



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

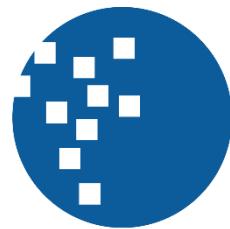
Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**EFEKTIVITAS ADVERGAME DALAM MENINGKATKAN
INTEREST TARGET AUDIENCE UNTUK MENONTON FILM
*LEMBAYUNG BELAKANG HARI***

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Cella Angreni
NIM : 12120210204
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cella Angreni

NIM : 12120210204

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

EFEKTIVITAS ADVERGAME DALAM MENINGKATKAN

INTEREST TARGET AUDIENCE UNTUK MENONTON FILM

LEMBAYUNG BELAKANG HARI

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Tugas Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar Sarjana Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 6 Januari 2016

Cella Angreni

The logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMN) features the letters "UMN" in a bold, black, sans-serif font. The letters are slightly slanted to the right. A thin horizontal line extends from the top of the "U" and the bottom of the "N", connecting them to form a stylized "M" shape.

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**Efektivitas *Advergame* dalam Meningkatkan *Interest* Target Audience untuk
Menonton Film *Lembayung Belakang Hari***

Oleh

Nama : Cella Angreni

NIM : 12120210204

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 18 Maret 2016

Pembimbing

Annita S.Pd., M.F.A.

Pengaji

Ketua Sidang

Mochamad Faisal M.Sn.

Makbul Mubarak S.IP., M.A.

Ketua Program Studi

Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan penulis rahmat, hingga kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini sebagai syarat kelulusan untuk mendapat gelar S.Ds.

Semoga Tugas Akhir dapat dipergunakan sebagai salah satu acuan, petunjuk maupun pedoman bagi pembaca dalam mempromosikan film pendek. Harapan penulis semoga Tugas Akhir ini membantu menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca, sehingga saya dapat memperbaiki bentuk maupun isi Tugas Akhir ini sehingga kedepannya dapat lebih baik. Tugas Akhir ini penulis akui masih banyak kekurangan karena pengalaman yang penulis miliki sangat kurang.

Penulis sangat berterima kasih kepada orang-orang yang telah membantu memberikan penulis inspirasi sehingga laporan tugas akhir ini selesai;

1. Bapak Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi
2. Ibu Ina Listiyani Riyanto, S.Pd., M.A., selaku dosen Sinematografi dan Ibu Annita S.Pd., M.F.A., selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dengan sabar dan selalu membantu penulis dalam menyusun laporan Tugas Akhir

3. Bapak Kus Sudarsono, S.E.,M.Sn., selaku ketua panitia TA – Skripsi 2015-2016, Makbul Mubarak S.IP., M.A., selaku ketua sidang Mochamad Faisal M.Sn., selaku dosen penguji
4. Bapak Hambali Indra dan Ibu Mina, Ibu Yuliana Indra, Veranda Anggraeni, Sansan dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa yang baik secara materi dan verbal
5. Indra Jaya Wangsa, Valentina Arin, Nadya Sarasanti, Galih Wicaksono, Alver Firmaz Susantio, Andeeka A. Rahman, Vonny Kanisius, Muhammad Haekal, Pratomo Nino, Juninho Gesadt, Ardy Pangihutan, , serta seluruh kru yang telah membantu proses produksi film *Lembayung Belakang Hari* yang memberikan banyak pengalaman dan mempercayai penulis untuk memimpin produksi
6. Devon Sulistio, Albert Van Otto dan Thomas Simpson yang telah membantu proses pembuatan *advergame Lembayung Belakang Hari*
7. Rahil Nurlela, Kaningga Janu, Noberta Jeani, Nica Indira, Della Andrian Fransisca, Tarno, Andri Kuncoro, David Christiantho, Melvin Hartanto, Riski Sanderson, selaku sahabat dan keluarga kedua bagi penulis yang telah memberikan semangat dan hiburan bagi penulis dalam menyelesaikan laporan ini.

Tangerang, 6 Januari 2016

Cella Angreni

ABSTRAKSI

Advergame merupakan sebuah produk *game* interaktif yang dibuat untuk kepentingan iklan. Alasan penulis menggunakan *advergame* mempunyai sifat yang interaktif, menarik dan menghibur bagi pengguna sekaligus dapat mempromosikan suatu produk. Dalam melakukan promosi film *Lembayung Belakang Hari*, penulis menggunakan *advergame* sebagai sarana promosi. Laporan ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas *advergame* sebagai media promosi untuk meningkatkan *interest* target *audience* untuk menonton film *Lembayung Belakang Hari*. Sesuai dengan rumusan masalah laporan Tugas Akhir ini yaitu bagaimana *advergame* meningkatkan *interest* target *audience* untuk menonton promosi film *Lembayung Belakang Hari*. Metode penelitian yang penulis lakukan bersifat kuantitatif. Dari *advergame* film *Lembayung Belakang Hari*, tingkatan *interest* target *audience* dapat diukur melalui data kuesioner kemudian, diukur menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Data yang telah diukur, menentukan apakah target *audience* tertarik untuk menonton film *Lembayung Belakang Hari*.

Kata kunci: *Advergame, interest*



ABSTRACT

Advergame is an interactive game product which made for advertise purpose. The reason why the writer use advergame is because it is interactive, interesting, and entertaining for player as well as to promote a product. In the process of making Lembayung Belakang Hari the movie, the writer use advergame as a promotion media. This report purpose to know the effectivity of advergame as a promotion media to increase audience target to watch Lembayung Belakang Hari the movie. According to this final project problem is how advergame can increase the target audience to watch Lembayung Belakang Hari the movie. The research method who the writer do is quantitative. From advergame of Lembayung Belakang Hari the movie, the target's interest level can be quantify through questionnaire, it measured using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The data that has been measured determine whether the audience target get interested to watch Lembayung Belakang Hari the movie.

Keywords : Advergame , interest.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	IV
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan dari Tugas Akhir	2
1.5. Manfaat Tugas Akhir	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1. Promosi	4
2.2. AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).....	4
2.3. Advertising	5
2.3.1. Komunikasi Periklanan	6

2.3.2. Jenis Media Periklanan	6
2.3.3. Efektivitas Media Periklanan	7
2.4. <i>Advergame</i>	9
2.4.1. Faktor Keberhasilan <i>Advergame</i>	9
BAB III METODOLOGI.....	11
3.1. Gambaran Umum.....	11
3.1.1. Sinopsis	12
3.1.2. Posisi Penulis	12
3.1.3. Peralatan.....	12
3.2. Tahapan Kerja	13
BAB IV ANALISIS	15
4.1. <i>Advergame</i>	15
4.2. Kuesioner Sebelum Memainkan <i>Advergame</i>	18
4.3. Kuesioner Setelah Memainkan <i>Advergame</i>	22
BAB V PENUTUP	29
5.1. Kesimpulan	29
5.2. Saran.....	29
DAFTAR PUSTAKA	31

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. <i>Frequency Promosi</i>	19
Tabel 4.2. <i>Frequency Promosi Game</i>	20
Tabel 4.3. <i>Frequency Game</i>	21
Tabel 4.4. <i>Frequency “Menarik”</i>	23
Tabel 4.5. <i>Frequency “Nonton”</i>	23
Tabel 4.6. <i>Crosstabulation Menarik dan Nonton</i>	24
Tabel 4.7. <i>Frequency “Sex”</i>	25
Tabel 4.8. <i>Frequency “Nonton”</i>	26
Tabel 4.9. <i>Crosstabulation Sex dan Nonton</i>	26
Tabel 4.10. <i>Frequency “Umur”</i>	27
Tabel 4.11. <i>Frequency “Nonton”</i>	27
Tabel 4.12. <i>Crosstabulation Umur dan Nonton</i>	28



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: *BEFORE DATA*..... XXXIII

LAMPIRAN B: *AFTER DATA*..... XXXVI

