

**ANALISIS PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI  
CANDI RATU BOKO**

**SKRIPSI**



disusun oleh  
**Atin Widi Astuti**  
**18.22.2189**

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

**SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA  
ANALISIS PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA  
CANDI RATU BOKO**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh  
**Atin Widi Astuti**  
**18.22.2189**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA  
CANDI RATU BOKO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Atin Widi Astuti**

**18.22.2189**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 09 Juli 2019

**Dosen Pembimbing,**



**Dhani Ariatmanto, M.kom**

**NIK. 190302197**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**ANALISIS PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI**  
**SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA**  
**CANDI RATU BOKO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Atin Widi Astuti**

**18.22.2189**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 Juli 2019

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Sudarmawan, S.T., M.T.**  
**NIK. 190302035**



**Erni Seniwati, S.Kom, M.Cs**  
**NIK. 190302231**



**Tonny Hidayat, M.Kom**  
**NIK. 190302182**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 22 Juli 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, 24 Juli 2019



Atin Widi Astuti

NIM. 18.22.2189

## MOTTO

Manusia tidak merancang untuk gagal, mereka gagal untuk merancang.

(William J. Siegel)

Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah.

(Abu Bakar Sibli)

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

Semua orang tidak perlu menjadi malukarena pernah berbuat kesalahan, selama ia menjadi lebih bijak daripada sebelumnya.

(Alexander Pope)

Teman sejati adalah ia yang meraih tangan anda dan menyentuh hati anda.

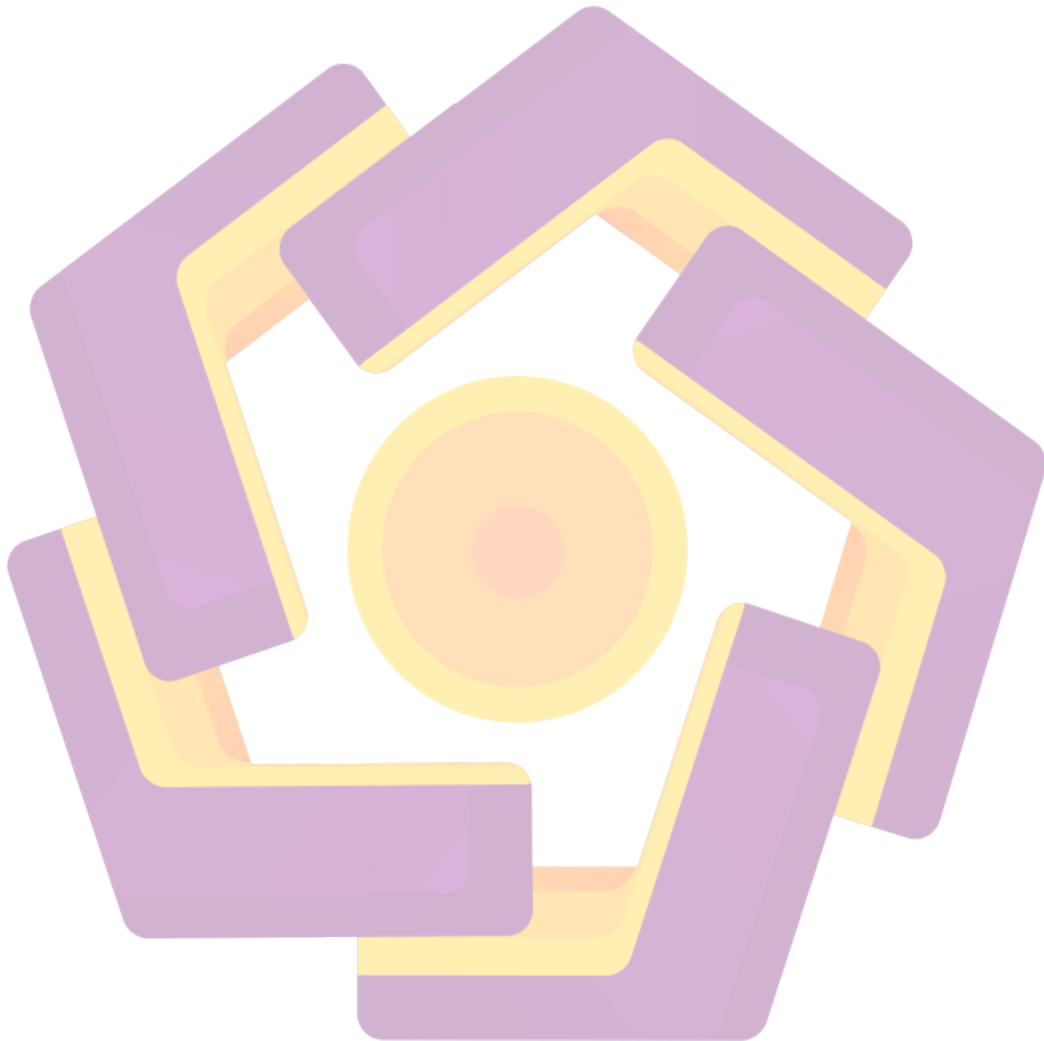
(Heather Pryor)

## **PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan skripsi ini untuk mereka yang tiada henti memberikan semangat dan doa dalam kelancaran penyelesaian skripsi ini.

Kedua orang tua saya (Bapak Subiar & Ibu Darti)

Dan Keluarga



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada setiap hamba-Nya dan tak lupa sholawat serta salam kepada junjungan Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata-1 Jurusan Sistem Informasi, Universitas AMIKOM Yogyakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi yang berjudul “Analisis Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi Pariwisata Candi Ratu Boko”, dengan ini penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. Mohammad Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Dhani Ariatmanto, M.kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak saran, bantuan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Krisnawati, S.Si., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Ayah dan Ibu tercinta yang tak pernah letih mendoakan dan memberi kasih sayangnya yang berlimpah.
5. Seluruh Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta Yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulisan naskah.
6. Balai Pelestarian Cagar Budaya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Candi Ratu Boko.



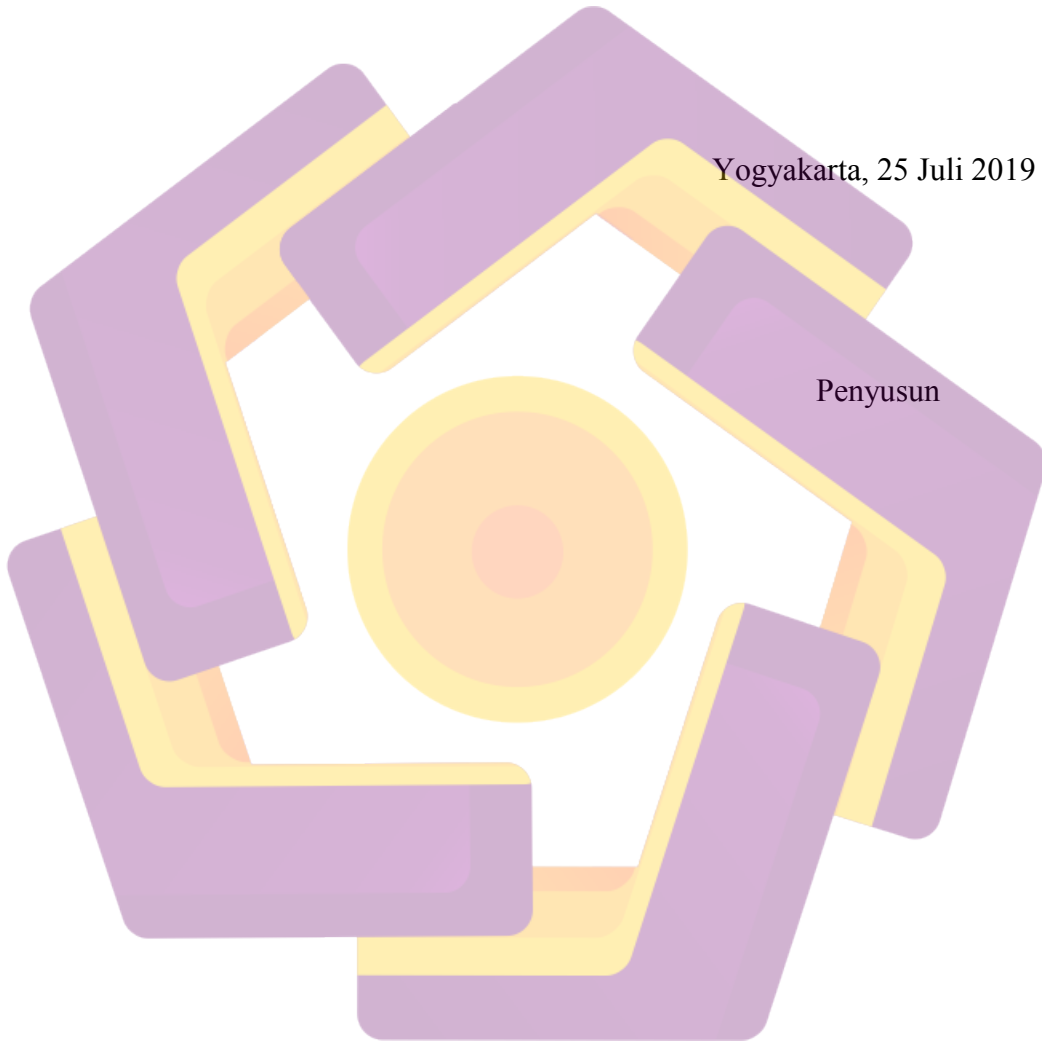
7. Seluruh keluarga, teman dan sahabat yang telah membantu dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini memiliki kekurangan, namun penulis tetap berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat untuk yang membaca.

Terimakasih atas kesediaannya untuk membaca laporan ini.

Yogyakarta, 25 Juli 2019

Penyusun



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL.....</b>	<b>I</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>II</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>III</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>IV</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>V</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>VI</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIV</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>XV</b>
<b><i>ABSTRACT</i>.....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	2
1.3 BATASAN MASALAH.....	2
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.4.1 Maksud Penelitian.....	3
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 METODE PENELITIAN.....	4
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>6</b>
2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.2 DASAR TEORI.....	10
2.2.1 Pengertian Iklan.....	10
2.2.2 Jenis-Jenis Iklan.....	10

2.2.3 Kelebihan dan Kekurangan Iklan Televisi.....	12
2.2.3.1 Kekuatan Iklan TV.....	12
2.2.3.2 Kelemahan Iklan Televisi.....	12
2.2.4 Format Iklan.....	13
2.2.5 Gaya Iklan.....	16
2.2.6 Teknik Iklan.....	17
2.2.7 Komponen Iklan Televisi.....	18
2.2.8 Tahap Pengembangan Iklan.....	20
2.2.9 Pengertian Promosi.....	28
2.2.10 Fungsi Promosi.....	29
2.2.11 Tujuan Promosi.....	29
2.3 METODE ANALIS.....	30
2.3.1 <i>Metode Analisis SWOT</i> .....	30
2.3.1.1 Fungsi SWOT.....	31
2.3.1.2 Matriks SWOT.....	31
2.3.1 <i>Metode Analisis Study Kelayakan</i> .....	33
2.4 LANGKAH-LANGKAH PEMBUATAN IKLAN TELEVISI.....	34
2.4.1 <i>Pra Produksi</i> .....	34
2.4.1.1 Naskah.....	34
2.4.1.2 Storyboard.....	34
2.4.2 <i>Produksi</i> .....	35
2.4.2.1 Desain.....	35
2.4.2.2 Perekaman Suara.....	35
2.4.3 <i>Pasca Produksi</i> .....	35
2.4.3.1 Editing.....	35
2.5 METODE TESTING.....	36
2.5.1 <i>Survei</i> .....	36
2.5.2 <i>Sampel</i> .....	36
2.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
2.5.3.1 Skala Linkert.....	37
2.5.4 Teknik Analisa Data.....	39
2.5.5 Rumus Interfal.....	39

2.6 METODE IMPLEMENTASI.....	40
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 TINJAUAN UMUM.....	41
3.1.1 Deskripsi Perusahaan.....	41
3.1.2 Visi.....	42
3.1.3 Misi.....	42
3.1.4 Maksud dan Tujuan.....	42
3.1.5 Candi Ratu Boko.....	43
3.2 TAHAPAN ANALISIS.....	45
3.2.1 Analisis SWOT.....	45
3.2.1.1 Analisis Kekuatan (Strength).....	45
3.2.1.2 Analisis Kelemahan (Weakness).....	46
3.2.1.3 Analisis Peluang (Opportunity).....	46
3.2.1.4 Analisis Ancaman (Threath).....	46
3.2.1.5 Strategi Strength dan Opportunity (S-O).....	46
3.2.1.6 Strategi Weakness dan Opportunity (W-O).....	47
3.2.1.7 Strategi Strength dan Threath (S-T).....	47
3.2.1.8 Strategi Weakness dan Threath (W-T).....	47
3.3 ANALISIS KEBUTUHAN.....	48
3.3.1 Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	48
3.3.1.1 Analisis Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware).....	48
3.3.1.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak (Software).....	48
3.3.1.3 Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia (Brainware).....	49
3.3.2 Analisis Kebutuhan Fungsional.....	49
3.4 ANALISIS STUDI KELAYAKAN.....	49
3.5 TAHAP PRA PRODUKSI.....	50
3.5.1 Merancang Konsep.....	50
3.5.2 Naskah.....	51
3.5.3 Perancangan <i>Storyboard</i> .....	54
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
4.1 DIAGRAM PRODUKSI DAN PASCA PRODUKSI.....	57

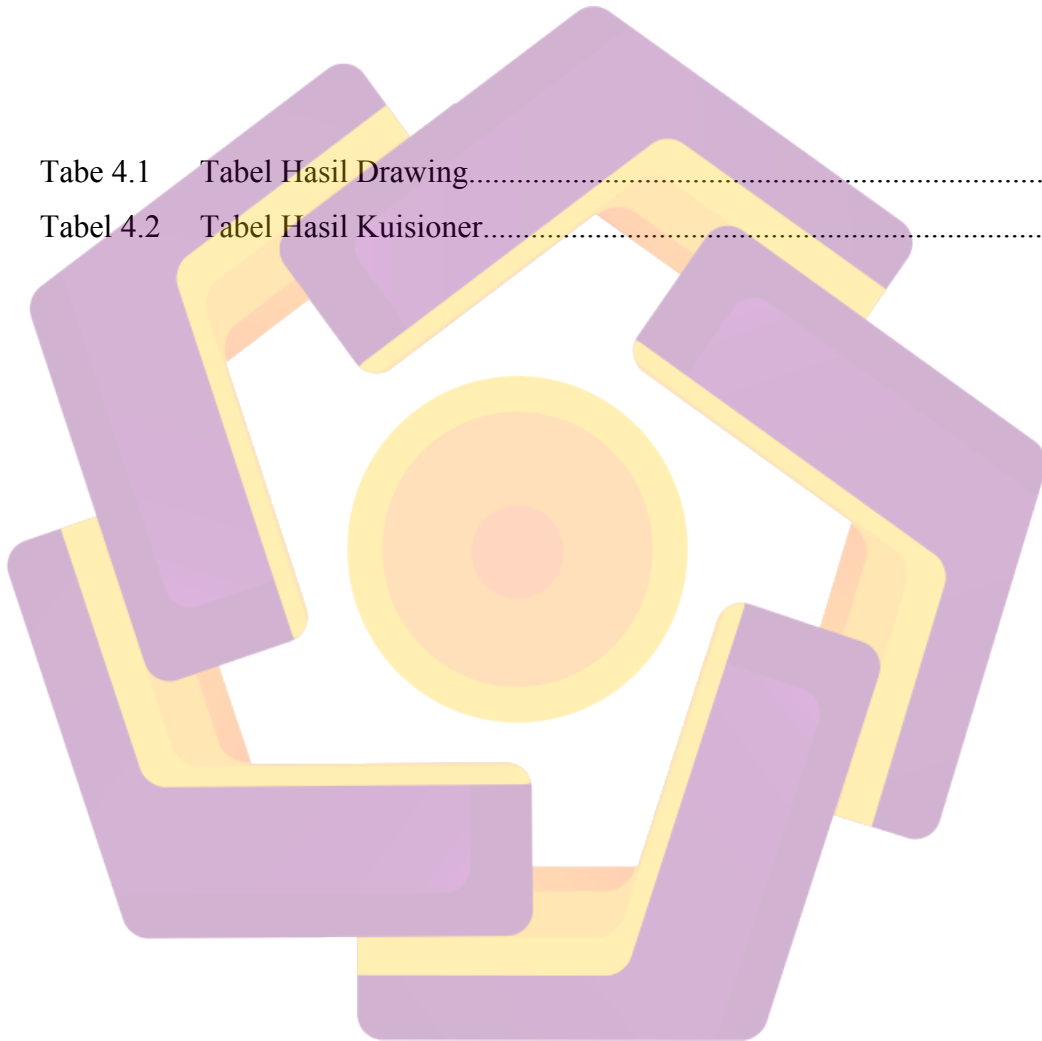


4.2 PRODUKSI.....	58
4.2.1 <i>DRAWING</i> .....	58
4.2.2 <i>Asset</i> .....	59
4.2.3 <i>Foreground</i> .....	63
4.2.4 <i>Background</i> .....	63
4.2.5 <i>Coloring</i> .....	63
4.2.6 <i>Compositing (Penyusunan Layer)</i> .....	64
4.2.7 <i>Animasi</i> .....	64
4.2.8 <i>Sound</i> .....	66
4.3 PASCA PRODUKSI.....	66
4.3.1 <i>Editing</i> .....	66
4.3.2 <i>Rendering</i> .....	66
4.4 PEMBAHASAN.....	69
4.4.1 <i>Testing</i> .....	69
4.4.2 <i>Publikasi</i> .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1 KESIMPULAN.....	73
5.2 SARAN.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Table 2.1 Matriks Literatur Review dan Posisi Penelitian.....	8
Table 2.2 Matriks SWOT.....	32
Table 2.3 Tabel Pengujian Menggunakan Kuesioner.....	38

Tabe 4.1 Tabel Hasil Drawing.....	59
Tabel 4.2 Tabel Hasil Kuisisioner.....	70



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Pembuatan Iklan Televisi.....	35
Gambar 4.1	Diagram Produksi.....	58
Gambar 4.2	<i>Place</i> .....	61
Gambar 4.3	<i>Input Gambar</i> .....	62
Gambar 4.4	<i>Template</i> .....	62
Gambar 4.4	<i>Layer</i> .....	63
Gambar 4.5	<i>Trace</i> .....	64
Gambar 4.6	Hasil <i>Trace</i> .....	64
Gambar 4.7	Hasil <i>Coloring</i> .....	65
Gambar 4.8	<i>Scane 1</i> .....	66
Gambar 4.9	<i>Scane 2</i> .....	67
Gambar 4.10	<i>Scane 3</i> .....	67
Gambar 4.11	<i>Render</i> .....	69
Gambar 4.12	Tampilan <i>Rendering</i> .....	69
Gambar 4.13	<i>Output Module</i> .....	71
Gambar 4.14	Akhir.....	71
Gambar 4.15	<i>Encoder</i> .....	79
Gambar 4.16	<i>Watch Folder</i> .....	71
Gambar 4.17	Publikasi.....	79

## INTISARI

Tujuan perancangan media promosi pariwisata Candi Ratu Boko adalah untuk mempromosikan apa saja yang ada di Candi Ratu Boko. Metode untuk perancangan media promosi ini dilakukan dengan cara observasi dan mencari data dari media informasi baik cetak maupun media elektronik.

Konsep perancangan ini mengambil ide dasar tempat atau bangunan yang ada dari Candi Ratu Boko, seperti gerbang utama candi, kaputren, candi pembakaran, goa Ratu Boko, dan lain-lain. Tempat-tempat tersebut menjadi landasan utama untuk referensi yang kemudian diolah secara digital sehingga menjadi visual yang menarik sehingga dapat di aplikasikan kedalam sebuah animasi untuk keperluan promosi Candi Ratu Boko.

Iklan pariwisata ini bertujuan untuk menciptakan visualisasi objek wisata kawasan Candi Ratu Boko yang mampu menambah nilai positif bagi perkembangan pariwisata. Adapun perangkat lunak yang penulis gunakan untuk membuat iklan televisi sebagai media promosi pariwisata Candi Ratu Boko ini adalah adobe after effect, adobe illustrator dan adobe audition

**Kata Kunci:** iklan, pariwisata, Candi Ratu Boko





## **ABSTRACT**

*The purpose of designing the tourism promotion media of Ratu Boko Temple is to promote whatever is in Ratu Boko Temple.*

*The method for designing promotional media is done by observing and searching for data from information media, both print and electronic media.*

*This design concept takes the basic idea of the place or building that exists from Ratu Boko Temple, such as the main gate of the temple, kaputren, burning temples, Ratu Boko cave, and others. These places become the main foundation for reference which is then digitally processed so that it becomes visually interesting so that it can be applied into an animation for the promotion of Ratu Boko Temple.*

*This tourism advertisement aims to create a visualization of the tourist attraction of the Ratu Boko Temple area which is able to add positive value to the development of tourism.*

*The software that I use to make television ads as a media for tourism promotion of Ratu Boko Temple is adobe after effect and adobe illustrator.*

**Keyword:** *advertising, tourism, Ratu Boko Temple*

