

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PARIWISATA KEDUNG PENGILON  
PADA DINAS PARIWISATA BANTUL**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Rovi Hendrawan**

**10.12.4917**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2018**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PARIWISATA KEDUNG PENGILON  
PADA DINAS PARIWISATA BANTUL**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Rovi Hendrawan**

**10.12.4917**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2018**

## **PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI**

#### **PEMBUATAN VIDEO IKLAN PARIWISATA KEDUNG PENGILON PADA DINAS PARIWISATA BANTUL**


yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rovi Hendrawan**

**10.12.4917**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 17 Febuari 2018

**Dosen Pembimbing,**

  
**Agus Purwanto, M.Kom**  
**NIK. 190302229**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN PARIWISATA KEDUNG PENGILON  
PADA DINAS PARIWISATA BANTUL**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rovi Hendrawan**

**10.12.4917**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 17 Febuari 2018

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Bayu Setiaji, M.Kom**  
**NIK. 190302216**

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

**Agus Purwanto, M.Kom**  
**NIK. 190302229**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 24 Febuari 2018

**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 Februari 2018



**Rovi Hendrawan**

**NIM. 10.12.4917**

## MOTTO

"Hormati Orang Tuamu Merupakan Kunci Utama Kesuksesan"

"Kunci Sukses Belajar Dari Kesalahan Dan jangan takut jatuh bila ingin sukses"

"Hasil Tidak Akan Menghianati Proses"

"Hidup Kaya Mati Masuk Surga"

"Sukses Itu Tidak Lupa KepadaNya Sang Pencipta ALLAH SWT."



## PERSEMBAHAN

- Kepada Allah SWT sang pencipta Alam semesta, yang selalu mendengarkan dan mengabulkan doa - doaku.
- Kepada Bapak (Priyatno), kepada Ibu (Murwantiningsih) Tercinta yang menjadi inspirasiku, yang selalu menjadi penyemangat hidupku *I Love U* dan seluruh keluargaku tercinta yang telah memberikan dorongan, semangat, dan bantuan baik berupa material maupun spiritual. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik atas semua yang diterima Rovi selama ini.
- Kepada Sahabat-sahabatku, Andhit, Gilang, Singgih, Nomo, terima kasih atas dukungan dan semangat yang selalu diberikan.
- PeteweleCrew, BBC Holic, SiOM Homecrew terima kasih atas doa dan support nya.
- Kepada S1SI-07 terima kasih banyak.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Segala puji dan syukur Alhamdulillahilalamin kepada Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul

**“Pembuatan Iklan Pariwisata Kedung Pengilon Pada Dinas Pariwisata Bantul”**

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Komputer pada UNIVERSITAS AMIKOM yogyakarta dan atas apa yang telah diajarkan selama perkuliahan baik teori maupun praktik.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Drs. M. Suyanto, MM selaku Direktur UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Agus Purwanto, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Terimakasih atas segala bantuan, dukungan, semangat, dan pengetahuannya, serta kemudahan yang telah diberikan.
3. Bpk Pardal selaku pengelola Kedung Pengilon, terima kasih atas informasi dan bantuan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.



## DAFTAR ISI

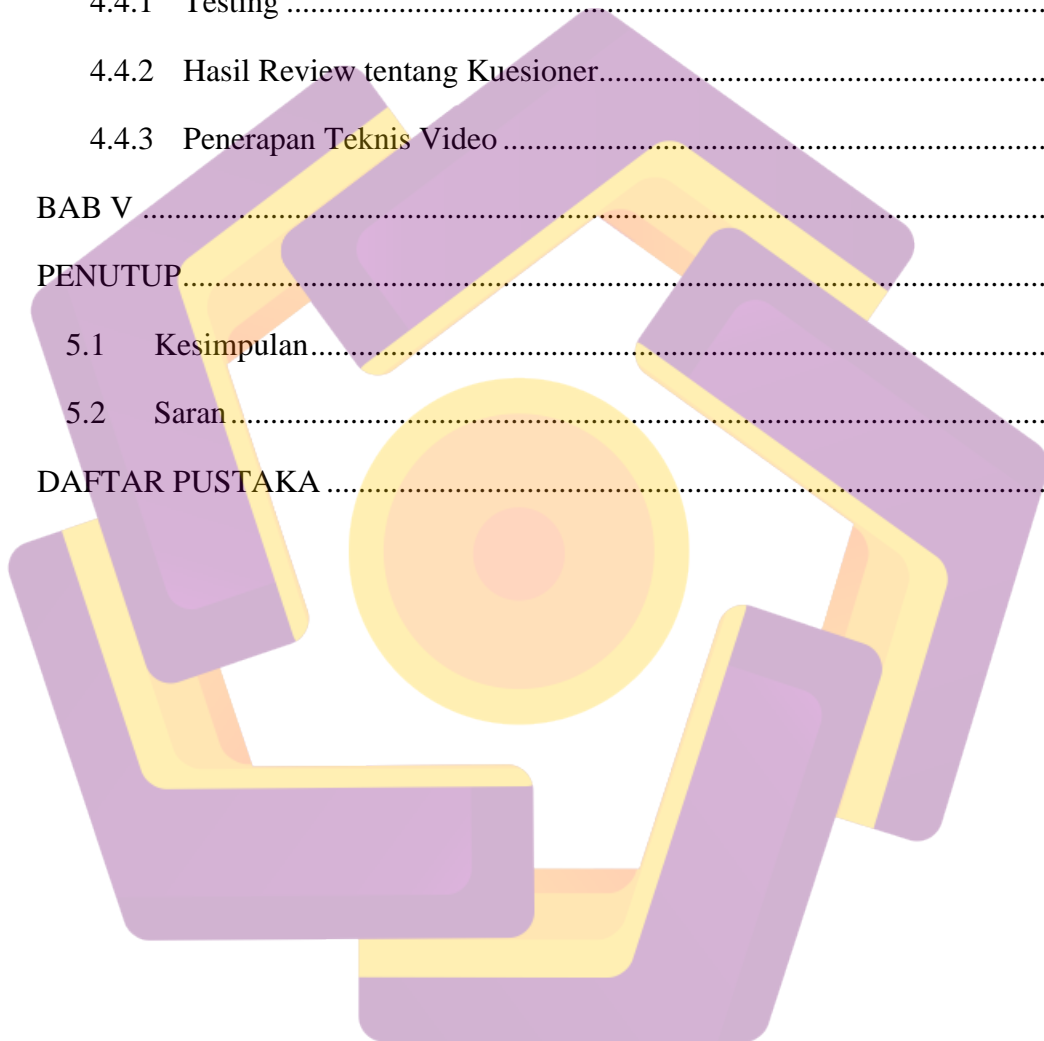
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	3

1.5.1	Bagi Penulis.....	3
1.6.	Metode Penelitian.....	3
1.6.1	Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6.2	Metode Analisis .....	4
1.6.3	Metode Perancangan Dan Pengembangan .....	5
1.6.4	Evaluasi .....	5
1.7	Sistematika Penulisan Laporan .....	5
<b>BAB II</b>	.....	<b>7</b>
<b>LANDASAN TEORI</b>	.....	<b>7</b>
2.1	Tinjauan Pustaka .....	7
2.2	Elemen Multimedia .....	7
2.1.1	Text.....	7
2.1.2	Image .....	8
2.1.3	Audio .....	8
2.1.4	Video.....	8
2.1.5	Animation .....	8
2.3	Konsep Promosi .....	8
2.3.1	Pengertian Promosi .....	8
2.3.2	Fungsi Promosi.....	9
2.3.3	Tujuan Promosi .....	10
2.4	Analisis Sistem .....	11
2.4.1	Analisis SWOT .....	11
2.4.2	Analisis Kebutuhan Sistem.....	12
2.4.3	Tipe-Tipe Kebutuhan Sistem.....	13
2.4.3.1	Kebutuhan fungsional.....	13

2.4.3.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	13
2.5	Tahapan Perancangan Video Produksi.....	14
2.5.1	Tahapan Praproduksi .....	14
2.5.2	Tahapan Produksi .....	19
2.5.3	Tahapan pascaproduksi.....	21
2.6	Teknik Pengambilan Gambar.....	23
2.6.1	Teknik-Teknik Dalam Pengambilan Gambar.....	23
2.6.2	Frame Size (Ukuran gambar).....	25
2.6.3	Moving Camera (Gerakan kamera).....	30
2.7	Pengolahan Data Kuisisioner.....	31
2.7.1	Skala Likert.....	32
2.7.2	Menentukan Interval.....	32
<b>BAB III</b>	.....	34
<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN</b>	.....	34
3.1	Tinjauan Umum.....	34
3.1.1	Wisata Kedung Pengilon .....	34
3.1.2	Misi dan Visi .....	35
3.1.2.1	Misi.....	35
3.1.2.2	Visi .....	35
3.1.3	Logo.....	35
3.2	Pengumpulan Data .....	36
3.2.1	Metode Observasi .....	36
3.2.2	Wawancara.....	36
3.3	Analisis Masalah .....	37
3.3.1	Kelemahan ( <i>Weakness</i> ).....	40

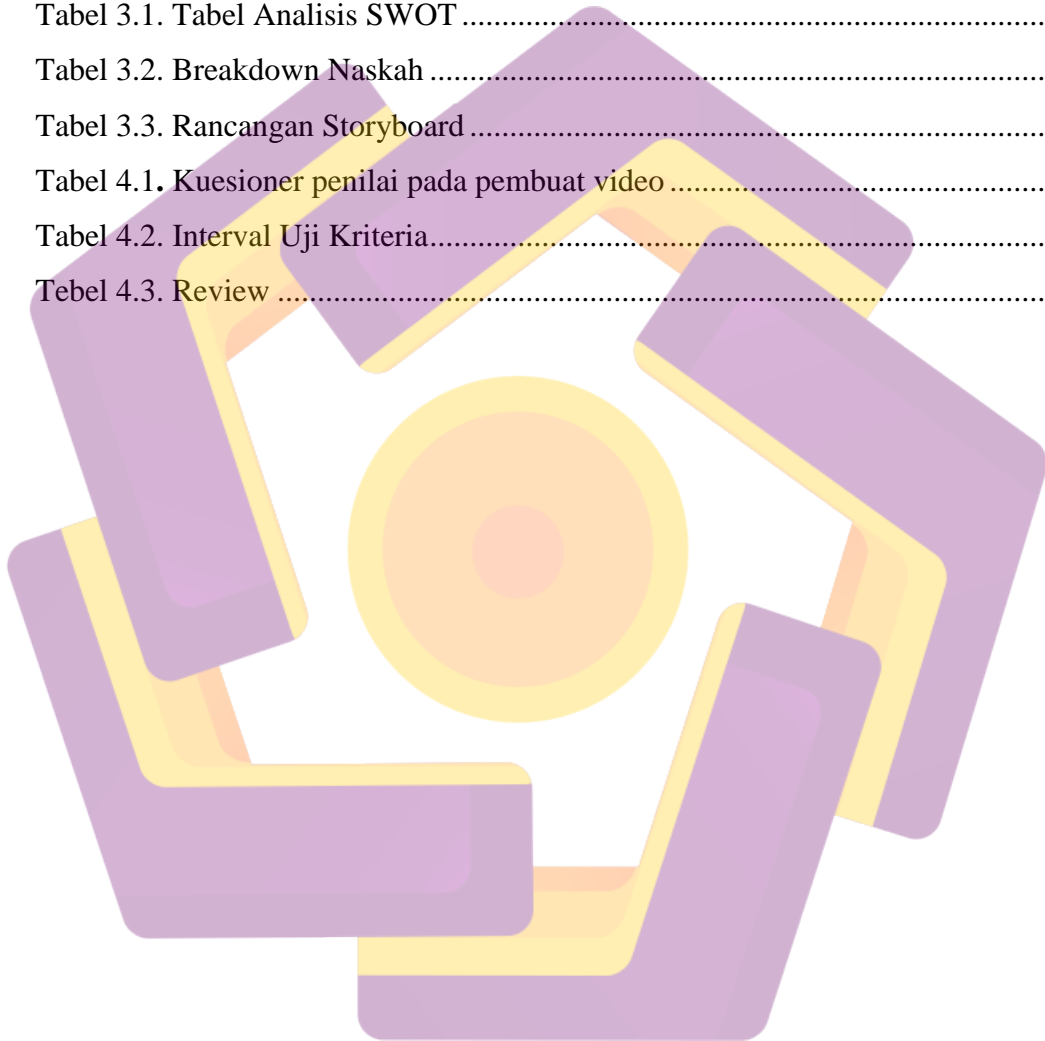
3.3.2	Solusi Yang di Tawarkan.....	39
3.4	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	40
3.4.1	Analisis Kebutuhan Non Fungsional .....	40
3.4.2	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	40
3.4.3	Kebutuhan Perangkat Keras.....	41
3.4.4	Kebutuhan Brainware .....	41
3.5	Pra Produksi Iklan .....	42
3.5.1	Penentuan Ide Iklan .....	42
3.5.2	Rancangan Naskah Iklan (Treatment) .....	42
3.6	Storyboard .....	45
BAB IV	.....	49
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	.....	49
4.1	Produksi.....	49
4.1.1	Perancangan.....	49
4.1.2	Pemilihan Lokasi Pengambilan gambar .....	50
4.1.3	Pengambilan Gambar.....	50
4.1.4	Pembuatan Animasi .....	51
4.1.5	Secribbel Effect.....	53
4.1.6	Animasi Sejarah.....	55
4.1.7	Logo Kedung Pengilon .....	57
4.1.8	Dubbing .....	58
4.2	Pasca Produksi.....	59
4.2.1	Composition.....	59
4.2.1.1	Pembuatan Langkah-Langkah Animasi Sejarah.....	62
4.2.2	Editing Video Menggunakan Adobe Premier Pro CC 2015.....	65

4.2.3 Menggunakan Warp Stabilizer .....	66
4.2.4 Colorgrading .....	67
4.3 Rendering .....	68
4.4 Pembahasan .....	71
4.4.1 Testing .....	71
4.4.2 Hasil Review tentang Kuesioner.....	73
4.4.3 Penerapan Teknis Video .....	76
BAB V .....	77
PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel SWOT Matrik .....	11
Tabel 2.2. Contoh Storyboard .....	16
Tabel 2.3. Contoh Pengkatagorian Skor Jawaban.....	33
Tabel 3.1. Tabel Analisis SWOT .....	38
Tabel 3.2. Breakdown Naskah .....	43
Tabel 3.3. Rancangan Storyboard .....	45
Tabel 4.1. Kuesioner penilai pada pembuat video .....	72
Tabel 4.2. Interval Uji Kriteria.....	74
Tebel 4.3. Review .....	74



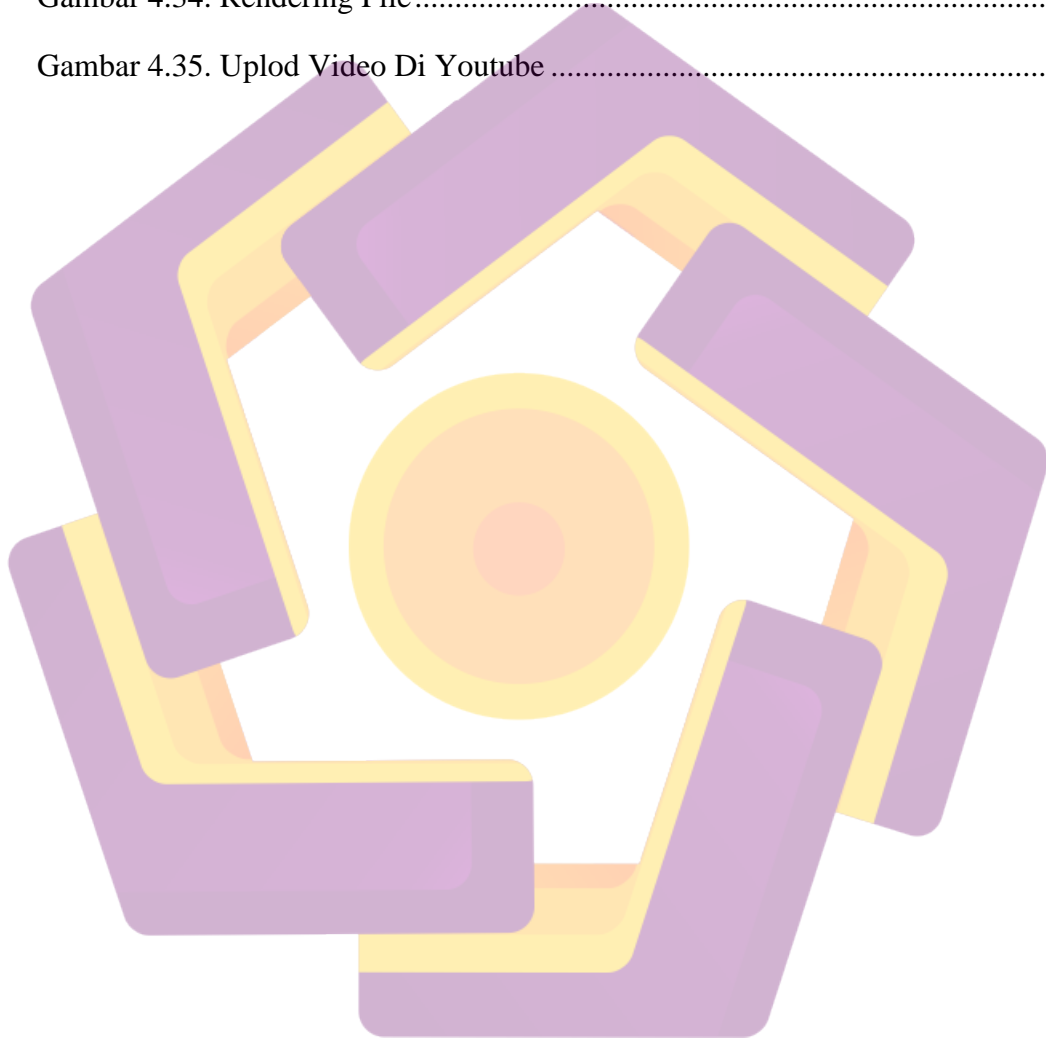
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Pra-Produksi .....	15
Gambar 2.2. Proses Produksi .....	20
Gambar 2.3. Proses Pasca Produksi .....	21
Gambar 2.4. High Angle Shoot (film crows zero).....	23
Gambar 2.5. Low Angle Shoot (Film Crows Zero).....	24
Gambar 2.6. Eye Level Shoot (Film Crows Zero).....	24
Gambar 2.7. Frog Level Shoot (Film Crows Zero).....	25
Gambar 2.8. Extreem Close-up Shoot (Film Fast and Forius 7).....	25
Gambar 2.9. Big Close –up Shoot ( Film Crows Zero).....	26
Gambar 2.10. Close-up Shoot (Film fast and forius 7).....	26
Gambar 2.11. Medium Close-up Shoot .....	27
Gambar 2.12. Mid Shoot (Film Crows Zero).....	27
Gambar 2.13. Knee Shoot (Film Crows Zero).....	28
Gambar 2.14. Full Shoot (Film Crows Zero).....	28
Gambar 2.15. Long Shoot (Film Fast and Forius7) .....	29
Gambar 2.16. Extreme Long Shoot (Film Fast and Forius 7).....	29
Gambar 2.17. Group Shoot (Film Crows Zero ) .....	30
Gambar 3.1. Logo Wisata Kedung Pengilon .....	35
Gambar 3.2. Penunjuk arah.....	36
Gambar 4.1. Salah 1 Lokasi Pengambilan Gambar .....	50
Gambar 4.2. Low angle view hasil kamera dslr 600D.....	51
Gambar 4.3. Tampilan After Effect .....	52
Gambar 4.4. Pembuatan Animasi .....	52



Gambar 4.5. Format Penyimpanan .....	53
Gambar 4.6. Import video yang akan dibuat Animasi .....	53
Gambar 4.7. Pembuatan Animasi .....	54
Gambar 4.8. Format Penyimpanan .....	54
Gambar 4.9. Tampilan After Effect .....	55
Gambar.4.10. Pembuatan Animasi Sejarah .....	55
Gambar 4.11. Format Penyimpanan .....	56
Gambar 4.12. Logo Kedung Pengilon .....	57
Gambar 4.13. Animasi Penutup Video .....	58
Gambar 4.14. Handphone Iphone 5s.....	58
Gambar 4.15. Dubbing.....	59
Gambar 4.16. Tampilan New Project.....	60
Gambar 4.17. Tampilan New Composition .....	60
Gambar 4.18. Tampilan Animasi Garis Peta .....	61
Gambar 4.19. Tampilan Animasi Camera Peta.....	62
Gambar 4.20. Tampilan New Project.....	62
Gambar 4.21. Tampilan New Composition .....	63
Gambar 4.22. Tampilan gambar sejarah .....	63
Gambar 4.23. Tampilan Animation Composer.....	63
Gambar 4.24. Tampilan Animasi Sejarah.....	64
Gambar 4.25. New Project Adobe Premier CC 2015 .....	65
Gambar 4.26. New Sequence and Source .....	66
Gambar 4.27. Menggunakan Warp Stabilizer.....	66
Gambar 4.28. Setting Stabilizer .....	67
Gambar 4.29. Color Correction.....	67

Gambar 4.30. Basic Correction .....	68
Gambar 4.31. Hasil Colorgrading .....	68
Gambar 4.32. Export file pada Adobe Premier.....	69
Gambar 4.33. Export setting .....	70
Gambar 4.34. Rendering File .....	70
Gambar 4.35. Uplod Video Di Youtube .....	76



## INTISARI

Saat ini media promosi yang sudah dipadukan dengan teknologi telah menyentuh kehidupan manusia dari radio, televisi, bioskop, internet, mobile phone dan lain sebagainya, bahkan kini orang mampu mengakses dunia periklanan tanpa meninggalkan rumah. Sarana media internet begitu efektif untuk media promosi yang sangat cepat dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian penelitian ini akan memberikan dampak positif kepada “*Pariwisata Kedung Pengilon*” yang selama ini masih kurang pada bagian pemasarannya.

Pembuatan iklan ini dilakukan dengan menggunakan strategi periklanan media social yang merupakan hasil dari perpaduan proses editing gambar, suara dan juga teks lewat aplikasi multimedia.

Dari hasil analisis didapat bahwa dengan melakukan pemasaran melalui iklan terhadap “*Pariwisata Kedung Pengilon*” akan lebih efektif dan efisien, selain itu juga hasil yang didapat lebih maksimal dan dapat meningkatkan penjualan di “*Pariwisata Kedung Pengilon*”.

**Kata Kunci :** Teknologi, Multimedia, Editing, Periklanan, Media Social

## **ABSTRACT**

*Nowadays promotional media that has been combined with technology has touched human life from radio, television, cinema, internet, mobile phone and so on, even now people are able to access the world of advertising without leaving home. The medium of internet media is so effective for the media campaign that very quickly recognized by the public. Thus this research will have a positive impact on "Kedung Pengilon Tourism" which is still lacking in the marketing section.*

*Making this ad is done by using social media advertising strategy which is the result of a blend of image editing process, voice and text through multimedia applications.*

*From the analysis results obtained that by doing marketing through advertising to "Tourism Kedung Pengilon" will be more effective and efficient, but also the results obtained more leverage and can increase sales in "Tourism Kedung Pengilon".*

**Keywords:** *Technology, Multimedia, Editing, Advertising, Social Media*

