

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI SARANAPROMOSI OBYEK
MATA AIRCOKRO (OMAC)**

Studi Kasus: Obyek Mata Air Cokro Tulung Klaten

SKRIPSI



disusun oleh

Javislam Pradipta Putra

13.21.0689

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOMYOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI SARANAPROMOSI OBYEK

MATA AIRCOKRO (OMAC)

Studi Kasus: Obyek Mata Air Cokro Tulung Klaten

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

Javislam Pradipta Putra

13.21.0689

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI SARANA PROMOSI OBYEK
MATA AIR COKRO (OMAC)**

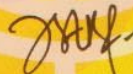
disusun oleh

Javislam Pradipta Putra

13.21.0689

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada tanggal 30 September 2015

Dosen Pembimbing



Yuli Astuti, M.Kom
NIK. 190302146

PENGESAHAN

**SKRIPSI
PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI SARANA PROMOSI OBYEK
MATA AIR COKRO (OMAC)
YOGYAKARTA**

yang disusun oleh

Javislam Pradipta Putra

13.21.0689

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Januari 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Bambang Sudaryatno, Drs, MM
NIK. 190302029

Hartatik, S.T, M. Cs
NIK. 190302232

Yuli Astuti, M.Kom
NIK. 190302146

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 11 Februari 2016

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Drs M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

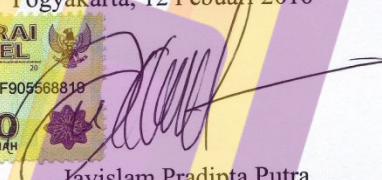
PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan 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 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 dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 12 Febuari 2016




Jarvislam Pradipta Putra
NIM. 13.21.0689

MOTTO

“ Semakin banyak yang kamu berikan maka semakin banyak yang kamu dapatkan “



PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puji syukur kepada sang Maha segala-galanya Allah S.W.T berkat ridha dan kehendakNya lah semua urusan dan rencana yang saya lakukan dapat berjalan dengan baik dan sesuai harapan.

Terima kasih kepada pahlawan hidup saya, Ibuk dan Ayah yang tidak pernah berhenti mensupport apa yang saya rencanakan berkat ridho dan doa yang luar biasanya, beliaulah skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan harapan. Semoga Allah S.W.T. selalu memberikan umur panjang dan sehat selalu.

Terima kasih buat adiku Camelia Linggar Safitri yang selalu menemani disetiap hari-hariku dalam mengerjakan skripsi ini, semoga hasil dari karya yang saya buat dapat bermanfaat bagi orang lain dan di Ridhoi Allah.

Terimakasih buat saudara, sahabat, teman dan orang-orang terdekat saya yang tidak bisa disebut satu-persatu terimakasih atas support yang kalian berikan semoga kalian di beri balasan yang setimpal oleh Allah S.W.T.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulisan Skripsi ini dapat penulis selesaikan.

Pembuatan skripsi ini guna memenuhi persyaratan akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer di STMIK AMIKOM ogyakarta.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, dan juga walaupun Skripsi ini sangat sederhana namun tanpa bantuan dari berbagai pihak tentunya penulis akan mengalami kesulitan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

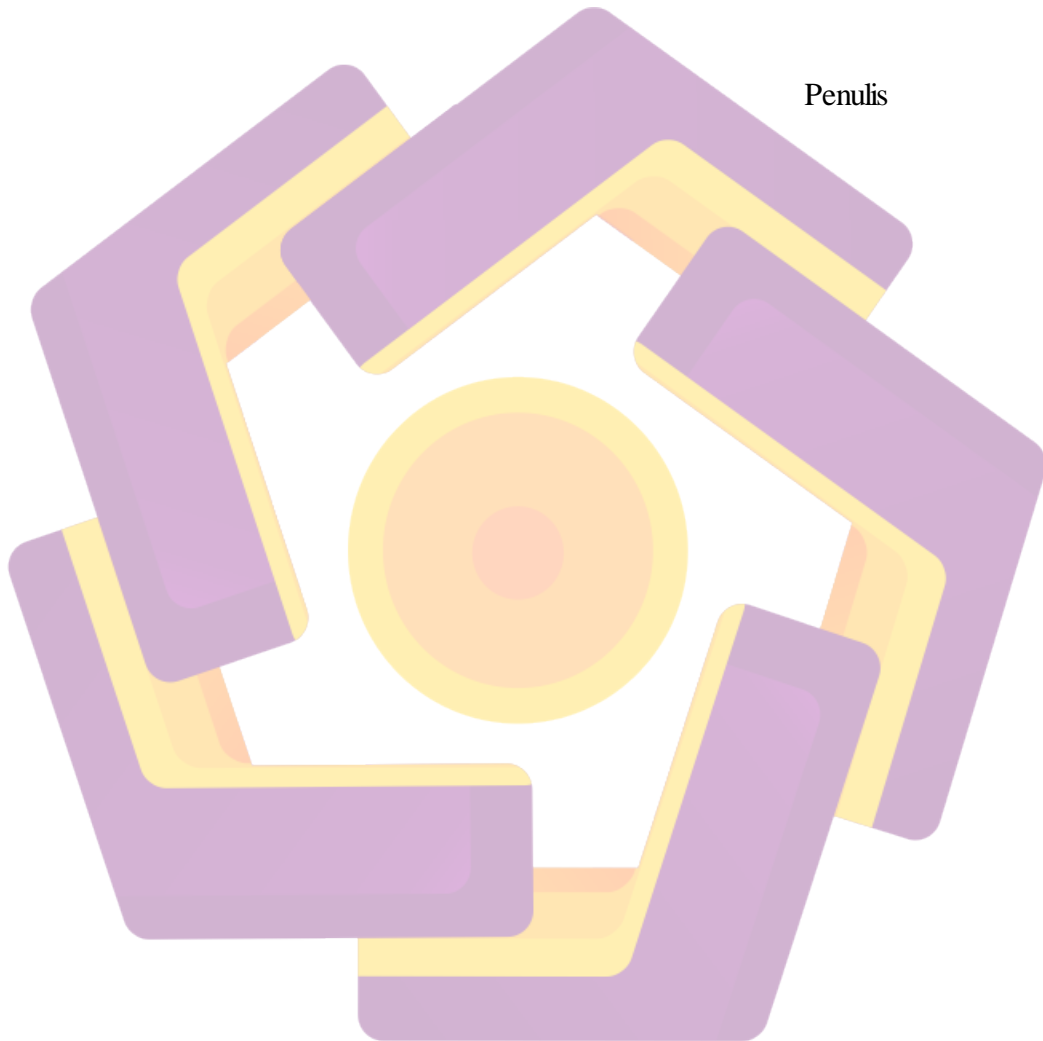
1. M.Suyanto, Prof., Dr., MM. Selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta
2. Yuli Astuti, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran.
3. Segenap staff pengajar STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan kuliah.
4. Orang Tua penulis yang telah memberikan dukungan dan doa
5. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini

Penulis menyadari bahwa pembuatan Skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi

sempurnanya skripsi ini. Namun , penulis tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 9 Juni 2016

Penulis



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I 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
1.6 Metode Pengumpulan Data	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia	9
2.2.1 Pengertian Multimedia	9
2.2.2 Objek-Objek Multimedia	10
2.2.2.1 Teks	10
2.2.2.2 Grafis.....	10
2.2.2.3 Audio.....	10
2.2.2.4 Video	11
2.2.2.5 Animasi.....	11

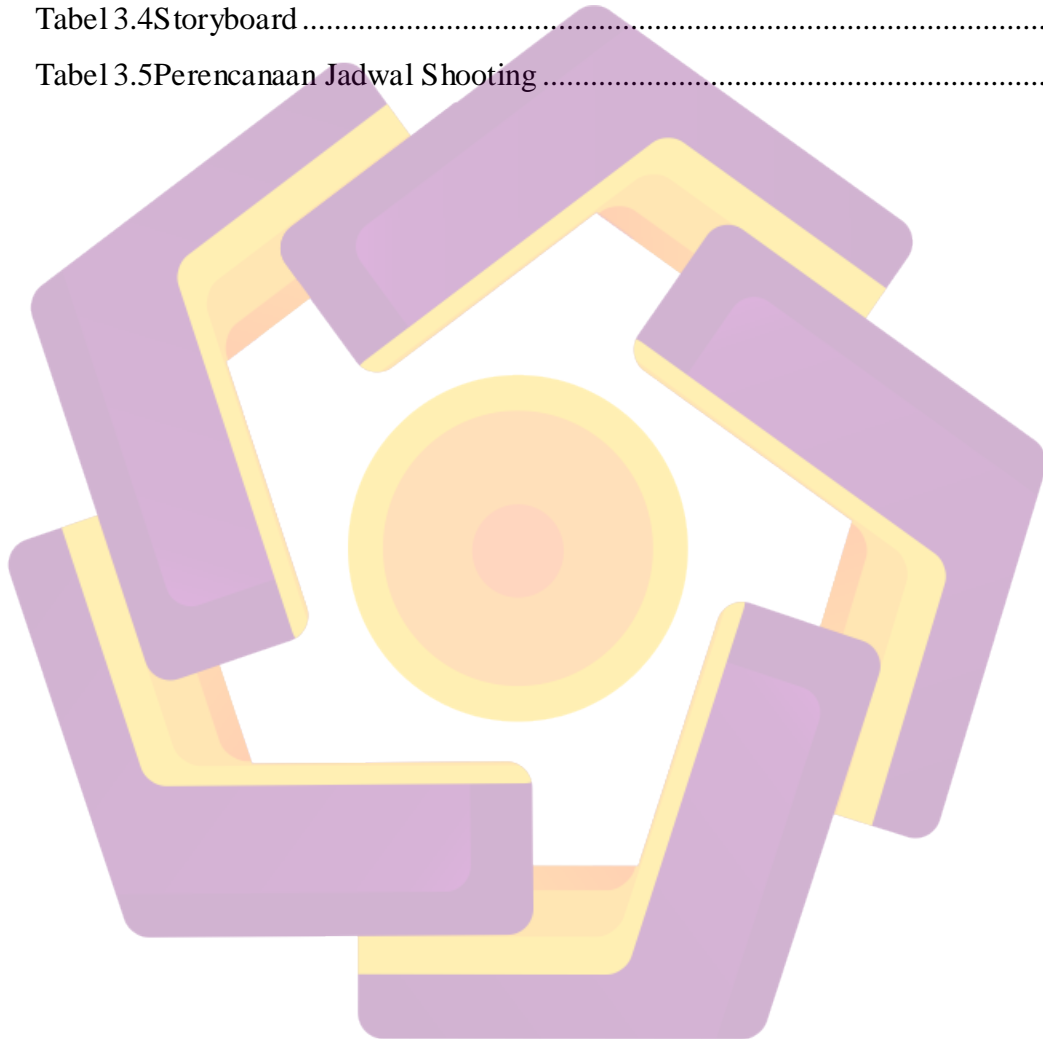
2.1	Konsep Dasar Iklan	11
2.3.1	Pengertian Periklanan.....	11
2.3.2	Jenis-jenis Iklan.....	11
2.3.3	Tujuan Iklan	13
2.3.4	Strategi Perancangan Iklan.....	15
2.2	Perangkat Lunak yang Digunakan.....	19
2.4.1	Adobe Premiere Pro CS6	19
2.4.2	Adobe After Effect CS6.....	20
2.4.3	Adobe Photoshop CS6	21
2.4.4	Adobe Audition CS 6.....	21
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		23
3.1	Tinjauan Umum.....	23
3.1.1	Gambaran Umum Dinas Budparpora Klaten	23
3.1.2	Visi dan Misi Dinas Budparpora Klaten	23
3.1.3	Logo Dinas Budparpora Klaten.....	24
3.1.4	Struktur Organisasi.....	25
3.2	Analisis	25
3.2.1	Definisi Analisis Sistem.....	25
3.2.2	Analisis SWOT Iklan Televisi	26
3.2.1	Analisis Kebutuhan Sistem	30
3.2.2	Analisis Biaya	31
3.3	Perancangan Iklan	32
3.3.1	Rancangan Konsep Iklan.....	32
3.3.2	Rancangan Naskah Iklan.....	32
3.3.3	Rancangan <i>Storyboard</i>	34
3.4	Media Penyampaian	40
3.4.1	Jangkauan Media.....	40
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Implementasi	41
4.2	Produksi.....	41
4.2.1	Editing Animasi.....	41

4.2.1.1	Compositing	41
4.2.2.1	Import file	43
4.2.2.2	Buildup Animation.....	44
4.2.2.3	Breakapart Animation.....	45
4.2.2.4	Position.....	46
4.2.2	Checking.....	48
4.1	Pasca Produksi.....	48
4.3.1	Final Editing.....	48
4.3.2	Uji Kelayakan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		56
5.1	Kesimpulan.....	56
4.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pusataka	8
Tabel 3.1 SWOT Analisis Pada Wisata OMAC	27
Tabel 3.2 Biaya Produksi Pada Wisata	31
Tabel 3.3 Naskah Iklan.....	32
Tabel 3.4 Storyboard	34
Tabel 3.5 Perencanaan Jadwal Shooting	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan Adobe Premiere Pro CS6	20
Gambar 2.2 Adobe After Effect CS6	20
Gambar 2.3 Adobe Photoshop CS6.....	21
Gambar 2.4 Adobe Audition CS6	22
Gambar 3.1 Logo Dinas Budparpora	24
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	25
Gambar 4.1 New Project	42
Gambar 4.2 New Composition.....	42
Gambar 4.3 <i>Composition Setting</i>	43
Gambar 4.4 File Import	44
Gambar 4.5 <i>Select File</i>	44
Gambar 4.6 Buildup Animation.....	45
Gambar 4.7 Breakapart Animation	46
Gambar 4.8 Logo Position	47
Gambar 4.9 Position.....	47
Gambar 4.10 Checking.....	48
Gambar 4.11 New Project	49
Gambar 4.12 New Sequence	50
Gambar 4.13 Import File Adobe Premiere Pro	50
Gambar 4.14 Penyusunan File video.....	51
Gambar 4.15 Penyusunan Backsound	52
Gambar 4.16 Penyusunan Sound Effect.....	52
Gambar 4.17 Penyusunan Voice Over	53
Gambar 4.18 Proses Export Video	54
Gambar 4.19 Export Setting.....	54

INTISARI

Kecamatan Tulung merupakan salah satu Daerah di Kabupaten Klaten dengan memiliki potensi wisata yang cukup baik, terbukti dengan adanya salah satu tempat wisata yang terdapat di Desa Cokro Kecamatan Tulung Kabupaten Tulung, ialah Umbul Ingas. Meskipun dilengkapi oleh berbagai macam fasilitas dan wahana wisata, namun diketahui bahwa jumlah pengunjung pada tahun 2012 ialah 472.571 atau sekitar 38%, dan mengalami penurunan sekitar 3% atau 440.251 yaitu 35% pada tahun 2013 dan pada tahun 2014 jumlah pengunjung masih mengalami penurunan 8% yaitu mencapai 337.442 atau sekitar 27%, maka dari itu perlu dilakukan adanya sebuah periklanan untuk mengenalkan Umbul Ingas kepada masyarakat, diharapkan setelah adanya promosi pengunjung mengalami peningkatan untuk tahun-tahun berikutnya.

Metode pembuatan periklanan untuk mengenalkan Umbul OMAC ini menggunakan model video dengan teknik live shooting dan timelapse, beberapa tahapan diawali dengan gagasan atau konsep perancangan. Kemudian dari gagasan tersebut dilakukan identifikasi data lapangan dan data pustaka selanjutnya di lakukan analisis yang nantinya didapatkan sebuah informasi mengenai data dari objek penelitian. Dari analisis data-data tersebut dilakukan sintesa yang menghasilkan sebuah konsep perancangan. Setelah konsep perancangan selesai maka masuk pada tahapan Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.

Perancangan ini menghasilkan media promosi untuk Obyek Mata Air Cokro dengan berbentuk video iklan. Video iklan dinilai cukup cepat dan informatif dalam menyampaikan informasi sehingga dipilih sebagai media promosi yang tepat untuk wisata air Umbul Ingas Cokro.

Kata-kunci: Media Promosi, Pariwisata, Timelapse.

ABSTRACT

Subdistrict Tulung is one of the regions in Klaten to have a pretty good tourism potential, as evidenced by the presence of one of the tourist attractions are located in the Village District of Tulung Clark Tulung District, is Bannerman Ingas. Although complemented by a wide range of facilities and tourist rides, but it is known that the number of visitors in 2012 was 472 571, or approximately 38%, and decreased approximately 3% or 440 251 ie 35% in 2013 and by 2014 the number of visitors declined by 8% reaching 337 442, or approximately 27%, therefore it is necessary to the existence of a pennant Ingas advertising to introduce to the public, is expected after the promotion of visitors has increased for subsequent years.

Method *for*
making advertising to introduce this Ingas Bannerman menggunakan models with live shooting dan timelapse, several stages beginning with the idea or concept design. Then the idea identification of field data and literature data subsequently undertaken an analysis that will be obtained information about the data of the research object. From the analysis of these data is done synthesis which results in a design concept. Once the concept design stage is completed then entered the Pre-Production, Production and Post Production.

This design produces a media campaign for Obyek Mata Air Cokro with video ads. Video advertising is considered quite fast and informative in conveying information so chosen as the appropriate media campaign for Obyek Mata Air Cokro Bannerman Clark.

Keywords: *Media Promotion, Tourism, Timelapse.*