

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PARIWISATA
AIR TERJUN KEDUNG PEDUT KULONPROGO YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Lintang Agis Bahtera

13.11.7460

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PARIWISATA
AIR TERJUN KEDUNG PEDUT KULONPROGO YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Teknik Informatika



disusun oleh

Lintang Agis Bahtera

13.11.7460

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PARIWISATA AIR
TERJUN KEDUNG PEDUT KULONPROGO YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Lintang Agis Bahtera
13.11.7460**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 2 Mei 2017

Dosen Pembimbing,



**Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187**

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PARIWISATA
AIR TERJUN KEDUNG PEDUT KULONPROGO YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Lintang Agis Bahtera

13.11.7460

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 November 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302229

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 18 November 2017



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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 18 November 2017

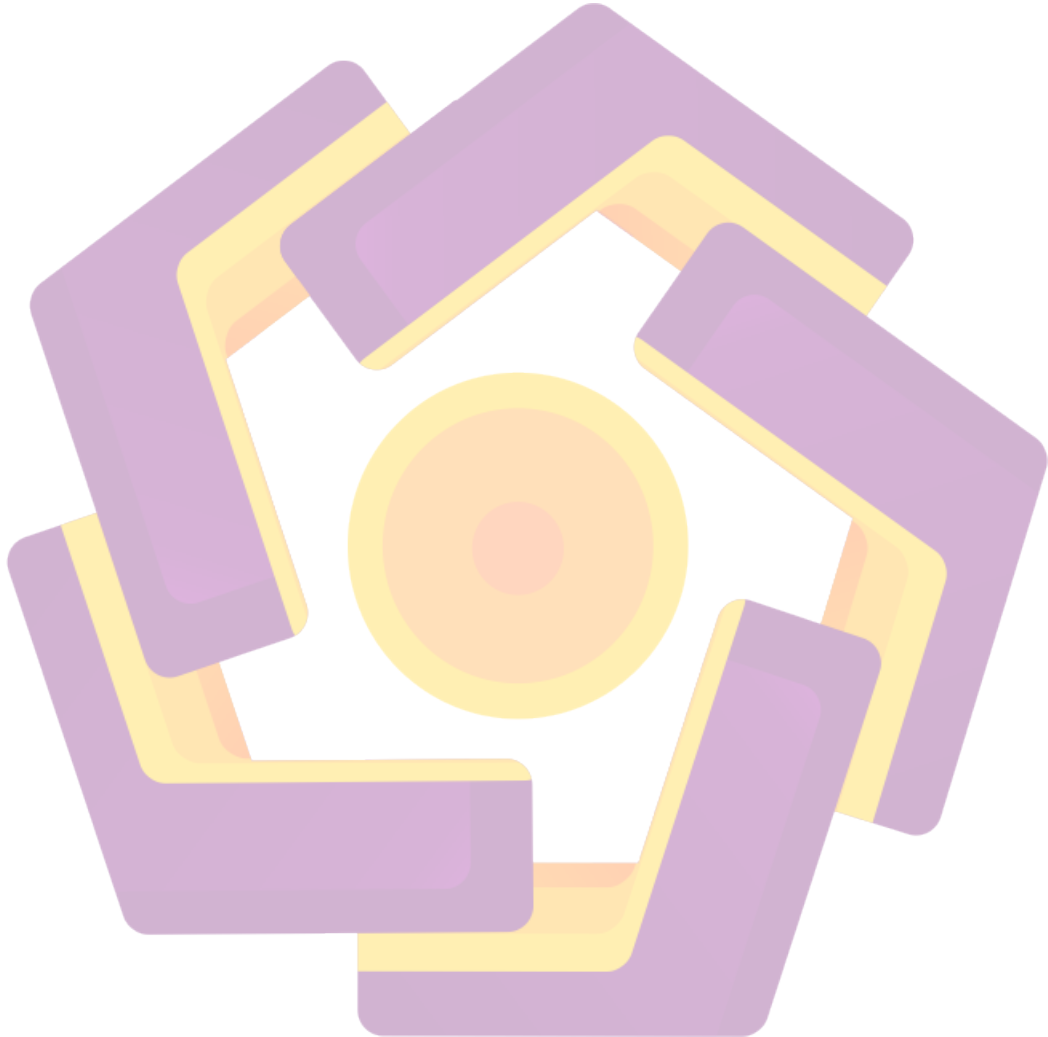


Lintang Agis Bahtera

13.11.7460

MOTTO

*“Suatu hari nanti kamu akan berada pada tempat yang selalu
kamu panjatkan dalam doa.”*



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur atas kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya, sehingga berkesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan segala kekurangan penulis. Segala syukur penulis ucapkan kepadaMU karena telah menghadirkan meraka yang memberikan semangat dan do'a disaat menajalan proses study dan pembuatan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak, Ibu, Keluarga tercinta, terimakasih atas segenap ketulusan cinta dan kasih sayang selama ini. Untuk segala pengorbanan dan do'a yang telah kalian berikan untuk anakmu ini.
2. Singgih Margani Nugroho dan Deisy Kristana yang senantiasa membantu, memotivasi dan memberikan do'a untuk saya, terima kasih sudah mau direpotkan.
3. Sahabat-sahabat saya didalam maupun diluar Yogyakarta yang tidak bisa disebutkan satu-persatu saya ucapkan terima kasih atas semua doanya.
4. Pembaca laporan skripsi yang budiman

Saya ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya, mohon maaf jika ada salah kata baik sengaja atau tidak selama ini. Sukses buat kalian semua, dilancarkan segala urusan dan semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayahNYA kepada kita semua, amiin..

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, Karena penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Pariwisata Air Terjun Kedung Pedut Kulonprogo Yogyakarta" dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Atas bantuan tersebut penulis mengucapkan terima kasih, khususnya kepada:

1. Bapak Prof, Dr. M. Suyanto, M.M selaku Ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Mei P. Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Sudarmawan, S.T., M.T selaku Ketua Jurusan Teknik Informatika.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 18 Agustus 2017



Penulis

DAFTAR ISI

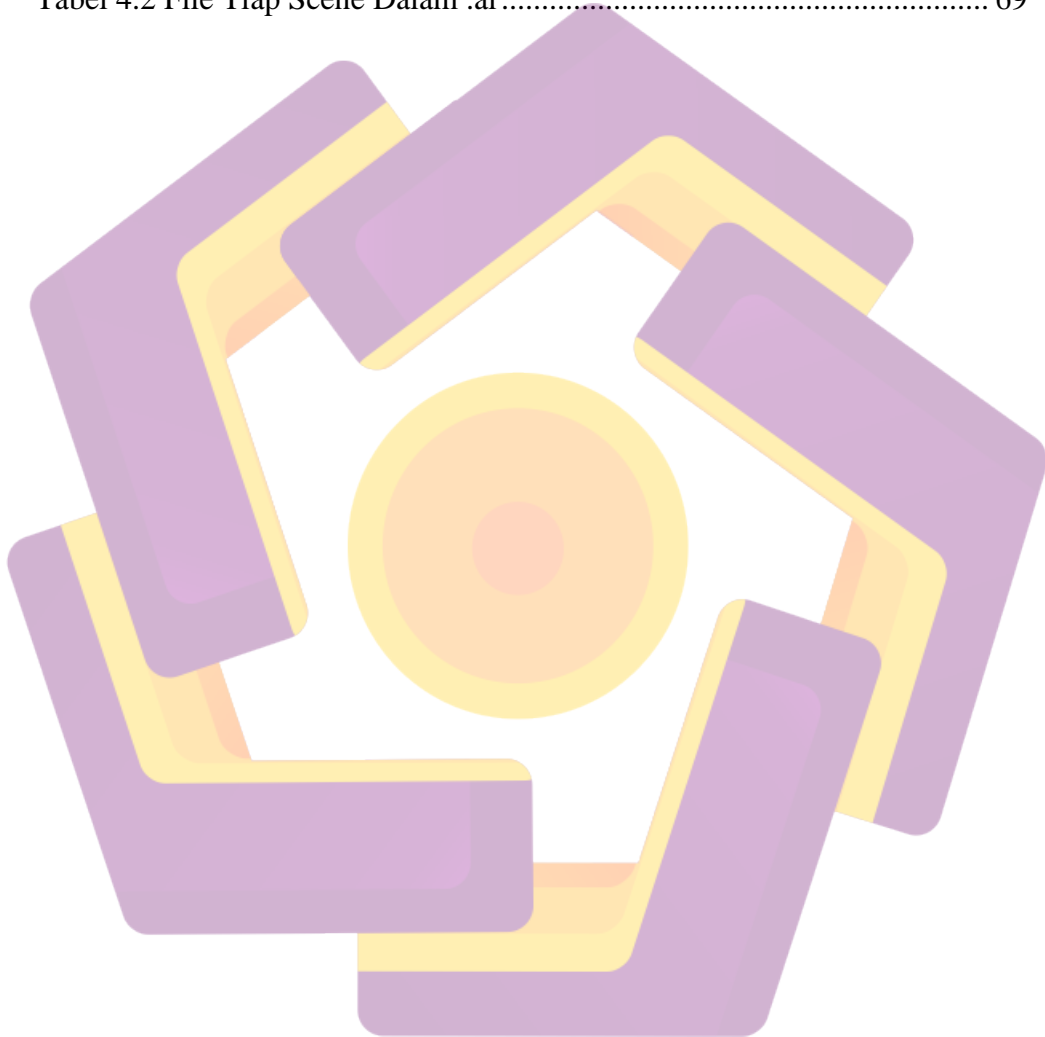
JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Periklanan.....	8
2.2.1 Pengertian Iklan	8
2.2.2 Pembagian Iklan Secara Khusus	9
2.3 Iklan Televisi.....	11
2.3.1 Sejarah Periklanan Televisi.....	11
2.3.2 Tujuan Periklanan Televisi	13
2.4 Proses Memproduksi Iklan Televisi.....	15

2.5 Animasi	17
2.5.1 Definisi Animasi	17
2.5.2 Prinsip Dasar Animasi.....	17
2.5.3 Jenis Animasi	25
2.5.4 Teknik Animasi	26
2.6 Teknik Pengambilan gambar.....	28
2.7 Bidikan Kamera	28
2.8 Tahap Pembuatan Iklan Promosi	30
2.8.1 Tahap Perancangan	30
2.8.1.1 Pra Produksi	30
2.8.2 Tahap Pengembangan	31
2.8.2.1 Produksi	31
2.8.2.2 Pasca Produksi	32
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	33
3.1 Tinjauan Umum	33
3.1.1 Air Terjun Kedung Pedut.....	33
3.1.2 Observasi Lokasi Wisata.....	35
3.1.3 Masalah Yang Dihadapi.....	38
3.1.4 Rumusan/Kesimpulan Dari Permasalahan Yang Dihadapi	38
3.1.5 Usulan Pemecahan Masalah.....	38
3.2 Metode Analisis	39
3.2.1 Analisis SWOT	39
3.2.1.1 Analisis Kekuatan (Strength)	39
3.2.1.2 Analisis Kelemahan (Weakness).....	39
3.2.1.3 Analisis Peluang (Opportunity)	40
3.2.1.4 Analisis Ancaman (Threat)	40
3.2.2 Analisis Kebutuhan Sistem	40
3.2.2.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	40
3.2.2.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	41
3.3 Analisis Kelayakan.....	43
3.3.1 Kelayakan Hukum.....	43

3.3.2 Kelayakan Teknologi	43
3.3.3 Kelayakan Ekonomi	43
3.4 Tahapan Praproduksi.....	44
3.4.1 Ide Cerita.....	44
3.4.2 Tema.....	44
3.4.3 Sinopsis	44
3.4.4 Pembuatan Storyboard	44
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Implementasi	50
4.1.1 Tahapan Produksi.....	50
4.1.2 Tahapan Pasca Produksi.....	56
4.1.2.1 Editing	56
4.1.2.2 Rendering	62
4.2 Penerapan Animasi.....	64
4.3 Review Testing.....	66
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hardware	41
Tabel 3.2 Software	42
Tabel 3.3 Storyboard.....	45
Tabel 4.1 Pengembangan Video Iklan	50
Tabel 4.2 File Tiap Scene Dalam .ai	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Iklan The Ed Sullivan.....	11
Gambar 2.2 Squash and Stretch	18
Gambar 2.3 Anticipation.....	18
Gambar 2.4 Staging.....	19
Gambar 2.5 Straight-ahead Action and Pose to Pose.....	19
Gambar 2.6 Follow-through and Overlapping Action	20
Gambar 2.7 Slow In-Out	21
Gambar 2.8 Arc	21
Gambar 2.9 Secondary Action	22
Gambar 2.10 Timing	23
Gambar 2.11 Exaggeration.....	23
Gambar 2.12 Solid Drawing	24
Gambar 2.13 Appeal	24
Gambar 3.1 Logo Wisata Air Terjun Kedung Pedut	35
Gambar 3.2 Tata Tertib Masuk Lokasi Wisata	36
Gambar 3.3 Loket Tiket Masuk	36
Gambar 3.4 Jembatan Bambu Penghubung	36
Gambar 3.5 Area Bersantai	37
Gambar 3.6 Jalan Setapak Naik Turun Tangga	37
Gambar 3.7 Keasrian Lokasi Wisata.....	37
Gambar 3.8 Pemantauan Petugas.....	38
Gambar 4.1 Camera Canon 600D.....	51
Gambar 4.2 Tripod	52
Gambar 4.3 Tampilan Lembar Kerja Baru	53
Gambar 4.4 Tampilan Karakter Dasar	53
Gambar 4.5 Tampilan Background	54
Gambar 4.6 Tampilan Proses Coloring Karakter.....	54
Gambar 4.7 Tampilan Proses Coloring Scene 1	55
Gambar 4.8 Tampilan Pada Lembar Kerja Awal.....	55
Gambar 4.9 Tampilan Proses Edit Video.....	56

Gambar 4.10 Tampilan Folder Penyimpanan	56
Gambar 4.11 Tampilan Lembar Kerja Baru	57
Gambar 4.12 Tampilan New Composition	57
Gambar 4.13 Tampilan proses Import As	58
Gambar 4.14 Tampilan Komposisi Adobe After Effect CS6	60
Gambar 4.15 Tampilan Transform Scale	60
Gambar 4.16 Tampilan Proses Edit Video	61
Gambar 4.17 Tampilan Effect RGB Color Correction	61
Gambar 4.18 Tampilan Curva RGB Color Correction	62
Gambar 4.19 Tampilan Proses Rendering	62
Gambar 4.20 Tampilan Hasil Proses Penyimpanan	63
Gambar 4.21 Tampilan Proses Rendering	64
Gambar 4.22 Tampilan Proses Penyimpanan	64
Gambar 4.23 Penerapan Prinsip Animasi Appeal	65
Gambar 4.24 Penerapan Prinsip Animasi Timing	65
Gambar 4.25 Penerapan Prinsip Squash and Stretch	66
Gambar 4.26 Grafik Kuisisioner 1	66
Gambar 4.27 Grafik Kuisisioner 2	67
Gambar 4.28 Grafik Kuisisioner 3	67
Gambar 4.29 Grafik Kuisisioner 4	68
Gambar 4.30 Tampilan Penilaian Rata-Rata	68

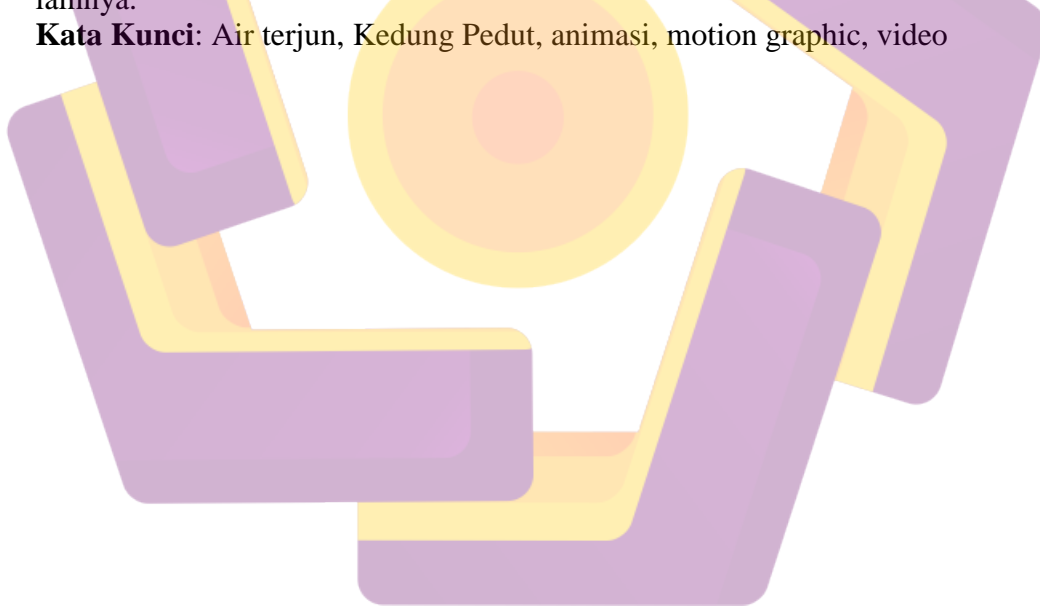
INTISARI

Kurangnya media promosi terhadap tempat wisata yang berada di daerah terpencil seperti Girimulyo Kulonprogo mengakibatkan ketidaktahuan masyarakat khususnya wisatawan yang ingin berkunjung ke Yogyakarta. Padahal kita tahu pada era saat ini banyak media untuk menyampaikan suatu informasi. Namun dengan keterbatasan yang ada di daerah terpencil seperti ini media untuk mempromosikan dan memperkenalkan tempat wisata baru hanya sekedar menggunakan plang arah menuju lokasi dan spanduk/baliho.

Penulis mencoba menganalisis pokok-pokok permasalahan. Menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada sehingga diharapkan bisa menambah keuntungan dan meminimalkan hambatan.

Untuk itu dibuatlah iklan televisi yang bertujuan untuk mempromosikan wisata alam air terjun Kedung Pedut yang terletak di desa Girimulyo agar lebih banyak wisatawan yang ingin berkunjung dan melihat keindahannya. Semakin banyak wisatawan yang datang, akan semakin banyak pula pendapatan yang diperoleh yang tentunya guna memperbaiki dan memelihara tempat wisata ini agar lebih terawat dan menarik kedepannya. Selain itu untuk memperkenalkan Kulonprogo sebagai destinasi wisata yang tak kalah menarik dengan wisata lainnya.

Kata Kunci: Air terjun, Kedung Pedut, animasi, motion graphic, video



ABSTRACT

The lack of media promotion of tourist attractions located in remote areas such as Girimulyo Kulonprogo result in ignorance of the community, especially tourists who want to visit Yogyakarta. And we know in the current era of many media to convey an information. But with the limitations that exist in remote areas such as this media to promote and introduce new tourist attractions just use the signpost direction to the location and banners / billboards.

The author tries to analyze the main issues. Analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats that are expected to increase profitability and minimize obstacles.

For that made television commercials that aims to promote the natural attractions Kedung Pedut waterfall located in the village Girimulyo for more tourists who want to visit and see the beauty. The more tourists who come, the more income will be obtained which of course in order to improve and maintain this tourist spot to be more well groomed and interesting future. In addition to introducing Kulonprogo as a tourist destination that is not less interesting with other tours.

Keyword: *Waterfall, Kedung Pedut, animation, motion graphic, video*

