

**PEMBUATAN IKLAN VISIT PURWOREJO 2016 SEBAGAI SARANA
INFORMASI DAN PROMOSI KABUPATEN PURWOREJO**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Putu Mahardika

13.22.1484

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**PEMBUATAN IKLAN VISIT PURWOREJO 2016 SEBAGAI SARANA
INFORMASI DAN PROMOSI KABUPATEN PURWOREJO**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Putu Mahardika

13.22.1484

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN VISIT PURWOREJO 2016 SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI KABUPATEN PURWOREJO

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Putu Mahardika

13.22.1484

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 6 September 2016

Dosen Pembimbing,


Tonny Hidayat, M.Kom.

NIK. 190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMBUATAN IKLAN VISIT PURWOREJO 2016 SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI KABUPATEN PURWOREJO

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Putu Mahardika

13.22.1484

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 1 Agustus 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

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



Windha Mega Pradnya D., M.Kom.
NIK. 190302185



Tonny Hidayat, M.Kom.
NIK. 190302182

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 6 September 2016

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suvanto, M.M.
NIK. 190302001

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 sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis 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 yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 25 Agustus 2016

METERAI
TEMPEL

TGL. 20
MA 156ADF611696754

6000
ENAM RIBU RUPIAH

PUTU MAHARDIKA

NIM : 13.22.1484

MOTTO

MEMULAI DENGAN KEYAKINAN, MENJALANKAN DENGAN PENUH KEIKHLASAN, DAN MENYELESAIKAN DENGAN KEBAHAGIAAN.

PENDIDIKAN MERUPAKAN SENJATA PALING AMPUH YANG BISA DIGUNAKAN UNTUK MERUBAH DUNIA.

-Nelson Mandela-



PERSEMBAHAN

Segala puji syukur bagi Tuhan semesta alam atas keberkahan rahmat dan karunianya sehingga karya Skripsi ini telah selesai dan mengucapkan banyak terimakasih dan persembahkan karya skripsi ini kepada :

SANG HYANG WIDHI yang telah member jalan rahmat dan berbagai petunjuknya, dan atas keberkahan kesabaran yang berlimpah dan juga ketenangan jiwa dalam proses skripsi ini.

Terimakasih kepada Ayah dan Ibu serta adikku yang sangat aku cintai, terimakasih atas semua dukungannya yang diberikan.

Terimakasih kepada Bapak Tonny Hidayat, M.Kom selaku dosen pembimbing, makasih banyak atas bimbingannya dan ilmu yang diberikan.

Terimakasih kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Purworejo selaku objek penelitian.

Special thanks kepada teman-teman kost Kristian, Aji, Azan, Awan, udin, sigit, wisnu makasih banyak atas bantuan dan dukungannya dalam pembuatan skripsi ini.

Teman –teman kelas SI transfer 2013 makasih banyak waktu 2 tahun bersama kalian, terimakasih atas kerjasamanya.

KATA PENGANTAR

Om Swastyastu dan Salam Sejahtera.

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat & hidayah Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan naskah Skripsi yang berjudul “Pembuatan Iklan Visit Purworejo 2016 Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Kabupaten Purworejo” dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi jenjang Sarjana Strata-1 pada jurusan Sistem Informasi di Sekolah STMIK AMIKOM Yogyakarta. Dalam Penyusunan Skripsi ini mungkin tidak akan terlaksana tanpa dukungan, bimbingan dan petunjuk dari semua pihak yang telah membantu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu penyusun sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi mencapai penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga penyusunan karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Om Shantih, Shantih, Shantih Om

Yogyakarta, 25 agustus 2016

Penulis
Putu Mahardika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	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	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis Data	5
1.5.3 Metode Perancangan.....	5
1.5.4 Metode Produksi	5
1.5.5 Pasca Produksi	6

1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Konsep Dasar Iklan.....	8
2.2.1 Sejarah Perikalan Televisi	9
2.2.2 Komponen Iklan.....	11
2.2.2.1 Video.....	11
2.2.2.2 Audio.....	11
2.2.3 Jenis Iklan	11
2.2.4 Fungsi Iklan	12
2.3 Strategi Perancangan Iklan Tv.....	12
2.4 Tahap Produksi Iklan	13
2.4.1 Peralatan Editing Dan Peralatan Pengambilan Gambar	14
2.4.2 Teknik Pengambilan Gambar.....	14
2.4.3 Bidikan Kamera	15
2.4.3.1 Extreme Close Up (ECU/XCU)	15
2.4.3.2 Big Close Up (BCU)	16
2.4.3.3 Close Up (CU)	16
2.4.3.4 Medium Close Up (MCU)	16
2.4.3.5 Medium Shot (MS)	16
2.4.3.6 Knee Shot (KS)	16
2.4.3.7 Full Shot (FS)	16
2.4.3.8 Long Shot (LS)	16

2.4.3.9 Medium Long Shot (MLS)	16
2.4.3.10 Extreme Long Shot (XLS)	17
2.4.3.11 One Shot (1S)	17
2.4.3.12 Two Shot (2S)	17
2.4.3.13 Three Shot (3S)	17
2.4.3.14 Group Shot (GS).....	17
2.4.3.15 Zoom In/ Zoom Out.....	17
2.4.3.15 Panning	17
2.4.3.16 Tilting	17
2.4.3.17 Dolly	18
2.4.3.18 Follow	18
2.4.3.19 Crane shot	18
2.4.3.20 Fading.....	18
2.4.3.21 Framing	18
2.4.3.22 Walk In	18
2.4.3.23 Walk Away.....	18
2.4.3.24 Backlight Shot	18
2.4.3.25 Reflection Shot	19
2.4.3.26 Door Frame Shot.....	19
2.4.3.27 Artificial Framing Shot	19
2.4.3.28 Jaws Shot.....	19
2.4.3.29 Framing with Background.....	19
2.4.3.30 The Secret of Foreground Framing Shot.....	19

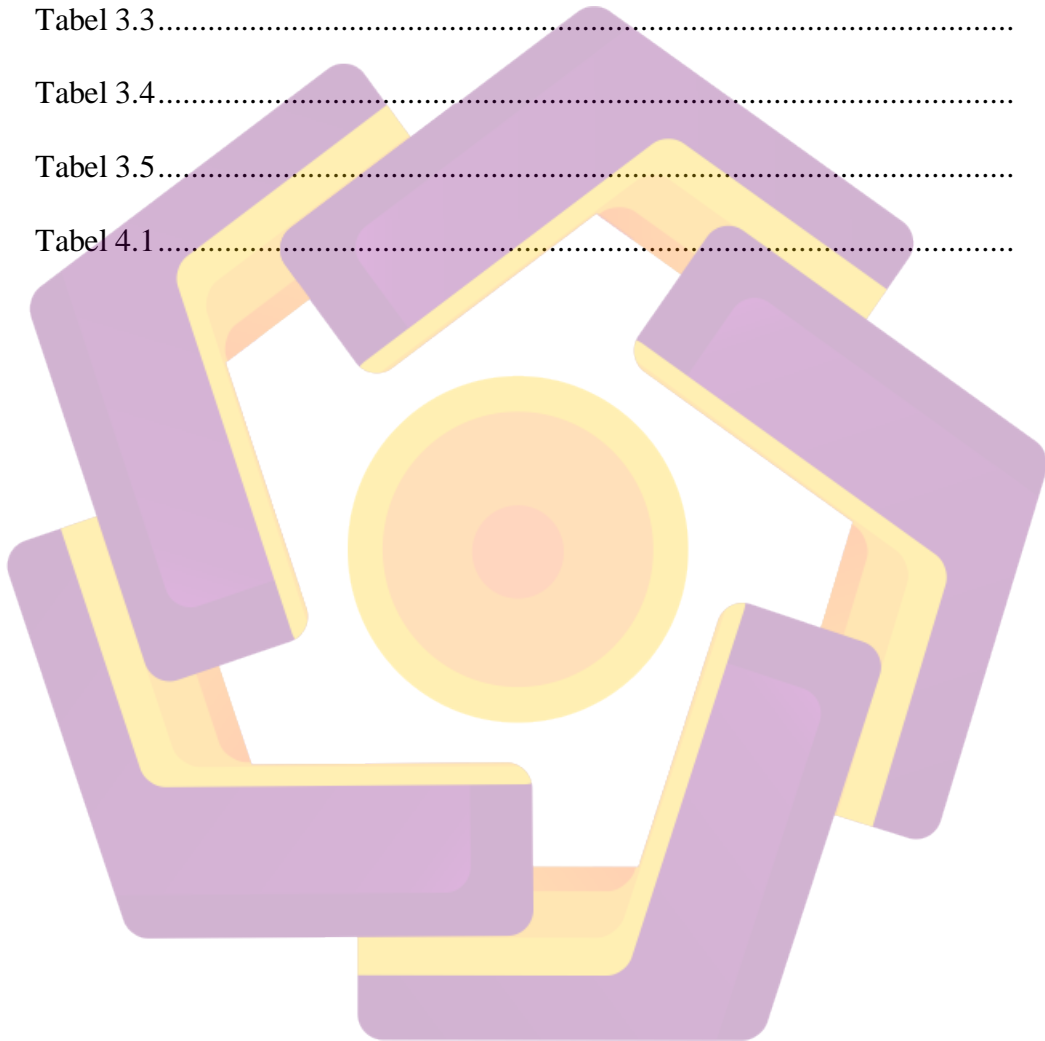
2.4.3.31 Tripod Transition	19
2.4.3.31 Artificial Hairlight	19
2.4.3.32 Fast Road Effect	20
2.4.3.33 Walking Shot	20
2.4.3.34 Over Shoulder	20
2.4.3.35 Profil Shot	20
2.4.4 Merekam Suara	20
2.5 Mendefinisikan Masalah	21
2.6 Mendefinisikan Ide	21
2.7 Menentukan Tema.....	21
2.8 <i>Shooting Script</i>	22
2.9 <i>Storyboard</i>	22
2.10 Produksi.....	22
2.11 Pasca Produksi	23
2.12 Melakukan Tes Pemakai.....	23
2.13 Perangkat Lunak Yang Digunakan	23
2.13.1 Adobe Photoshop	23
2.13.2 Adobe After Effect	24
2.13.3 Adobe Premiere Pro	24
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	25
3.1 Tinjauan Umum	25
3.2 Visi Misi.....	26
3.3 Identifikasi Masalah	27

3.4 Analisis Swot	27
3.5 Solusi – Solusi Yang Yapat Diterapkan	28
3.6 Solusi yang dipilih	28
3.7 Analisis Kebutuhan Fungsional	28
3.8 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	29
3.8.1 Analisis Kebutuhan Hardware	29
3.8.2 Analisis Kebutuhan Software	30
3.8.3 Kebutuhan Sumber Daya Manusia	30
3.8.4 Analisis Kebutuhan Biaya	31
3.9 Analisis kelayakan	32
3.9.1 Analisis Kelayakan Teknologi	32
3.9.2 Analisis Kelayakan Hukum	32
3.10 Perancangan Iklan	33
3.10.1 Pra Produksi Iklan	33
3.10.2 Pengumpulan Data.....	33
3.10.3 Penentuan Ide Iklan	33
3.10.4 Tema Iklan Televisi	33
3.10.5 Perancangan Storyboard	33
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Produksi.....	44
4.1.1 Teknik Produksi yang digunakan	44
4.1.1.1 Pengambilan gambar (shooting).....	44
4.1.1.2 Tipe shoot dan camera angel	44

4.1.1.3 Teknik Gerakan Camera	45
4.1.1.5 tata cahaya (lighting)	47
4.1.1.6 evaluasi.....	47
4.1.1.7 retake.....	49
4.2 Pasca produksi	49
4.2.1 editing	49
4.2.2 list editing	50
4.2.3 proses pasca produksi	51
4.2.3.1 import.....	51
4.2.3.2 teknik editing	52
4.2.3.3 Color Gradding	53
4.2.3.4 Speed and Duration.....	53
4.2.3.5 Title.....	54
4.2.3.6 cut video.....	55
4.2.3.7 Rendering	56
4.2.3.8 Evaluasi.....	57
4.2.3.9 Hasil Pengujian dan Pembahasan Iklan (testing)	70
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

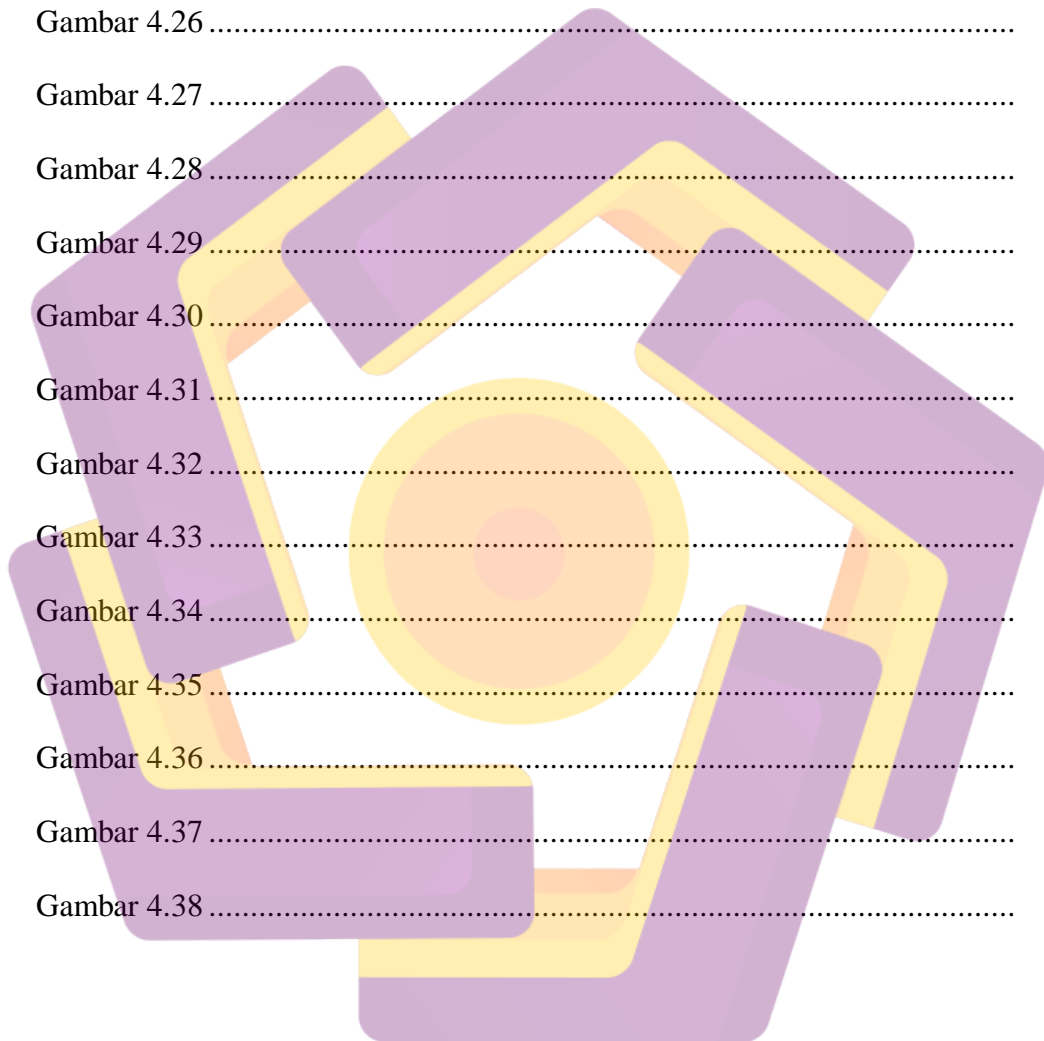
Tabel 3.1.....	27
Tabel 3.2.....	30
Tabel 3.3.....	31
Tabel 3.4.....	31
Tabel 3.5.....	34
Tabel 4.1.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	45
Gambar 4.2	46
Gambar 4.3	46
Gambar 4.4	47
Gambar 4.5	47
Gambar 4.6	48
Gambar 4.7	52
Gambar 4.8	52
Gambar 4.9	53
Gambar 4.10	54
Gambar 4.11	55
Gambar 4.12	56
Gambar 4.13	57
Gambar 4.14	57
Gambar 4.15	58
Gambar 4.16	58
Gambar 4.17	59
Gambar 4.18	59
Gambar 4.19	60
Gambar 4.20	60
Gambar 4.21	61

Gambar 4.22	61
Gambar 4.23	62
Gambar 4.24	62
Gambar 4.25	63
Gambar 4.26	63
Gambar 4.27	64
Gambar 4.28	64
Gambar 4.29	65
Gambar 4.30	65
Gambar 4.31	66
Gambar 4.32	66
Gambar 4.33	67
Gambar 4.34	67
Gambar 4.35	68
Gambar 4.36	68
Gambar 4.37	69
Gambar 4.38	69



INTISARI

Perkembangan dunia pertelevisian dalam hal media promosi dan penyampaian informasi yang ada saat ini mendukung untuk menciptakan teknik-teknik yang baru dalam pembuatan suatu iklan tentang produk dan layanan. Iklan televisi produsen bantuan memasarkan produk ke lebih luas. Iklan visit Purworejo merupakan salah satu cara promosi Wisata Kabupaten Purworejo. Di Purworejo terdapat berbagai tempat wisata mulai dari Wisata religi, wisata alam, Wisata kuliner dan wisata hiburan.

Membuat iklan juga menggunakan *adobe premiere*, *adobe after effects*. Mengingat penelitian ini akan menjadi lebih sipenulis tahu bagaimana cara dan seperti apa pembuatan iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembuatan iklan ini begitu menyenangkan bahwa semangat penulis untuk melakukannya.

Penulis ingin mengambil judul Pembuatan Iklan Visit Purworejo 2016 Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Kabupaten Purworejo. Dari tahun ketahun di TV, iklan juga mendapatkan lebih banyak dan lebih kreatif. Dari sana penulis mulai berani untuk mengambil judul iklan. Untuk studi ini, penulis ingin membuat iklan menggunakan teknik *live shoot*.

Kata Kunci : Iklan, televisi, pembuatan, *live shoot*, *adobe premiere*.

ABSTRACT

The development of television in terms of media promotion and delivery of information available today support for creating new techniques in making an advertisement about your products and services. Ad television manufacturers to help market the product more widely. Ads Purworejo visit is one way of promoting Tourism Purworejo. In Purworejo there are various sites ranging from *religious Tourism, nature, culinary and entertainment Tourism*.

Create ads also use the adobe premiere, adobe after effects. Given this research will become more sipenulis know how and what kind of ad creation. The results showed that the ad creation is so much fun that the spirit of the author to do so.

The author would like to take the title in 2016 Purworejo Visit Ad Creation As a Means of Information and Promotion of Purworejo. From year to year in TV, advertising is also getting more and more creative. From there the author began to dare to take the title of the ad. For this study, the authors want to create ads using the techniques of live shoot.

Keywords: Advertising, Television, manufacture, live shoot, adobe premiere.