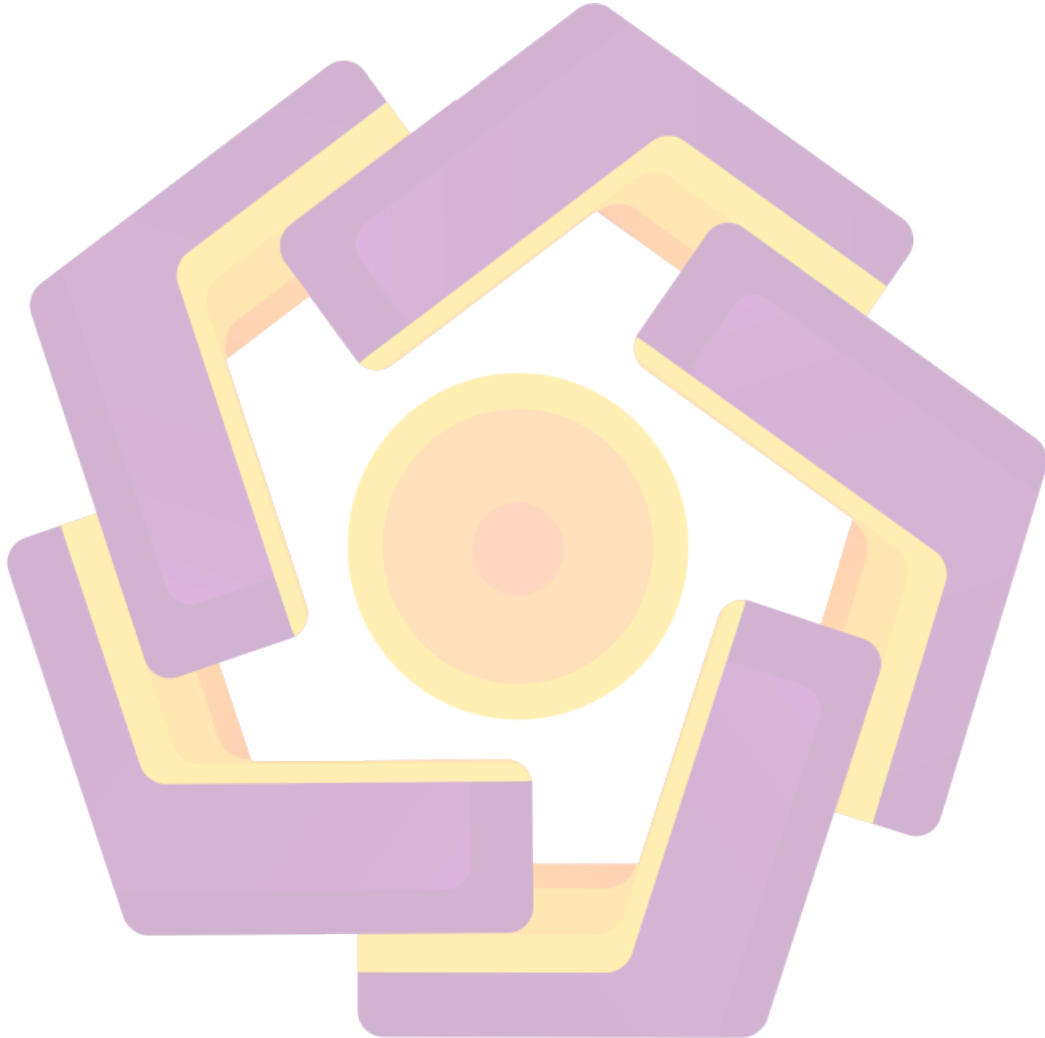


Yogi Handyka Rizaldi

NIM. 15.12.8843

MOTTO

“Bila Anda ingin sukses hari ini, bergegaslah untuk terus melaju ke depan. Jangan menunggu sebuah kata-kata “tunggu waktu yang tepat” karena itu akan menghancurkan impianmu.”



PERSEMBAHAN

Rasa syukur yang mendalam kehadiran Allah SWT. Dengan ridho-Mu kupersembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua Orangtuaku, Kakakku dan Adikku yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan serta doa restu.
2. Keluarga besarku yang telah mendoakan yang terbaik untukku.
3. Sahabat terbaik saya Cahya Aji, Andre, Rahmad, Bagus, Yudha, Rizal, Heri.
4. Teman-teman seperjuangan Kelas 15-SI-07 lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas kerjasamanya.



KATA PENGANTAR

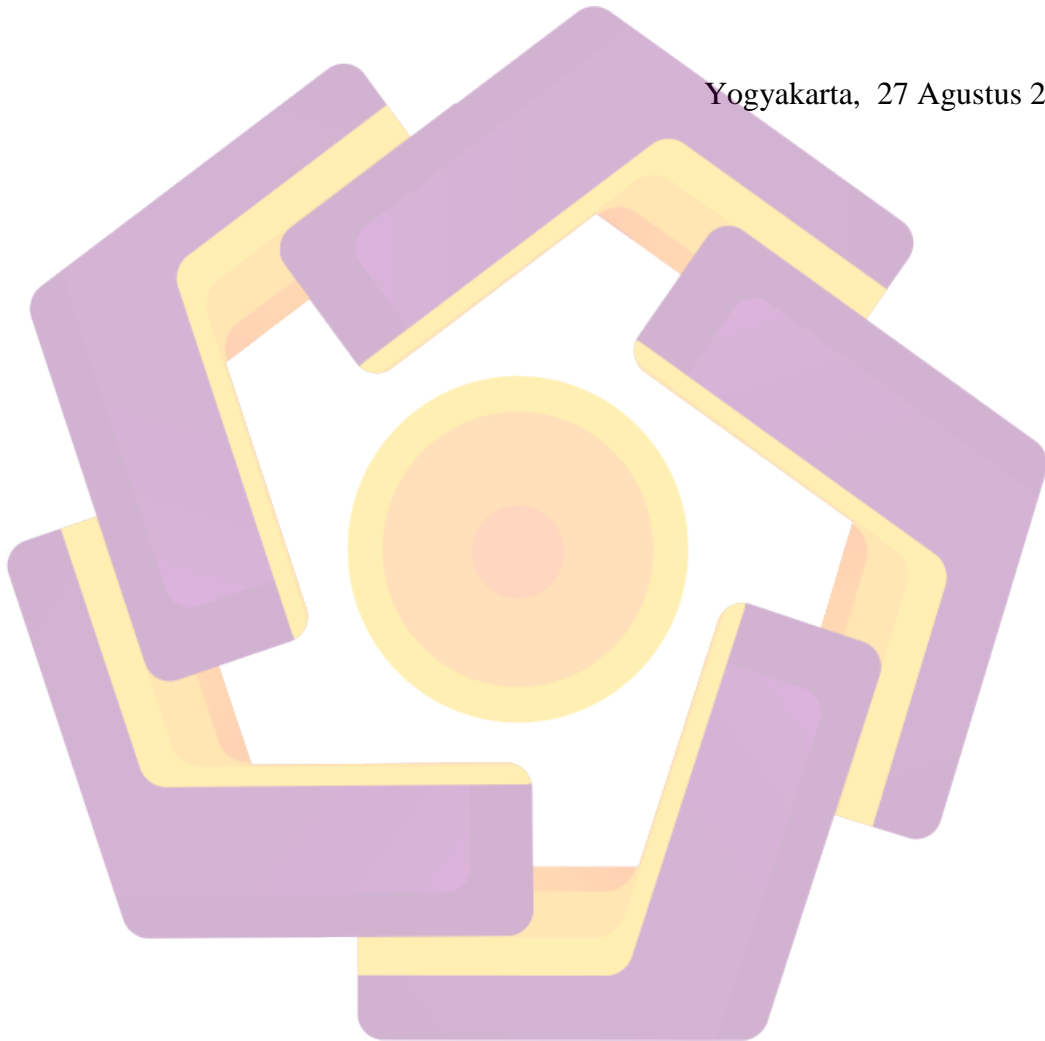
Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan Dan Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Pada Wisata Pantai Watu Kodok Menggunakan Adobe Premiere Pro”.

Penyusunan skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Sarjana Strata (S1) Program Studi Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu penelitian ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak untuk itu saya sampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Bayu Setiaji, M.Kom selaku dosen pembimbing.
4. Bapak dan Ibu dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.
5. Bapak H. Sutono selaku Kepala Desa Kemadang yang telah memberi izin, dan wawancara dalam penelitian ini.
6. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan jauh dari sempurna seperti yang diharapkan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kelayakan Skripsi ini.

Yogyakarta, 27 Agustus 2019



DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis	4
1.5.3 Metode Perancangan Iklan.....	5
1.5.4 Metode Evaluasi.....	6
BAB II.....	8
2.1 Tinjauan Studi	8
2.1.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	9
2.2.1 Pengertian Multimedia	9
2.2.2 Perkembangan Multimedia	9
2.2.3 Pentingnya Multimedia	10
2.2.4 Element – Element Multimedia	10
2.3 Konsep Dasar Video.....	14

2.3.1	Format File Video	14
2.3.2	Resolusi dan Aspek Rasio.....	16
2.3.3	Frame Rate	16
2.4	Teknik Pengambilan Gambar	17
2.4.1	Bidikan kamera (Shoot)	17
2.4.2	Teknik Pergerakan Kamera.....	17
2.5	Teknik Time Lapse.....	19
2.6	Teknik Live Shoot	19
2.7	Teknik Motion Graphic	19
2.8	Pengertian Iklan.....	21
2.9	Tujuan Iklan	22
2.10	Jenis Iklan.....	22
2.10.1	Iklan Informatif	22
2.10.2	Periklanan Persuasif	23
2.10.3	Iklan Pengingat.....	23
2.10.4	Iklan Pertambahan Nilai.....	24
2.10.5	Iklan Bantuan Aktivitas Lain	24
2.11	Media Periklanan.....	24
2.12	Data Koesioner	30
2.13	Skala Likert	30
2.13.1	Menentukan Interval	31
BAB III	33
3.1	Tinjauan Umum.....	33
3.1.1	Deskripsi Objek.....	33
3.2	Pengumpulan Data	34
3.2.1	Wawancara.....	34
3.2.2	Observasi.....	35
3.3	Metode Analisis SWOT	35
3.3.5	Matriks SWOT	37
3.3.6	Kelemahan dari media Lama	38
3.3.7	Solusi.....	39
3.4	Analisis Kebutuhan	39

3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	39
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non Fungsional	40
3.5	Tahap Pra Produksi	42
3.5.1	Perancangan Ide dan Konsep	42
3.5.2	Penentuan Ide Iklan.....	42
3.5.3	Storyboard.....	45
BAB IV	50
4.1	Tahap Produksi.....	50
4.1.1	Pembuatan Bahan.....	50
4.1.2	Audio Editing.....	63
4.2	Tahap Pasca Produksi.....	66
4.2.3	Rendering.....	68
4.2.4	Hasil Pembuatan Video.....	72
4.3	Metode Evaluasi.....	75
4.3.1	Testing (Pengujian).....	75
4.3.2	Pengambilan Skala Kuesioner.....	77
4.3.3	Hasil Penayangan Iklan Instagram.....	80
BAB V	84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86

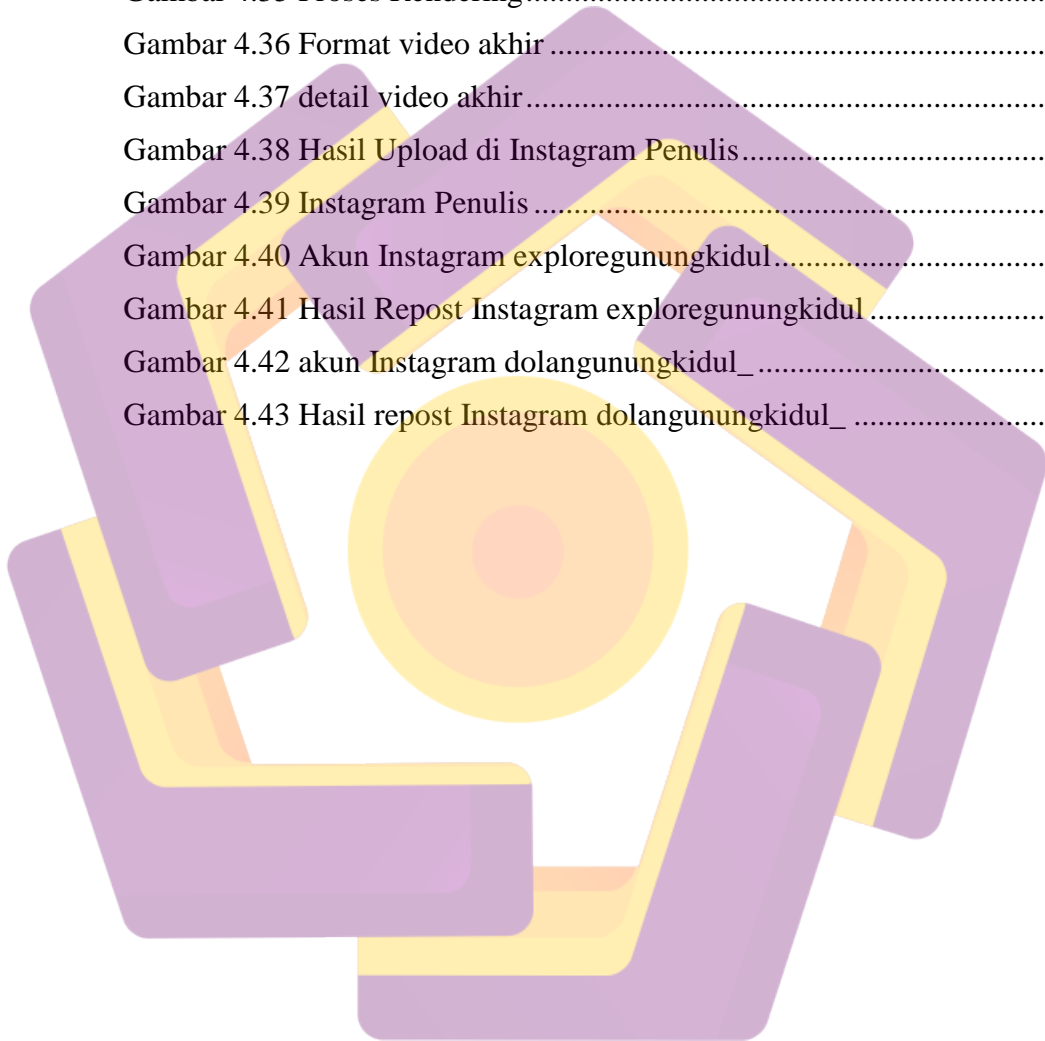
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh Pertanyaan Checklist	31
Tabel 2.2 Contoh Skor Berdasarkan Interval Tingkat Intensitas	32
Tabel 3.1 Matriks SWOT	37
Tabel 3.2 Software	40
Tabel 3.3 Hardware	41
Tabel 3.4 Naskah	43
Tabel 3.5 Storyboard	45
Tabel 4.1 Hasil Final Rendering.....	72
Tabel 4.2 Hasil Testing	75
Tabel 4.3 Kuesioner Aspek Multimedia.....	77
Tabel 4.4 Perhitungan Aspek Multimedia.....	78
Tabel 4.5 Kuesioner Aspek Informasi.....	78
Tabel 4.6 Perhitungan Aspek Informasi.....	79
Tabel 4.7 Presentase Nilai	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pantai Watu Kodok	33
Gambar 3.2 Instagram Pantai Watu Kodok	35
Gambar 4.1 Pengambilan Gambar	51
Gambar 4.2 Hasil Shooting	51
Gambar 4.3 Buat Dokumen Baru	52
Gambar 4.4 Membuat Aset dengan Diberi Warna.....	53
Gambar 4.5 Hasil Aset	53
Gambar 4.6 Import Video dan Aset	54
Gambar 4.7 Memasukan Video dan Aset Pada Composition	54
Gambar 4.8 menentukan awal keyframe.....	55
Gambar 4.9 menentukan akhir keyframe	55
Gambar 4.10 render menggunakan Adobe Media Encoder	56
Gambar 4.11 Penerapan motion graphic Lokasi Pantai Watu Kodok	56
Gambar 4.12 Penerapan motion graphic nama pantai Watu Kodok.....	57
Gambar 4.13 Penerapan motion graphic menampilkan Harga Tiket Masuk ...	57
Gambar 4.14 Penerapan motion graphic Spot Foto	58
Gambar 4.15 Mengimport Video ke dalam Adobe After Effect.....	59
Gambar 4.16 Memasukan Video pada Composition	59
Gambar 4.17 Penggunaan Time Stretch Mengatur Time Lapse	60
Gambar 4.18 Time Stretch pada Durasi Awal	60
Gambar 4.19 Pengaturan Durasi Menentukan Time Lapse	61
Gambar 4.20 Durasi setelah di Time Stretch	61
Gambar 4.21 Render Time Lapse Menggunakan Adobe Media Encoder	62
Gambar 4.22 Penerapan Time Lapse pada Sunset Di Pantai Watu Kodok	62
Gambar 4.23 Membuka File Audio	63
Gambar 4.24 Seleksi Waveform	63
Gambar 4.25 Capture Noise.....	64
Gambar 4.26 Noise Reduction	64
Gambar 4.27 Tab editing Noise	65
Gambar 4.28 Hasil Reduce Noise	65
Gambar 4.29 Proses Editing Audio.....	66

Gambar 4.30 Import video dan audio	67
Gambar 4.31 Penggabungan video dan audio.....	67
Gambar 4.32 Memberi transisi.....	68
Gambar 4.33 Export Video	69
Gambar 4.34 Menentukan Format File	69
Gambar 4.35 Proses Rendering.....	70
Gambar 4.36 Format video akhir	70
Gambar 4.37 detail video akhir.....	71
Gambar 4.38 Hasil Upload di Instagram Penulis.....	81
Gambar 4.39 Instagram Penulis	81
Gambar 4.40 Akun Instagram exploregunungkidul.....	82
Gambar 4.41 Hasil Repost Instagram exploregunungkidul	82
Gambar 4.42 akun Instagram dolangunungkidul_	83
Gambar 4.43 Hasil repost Instagram dolangunungkidul_	83



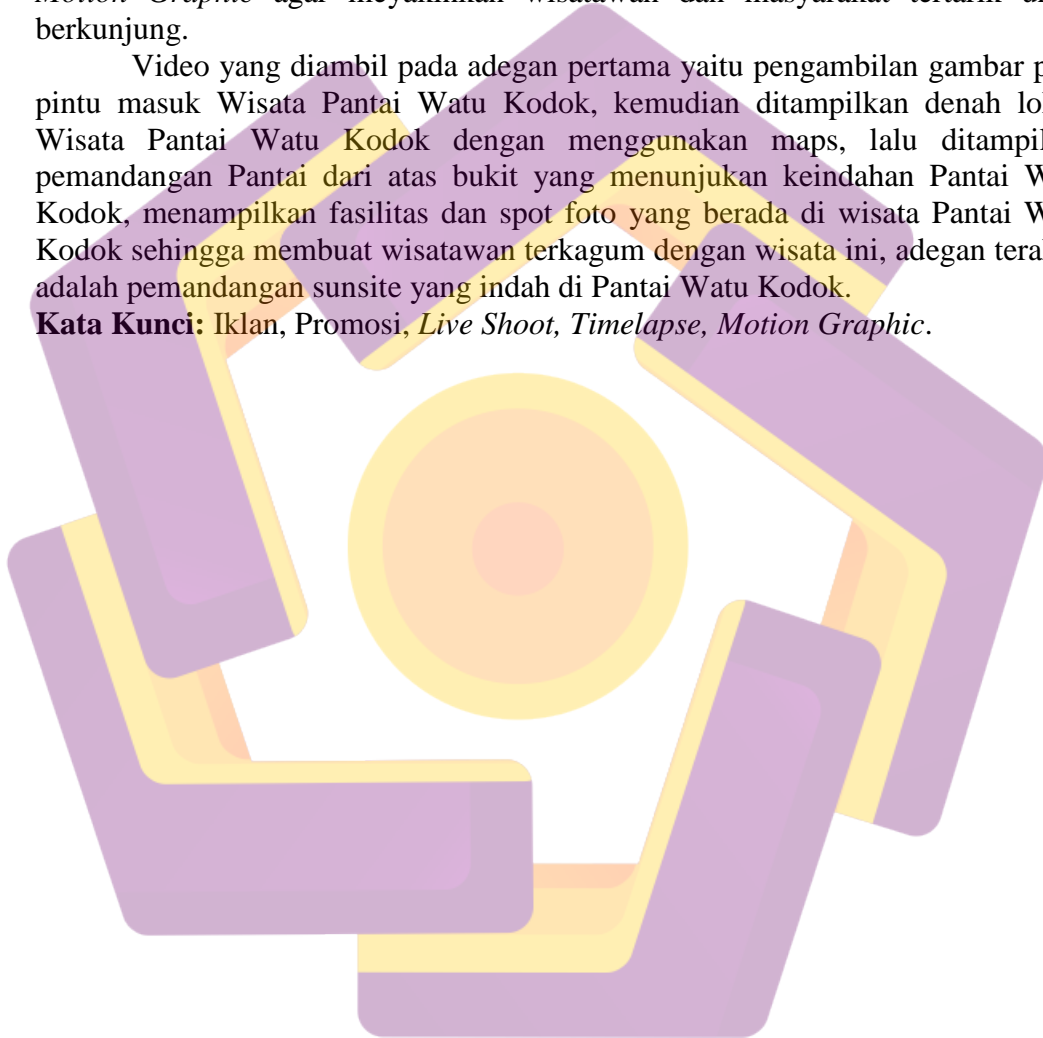
INTISARI

Pembuatan video iklan ini bertujuan untuk mengenalkan objek wisata pantai Watu Kodok 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*, *Time Lapse*, dan *Motion Graphic* agar meyakinkan wisatawan dan masyarakat tertarik untuk berkunjung.

Video yang diambil pada adegan pertama yaitu pengambilan gambar pada pintu masuk Wisata Pantai Watu Kodok, kemudian ditampilkan denah lokasi Wisata Pantai Watu Kodok dengan menggunakan maps, lalu ditampilkan pemandangan Pantai dari atas bukit yang menunjukkan keindahan Pantai Watu Kodok, menampilkan fasilitas dan spot foto yang berada di wisata Pantai Watu Kodok sehingga membuat wisatawan teragum dengan wisata ini, adegan terakhir adalah pemandangan sunsite yang indah di Pantai Watu Kodok.

Kata Kunci: Iklan, Promosi, *Live Shoot*, *Timelapse*, *Motion Graphic*.



ABSTRACT

The making of this advertising video aims to introduce the Watu Kodok Gunungkidul beach tourism object to the general public, so that it can admire and preserve this beach, because it has beautiful views and will be opened to attractions.

Capturing videos using Live Shoot, Time Lapse, and Motion Graphic techniques to convince tourists and people interested in visiting.

The video taken in the first scene is shooting at the entrance of Watu Kodok Beach Tourism, then a map of Watu Kodok Beach Tourism location is displayed using maps, then a view of the beach from the top of the hill shows the beauty of Watu Kodok Beach, showing facilities and photo spots located on the Watu Kodok Beach tour so as to make tourists impressed with this tour, the last scene is a beautiful sunsite view on Watu Kodok Beach.

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

