

**PERANCANGAN IKLAN TV UNTUK MEMPROMOSIKAN TEMPAT –  
TEMPAT PARIWISATA KABUPATEN KULON PROGO**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Hendra Febrianto**

**15.22.1746**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2016**

**PERANCANGAN IKLAN TV UNTUK MEMPROMOSIKAN TEMPAT –  
TEMPAT PARIWISATA KABUPATEN KULON PROGO**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Hendra Febrianto**

**15.22.1746**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2016**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IKLAN TV UNTUK MEMPROMOSIKAN TEMPAT-  
TEMPAT PARIWISATA KABUPATEN KULON PROGO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Hendra Febrianto**

**15.22.1746**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 5 Desember 2016

Dosen Pembimbing,

  
**Hafif Al Fatta, M.Kom.**  
**NIK. 190302096**

## PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### PERANCANGAN IKLAN TV UNTUK MEMPROMOSIKAN TEMPAT – TEMPAT PARIWISATA KABUPATEN KULON PROGO

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Hendra Febrianto**  
15.22.1746

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 Desember 2016

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

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

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

**Yudi Sutanto, M.Kom.**  
NIK. 190302039

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 19 Desember 2016



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 sepengetahuan saya juga tidak mendapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau di terbitkan 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, 19 Desember 2016



Hendra Febrianto  
15.22.1746

## MOTTO

“Saya tidak bermimpi di malam hari, saya bermimpi sepanjang hari. Saya memimpikan suatu kehidupan” (Albert Einstein)

“Aku tak tahu kapan aku akan sukses di dalam hidupku. Aku hanya tahu bahwa aku pasti akan sukses” (Jo Coudert).

“Apa yang kita berikan kepada orang lain, akan kembali kepada kehidupan kita”  
(Anais Nin)

“Yang Anda pikirkan, menentukan yang Anda lakukan. Dan yang Anda lakukan, menentukan yang Anda hasilkan. Maka ukuran dan kualitas dari pikiran Anda, menentukan ukuran dan kualitas dari pekerjaan Anda” (Mario Teguh)

Maka janganlah hanya menginginkan yang mudah, janganlah keinginanmu untuk yang mudah, menjauhkanmu dari belajar menguasai yang sulit. Sesungguhnya, karena kemampuanmu lebih besar daripada semua kesulitanmu, kehidupan ini yang sebetulnya sama sulitnya bagi semua orang, akan tampil sangat mudah bagimu, dan akan berlaku sangat ramah kepadamu.” (Mario Teguh)



## *Persembahan*

*Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:*

*Dialah yang bersamamu di Waktu Malam*

*Dan dia mengetahui apa yang kamu lakukan di Siang hari untuk*

*menyempurnakan umurmu yang telah ditentukan.*

*Dan hanya kepadaNya tempat kembalimu.*

*Kemudian Dia akan memberitahukan kepadaku apa yang kamu dahulu*

*kerjakan...*

*(QS. Al An'am 59-60)*

*Dialah Muhammad SAW...Pembawa Risalah yang murni*

*Dalam penantian mereka, dengan segala pengorbanan mereka, kasih sayangnya*

*yang tak pernah putus...Mereka lah Orang Tuaku...*

*Tuhanku, sayangilah keduanya sebagaimana mereka telah memelihara aku dengan*

*kasih sayang saat aku masih kecil...*

*Kepada para pemuda yang mengharapkan kelayaan...*

*Kepada umat yang tengah kebingungan di persimpangan jalan...*

*Kepada para pewaris peradaban yang telah menggoreskan catatan kebanggaan*

*di luar sejarah manusia...*

*Kepada setiap muslim yang yakin akan masa depan dirinya sebagai pemimpin*

*dunia dan meraih kebahagiaan di kampung akhirat...*

*(Hasan Albanna)*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala taufik dan hidayah-Nya, sehingga laporan Skripsi ini yang berjudul “ **PERANCANGAN IKLAN TV UNTUK MEMPROMOSIKAN TEMPAT – TEMPAT PARIWISATA KABUPATEN KULON PROGO**“ dapat terselesaikan. Shalawat serta salam semoga tercurahkan untuk junjungan alam, Nabi besar Muhammad SAW yang merupakan Rahmat bagi semua makhluk di alam semesta.

Laporan Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan Strata 1 jurusan Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA. Oleh karena itu dikesempatan ini perkenankan penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof.Dr.M.Suyanto,M.M, selaku Ketua UNIVERSITAS Amikom
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
3. Hanif Al Fatta, M.Kom. Selaku dosen pembimbing laporan Skripsi.
4. Kepada Ibu Hafsa selaku orang tua saya, yang slalu memberikan dukungan dan Do'a nya.



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Pernyataan Keaslian .....	v
Halaman Motto .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Intisari .....	xviii
Abstract .....	xix
<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 Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Metode Penelitian .....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.5.2 Pra Produksi .....	5
1.5.3 Produksi .....	5
1.5.4 Pasca Produksi .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
1.7 Jadwal Rencana Kegiatan Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tjauan Pusataka .....	8
2.2 Konsep Dasar Iklan .....	9
2.2.1 Pengertian Iklan .....	9
2.2.2 Sejarah Iklan .....	9
2.2.2 Etika Periklanan .....	10

2.2.4	Manajemen Periklanan .....	11
2.2.5	Jenis – Jenis Iklan .....	11
2.2.6	Fungsi – Fungsi Iklan .....	12
2.3	Perencanaan Merancang Iklan Televisi .....	13
2.3.1	Menetapkan Audience .....	13
2.3.2	Menetapkan Sasaran dan Anggaran Iklan Televisi ....	14
2.3.3	Mencari Keunggulan Produk yang di Pasarkan.....	14
2.3.4	Perancangan Ide Utama Sebagai Tema Kampanye ....	15
2.3.5	Perancangan Daya Tarik Pesan Iklan .....	16
2.3.6	Perancangan Gaya Dalam Mengeksekusi Pesan Iklan .....	16
2.3.7	Perancangan Slogan, Logo dan Simbol .....	16
2.3.8	Perancangan Naskah dan Storyboard Iklan Televisi .....	17
2.3.9	Perencanaan Memproduksi Iklan Televisi.....	23
2.4	Software Yang Digunakan.....	25
2.4.1	Adobe Premiere Pro CS5 .....	25
2.4.2	Adobe After Effect CS5 .....	25
2.4.3	Adobe Soundbooth CS5 .....	26
2.4.4	Nikon D3300 .....	27
2.4.5	Dji Phantom 3 .....	28
2.4.6	Bpro 5 Alpha Edition.....	30
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>32</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	32
3.1.1	Sejarah dan Perkembangan.....	32
3.1.2	Visi.....	34
3.1.3	Misi .....	34
3.1.4	Objek Wisata .....	35
3.1.4.1	Waduk Kleco .....	35
3.1.4.2	Curug Setawing .....	36
3.1.4.3	Kedung Pedut .....	38

3.1.4.4	Goa Kiskendo .....	39
3.2	Analisis Sistem .....	40
3.2.1	Analisis Kelemahan Sistem Lama .....	40
3.2.1.1	Identifikasi Masalah .....	40
3.2.1.2	Analisis Swot.....	41
3.2.2	Analisis Kebutuhan Sistem Baru .....	45
3.2.3	Studi Kelayakan.....	45
3.2.3.1	Kelayakan Teknis .....	45
3.2.3.2	Kelayakan Ekonomi .....	47
3.2.3.3	Kelayakan Operasi.....	47
3.2.3.4	Kelayakan Hukum .....	48
3.2.3.5	Kelayakan Jadwal .....	49
3.2.3.6	Kelayakan Strategik.....	50
3.2.4	Tahap Produksi .....	50
3.2.4.1	Ide Iklan Televisi .....	50
3.2.4.2	Persiapan Alat yang Digunakan .....	51
3.2.4.3	Naskah Iklan .....	51
3.2.4.4	Syuting Schedule .....	55
3.2.4.5	Storyboard Iklan Televisi .....	56
3.2.5	Analisis Kebutuhan Iklan .....	56
3.2.5.1	Kebutuhan Informasi .....	56
3.2.5.2	Kebutuhan Perangkat Keras .....	57
3.2.5.3	Kebutuhan Perangkat Lunak .....	57
3.2.5.4	Kebutuhan Brainware .....	57
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....		58
4.1	Implementasi .....	58
4.1.1	Tahap Produksi .....	58
4.1.1.1	Gambar yang Harus Diambil Ulang .....	59
4.1.1.1.1	Missing Fokus.....	59
4.1.1.1.2	Over/Under Exposure .....	59
4.1.1.1.3	Unframe .....	60

4.1.1.2	Perlengkapan Syuting .....	60
4.1.1.2.1	Kamera.....	60
4.1.1.2.2	Tripod .....	61
4.1.1.2.3	Media Penyimpanan .....	61
4.1.1.3	Proses Pengambilan Gambar .....	62
4.1.2	Tahap Pasca Produksi .....	72
4.1.2.1	Perlengkapan Editing.....	72
4.1.2.1.1	Komputer .....	72
4.1.2.2	Proses Editing.....	73
4.1.2.2.1	Capturing .....	73
4.1.2.2.2	Penyuntingan Musik .....	73
4.1.2.2.3	Desain logo dan Tulisan .....	76
4.1.2.2.4	Importing Video.....	84
4.1.2.2.5	Coloring .....	86
4.1.2.2.6	Video Transitions.....	87
4.1.2.2.7	Membuat Teks Slide .....	91
4.1.2.2.8	Mengimpor Musik .....	94
4.1.2.2.9	Rendering.....	95
4.2	Pembahasan .....	96
4.2.1	Tampilan Hasil Iklan Pariwisata Kulon Progo .....	96
4.2.2	Pengetesan Iklan Pariwisata Kulon Progo .....	103
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>109</b>
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>111</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Rencana Kegiatan Penelitian.....	7
Tabel 2.1 Spesifikasi Nikon D3300.....	27
Tabel 2.2 Spesifikasi Dji Phantom 3 .....	28
Tabel 2.3 Spesifikasi Bpro 5 Alpha Edition .....	30
Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT.....	44
Tabel 3.2 Hasil Analisis Kelayakan Teknis.....	46
Tabel 3.3 Hasil Analisis Kelayakan Operasional .....	47
Tabel 3.4 Hasil Analisis Kelayakan Hukum.....	48
Tabel 3.5 Hasil Kelayakan Waktu .....	49
Tabel 3.6 Hasil Kelayakan Strategi .....	50
Tabel 3.7 Alat Yang Digunakan .....	51
Tabel 4.1 Quesioner Penilaian Iklan Pariwisata Kabupaten Kulon Progo untuk Masyarakat Umum/Mahasiswa.....	103
Tabel 4.2 Quesioner Penilaian Iklan Pariwisata Kabupaten Kulon Progo untuk Praktisi Multimedia.....	104
Tabel 4.3 Quesioner Penilaian Iklan Pariwisata Kabupaten Kulon Progo untuk Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo.....	104
Tabel 4.4 Hasil Penilaian untuk Masyarakat Umum/Mahasiswa dari 20 Orang .....	106
Tabel 4.5 Hasil Penilaian untuk Praktisi Multimedia dari 5 Orang.....	107
Tabel 4.6 Hasil Penilaian untuk Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo.....	107

## DAFTAR GAMBAR

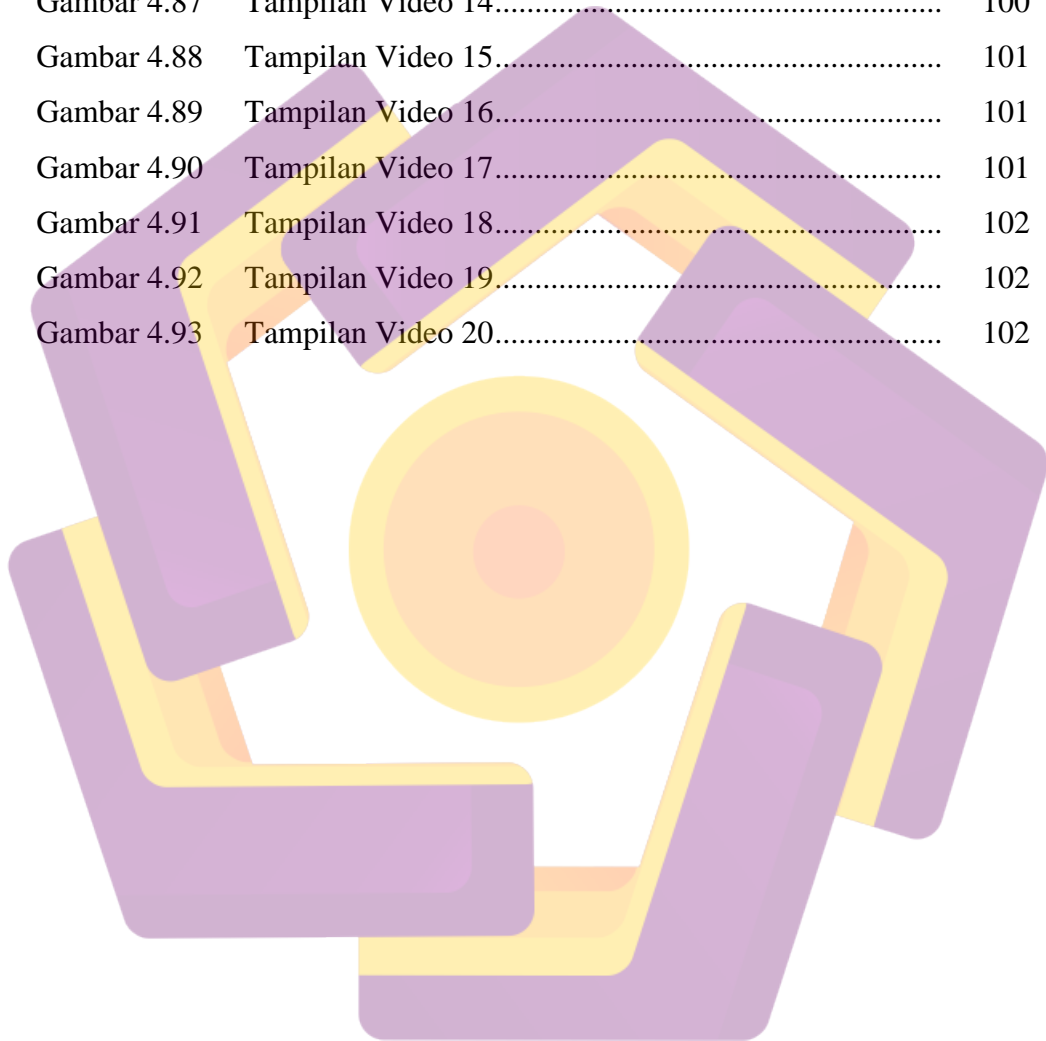
Gambar 2.1	Tampilan Close Up Wajah.....	18
Gambar 2.2	Tampilan Long Shot.....	19
Gambar 2.3	Tampilan Adobe Premiere CS5 .....	25
Gambar 2.4	Tampilan Adobe After Effect CS5.....	26
Gambar 2.5	Tampilan Adobe Soundbooth CS5.....	26
Gambar 2.6	Tampilan Nikon D3300.....	27
Gambar 2.7	Tampilan Dji Phantom 3 .....	30
Gambar 3.1	Waduk Kleco.....	36
Gambar 3.2	Curug Setawing.....	37
Gambar 3.3	Curug Kedung Pedut.....	39
Gambar 3.4	Goa Kiskendo.....	40
Gambar 4.1	Alur Proses Produksi.....	58
Gambar 4.2	Fokus Meleset dan Fokus Tepat.....	59
Gambar 4.3	Over, Normal dan Under Exposure.....	59
Gambar 4.4	Unframe dan Frame.....	60
Gambar 4.5	Nikon D3300.....	60
Gambar 4.6	Tripod.....	61
Gambar 4.7	MMC dan Card Reader .....	62
Gambar 4.8	Tampilan Video 01.....	62
Gambar 4.9	Tampilan Video 02.....	63
Gambar 4.10	Tampilan Video 03.....	63
Gambar 4.11	Tampilan Video 04.....	64
Gambar 4.12	Tampilan Video 05.....	64
Gambar 4.13	Tampilan Video 06.....	65
Gambar 4.14	Tampilan Video 07.....	65
Gambar 4.15	Tampilan Video 08.....	66
Gambar 4.16	Tampilan Video 09.....	66
Gambar 4.17	Tampilan Video 10.....	67
Gambar 4.18	Tampilan Video 11.....	67
Gambar 4.19	Tampilan Video 12.....	68



Gambar 4.20	Tampilan Video 13.....	68
Gambar 4.21	Tampilan Video 14.....	69
Gambar 4.22	Tampilan Video 15.....	69
Gambar 4.23	Tampilan Video 16.....	70
Gambar 4.24	Tampilan Video 17.....	70
Gambar 4.25	Tampilan Video 18.....	71
Gambar 4.26	Tampilan Video 19.....	71
Gambar 4.27	File Open.....	74
Gambar 4.28	Tampilan Waveform dan Spectral .....	74
Gambar 4.29	Time Selection Tool.....	74
Gambar 4.30	Area Penyeleksian Audio Pada Panel Editor .....	75
Gambar 4.31	Hasil Pemotongan .....	75
Gambar 4.32	File Name Lokasi Penyimpanan .....	76
Gambar 4.33	Pengaturan Mp3 .....	76
Gambar 4.34	Logo Kabupaten Kulon Progo .....	77
Gambar 4.35	Composition Setting.....	77
Gambar 4.36	Import File.....	78
Gambar 4.37	Tampilan Hasil Drag Pada Timeline.....	78
Gambar 4.38	Efek kontrol Scale dan Opacity.....	79
Gambar 4.39	Tampilan Efek Control.....	79
Gambar 4.40	Time Indicator Pada 00.02f.....	79
Gambar 4.41	Tampilan Efek Kontrol .....	80
Gambar 4.42	Tampilan Saat di Play .....	80
Gambar 4.43	Tampilan Tool Bar .....	80
Gambar 4.44	Tampilan Jendela Editor .....	81
Gambar 4.45	Tampilan Jendela Efek dan Preset .....	81
Gambar 4.46	Tampilan Jendela Efek Kontrol .....	82
Gambar 4.47	Rubah Opacity dan Character Offset .....	82
Gambar 4.48	Tampilan Perubahan Efek Kontrol.....	83
Gambar 4.49	Tampilan Hasil Editing Text dan Logo.....	83
Gambar 4.50	Tampilan Jendela Render Queue .....	83

Gambar 4.51	Proses Render.....	84
Gambar 4.52	Tampilan Awal Adobe Premiere Pro CS5 .....	84
Gambar 4.53	Tampilan New Project.....	85
Gambar 4.54	Tampilan Trimming .....	85
Gambar 4.55	Tambahkan Preset .....	86
Gambar 4.56	Tambahkan Adjustment Layer .....	87
Gambar 4.57	Penambahan Effect.....	87
Gambar 4.58	Penambahan Effect Luma Key.....	88
Gambar 4.59	Penambahan Video Dua.....	88
Gambar 4.60	Setting Effect Control .....	89
Gambar 4.61	Tampilan Setelah Diberi Effect Luma Key.....	89
Gambar 4.62	Tambahkan chung Dha Preset.....	90
Gambar 4.63	Tambahkan Adjustment layer .....	90
Gambar 4.64	Menambahkan Smoth Transition L to R.....	91
Gambar 4.65	Tampilan setelah diberi Effect Smoth Transition L to R	91
Gambar 4.66	Menambahkan Preset Text.....	92
Gambar 4.67	Membuat New Title .....	92
Gambar 4.68	Tampilan Pengolah Teks.....	93
Gambar 4.69	Menambahkan Text Slide .....	93
Gambar 4.70	Drag file Audio ke Timeline .....	94
Gambar 4.71	Menjalankan gabungan Video dan Audio.....	94
Gambar 4.72	Export Media.....	95
Gambar 4.73	Export Setting .....	95
Gambar 4.74	Tampilan Video 01.....	96
Gambar 4.75	Tampilan Video 02.....	96
Gambar 4.76	Tampilan Video 03.....	97
Gambar 4.77	Tampilan Video 04.....	97
Gambar 4.78	Tampilan Video 05.....	97
Gambar 4.79	Tampilan Video 06.....	98
Gambar 4.80	Tampilan Video 07.....	98
Gambar 4.81	Tampilan Video 08.....	98

Gambar 4.82	Tampilan Video 09.....	99
Gambar 4.83	Tampilan Video 10.....	99
Gambar 4.84	Tampilan Video 11.....	99
Gambar 4.85	Tampilan Video 12.....	100
Gambar 4.86	Tampilan Video 13.....	100
Gambar 4.87	Tampilan Video 14.....	100
Gambar 4.88	Tampilan Video 15.....	101
Gambar 4.89	Tampilan Video 16.....	101
Gambar 4.90	Tampilan Video 17.....	101
Gambar 4.91	Tampilan Video 18.....	102
Gambar 4.92	Tampilan Video 19.....	102
Gambar 4.93	Tampilan Video 20.....	102



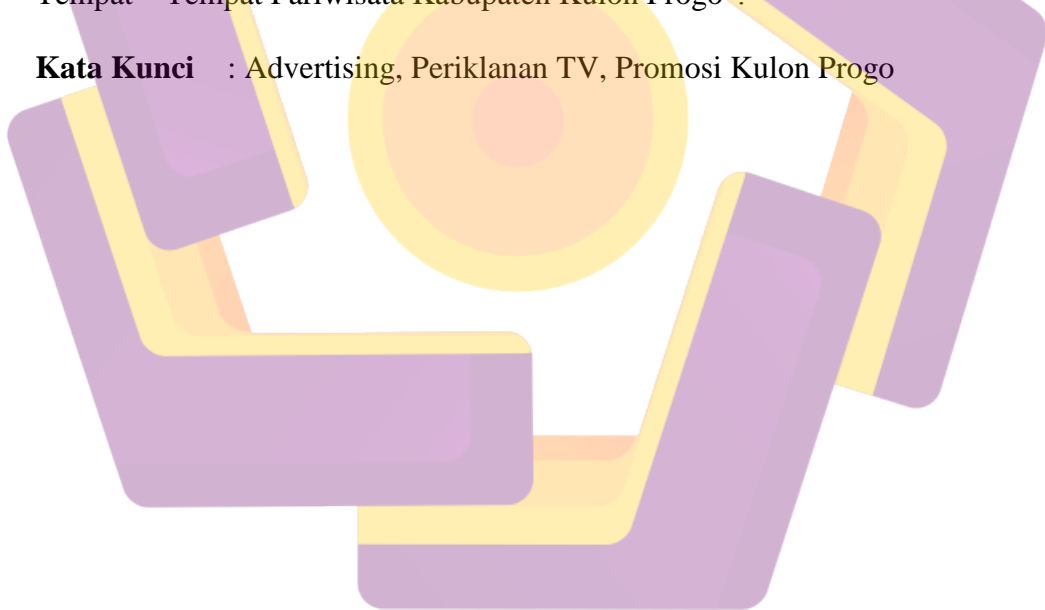
## INTISARI

Sebuah daerah akan lebih dikenal/popular apabila didaerah tersebut banyak terdapat tempat-tempat pariwisata . Untuk itu perlu dilakukan promosi agar pariwisata tersebut dikenal oleh masyarakat luas. Strategi promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara misalnya dengan pembuatan poster, brosur-brosur atau pun dengan pembuatan iklan televisi karena iklan tv sangat efektif sebagai media promosi dan sangat cepat dikenal masyarakat.

Pengertian iklan itu sendiri adalah usaha untuk mempengaruhi orang dalam bentuk tulisan, gambar, suara atau kombinasi dari semuanya itu yang diarahkan pada masyarakat secara luas dan secara tidak langsung.

Dari manfaat yang didapat setelah iklan melalui televisi, peneliti terinspirasi untuk melakukan penelitian terhadap Pariwisata Kabupaten Kulon Progo tetapi jugadengan memperhatikan dan mempertimbangkan strategi periklanan televisi yang tepat,efisien, efektif supaya hasil yang didapat lebih maksimal dan dapat meningkatkan pengunjung pariwisata Kulon Progo.Dari penjabaran tersebut maka peneliti akan meneliti lebih lanjut mengenai perancangan dan pembuatan “Perancangan Iklan TV Untuk Mempromosikan Tempat – Tempat Pariwisata Kabupaten Kulon Progo”.

**Kata Kunci** : Advertising, Periklanan TV, Promosi Kulon Progo



## **ABSTRACT**

*An area will be more known / popular in that region where there are many tourist places. It is necessary for the promotion of tourism that is recognized by the public. Promotion strategy can be done in various ways such as by making of posters, brochures or even the creation of television advertising tv advertising is very effective because the media campaign and very quickly known to the public.*

*Understanding the ad itself was an attempt to influence people in the form of text, images, sound or a combination of all of it directed at the general public and indirectly.*

*Of benefits derived after advertising through television, inspired researchers to conduct research on "Tourism Places Kulon Progo District" but also with attention and consider appropriate strategies television advertising, efficient and effective so that the results are more leverage and increase visitors tourism Kulon Progo. From the explanation is that researchers will further investigate the design and manufacture of "Design of TV Advertising to Promote Tourism Places at Kulon Progo District".*

**Keywords:** *Advertising, TV Advertising, Kulon Progo Promotion*

