

**.PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI IVY COFFEE YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**disusun oleh**

**Heni Yulianti**

**16.12.9400**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2021**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI IVY COFFEE YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Mencapai gelar Sarjana  
Pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

**Heni Yulianti**

**16.12.9400**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2021**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI IVY COFFEE YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**HENI YULIANTI**

**16.12.9400**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 23 September 2021

**Dosen Pembimbing,**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**  
**NIK. 190302215**

## **PENGESAHAN**

### **SKRIPSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Heni Yulianti**

**16.12.9400**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 September 2021

#### **Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

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

**Rifda Faticha Alfa Aziza, S.Kom., M.Kom**  
**NIK. 190302392**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**  
**NIK. 190302215**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 23 September 2021

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

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

## 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 instansi pendidikan tinggi maupun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dicantumkan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

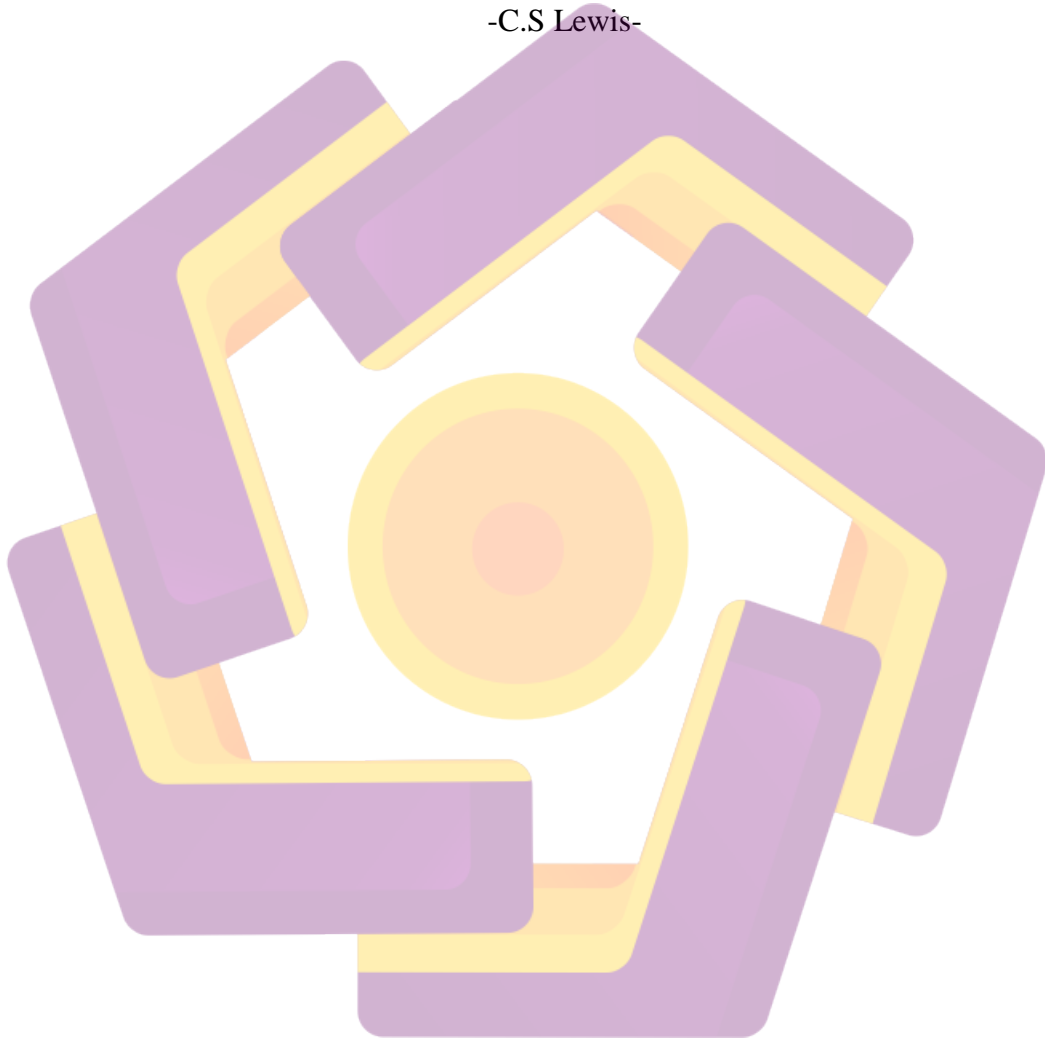
Yogyakarta, 28 September 2021

Heni Yulianti  
NIM. 16.12.9400

## MOTTO

“Kamu tidak bisa kembali dan mengubah awal saat kamu memulainya, tapi kamu bisa memulainya lagi dari di mana kamu berada dan ubah akhirnya.”

-C.S Lewis-



## PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan ridho Nya yang telah memberikan kesehatan,kekuatan, dan kelancaran. Atas segala karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Selain itu saya berterima kasih kepada orang-orang yang sangat berarti dalam proses pembuatan skripsi ini :

1. Orang tua saya, Bapak Tria Yulianto dan Mama Tri Heppi Wahyuni yang telah memberikan dukungan dan semangat moral, spriritual serta material yang tak ternilai harganya.
2. Mbah Uti, Mbah Kung dan Adik Septiyo Wahyudi yang sudah memberikan doa serta dukungan.
3. Dosen pembimbing saya, Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Nostrovia geng yang selalu ada dan selalu menyemangati pengerjaan skripsi.
5. Sahabat saya Fitriani yang sudah menyemangati dari jauh dan selalu mendengarkan curhatan-curhatan apapun.
6. Orang terdekat yang telah mendukung dan menyemangati dalam proses pembuatan skripsi ini.
7. Teman-teman yang membantu dalam proses produksi Oscar, Thoni, Wisnu, Dedek dan Fania.
8. Teman-teman SI07 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, sangat memotivasi dan mendukung saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wata'ala atas segala limpahan rahmat dan ridho Nya yang memberikan kesehatan, kelancaran, kemudahan, ketangguhan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Instagram Sebagai Media Promosi IVY Coffee Yogyakarta".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan di Program Strata 1 Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Banyak pihak yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Risqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu arahan selama bimbingan untuk menyelesaikan skripsi.
3. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat bagi saya kedepannya.
4. Teman-teman SI07 yang telah menemani selama perkuliahan dan memberikan kenangan yang tidak akan terlupakan.

Penulis juga memohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 28 September 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

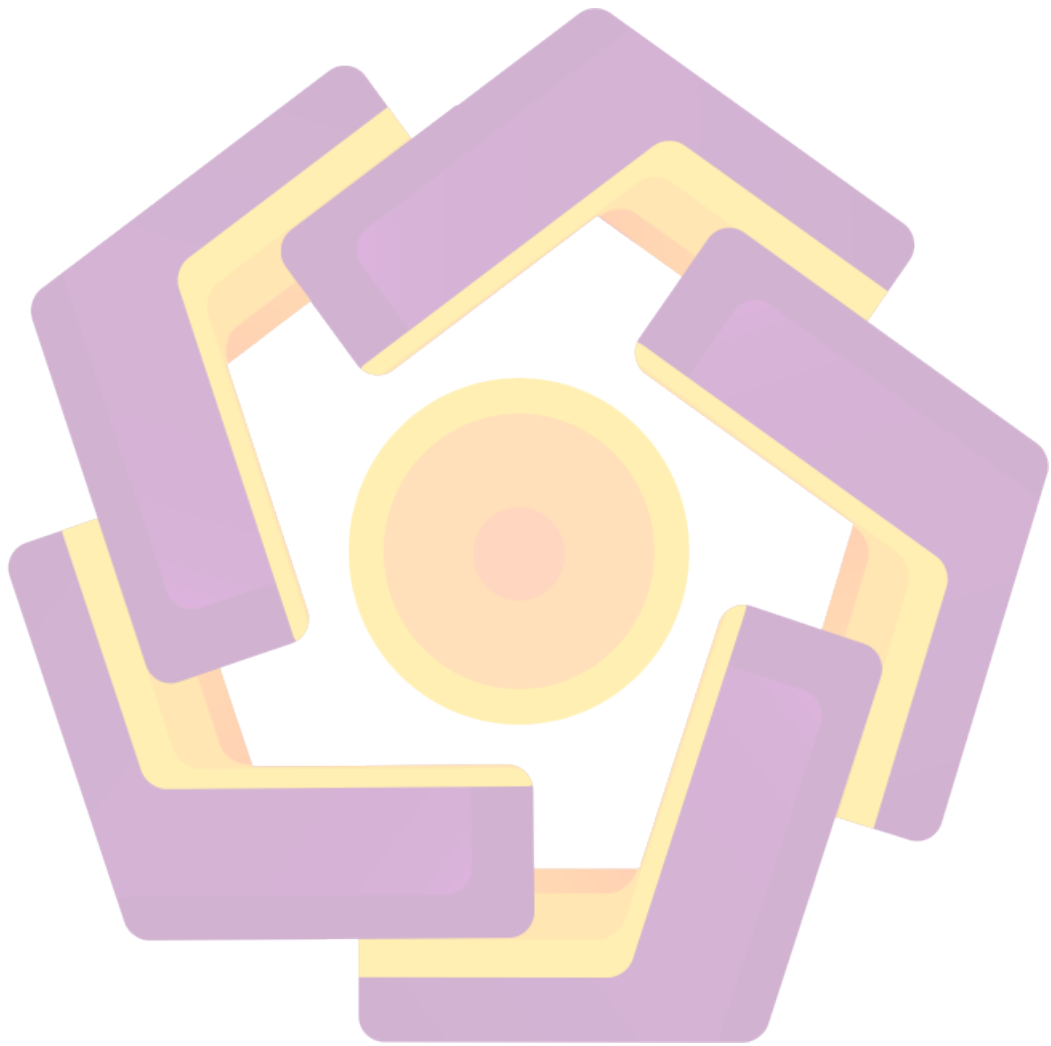
<b>COVER</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>INTISARI</b> .....	xvi
<b>ABSTRACT</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	2
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	2
<b>1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian</b> .....	2
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	4
<b>1.6 Metode Penelitian</b> .....	4
<b>1.6.1. Metode Pengumpulan Data</b> .....	4
<b>1.6.1.1 Metode Observasi</b> .....	4
<b>1.6.1.2 Metode Wawancara</b> .....	4

1.6.1.3	Metode Studi Pustaka .....	5
1.6.2.	Metode Analisis .....	5
1.6.3.	Metode Perancangan .....	5
1.6.4.	Metode Testing .....	5
1.7	Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1.	Tinjauan Pustaka .....	7
2.2.	Multimedia .....	12
2.2.1.	Definisi Multimedia.....	12
2.2.2.	Elemen Multimedia.....	12
2.2.2.1.	Teks .....	12
2.2.2.2.	Gambar .....	12
2.3.	Konsep Dasar Video.....	14
2.3.1.	Definisi Video.....	14
2.3.2.	Live Shot .....	14
2.3.3.	Motion Graphic .....	14
2.4.	Konsep Dasar Iklan.....	15
2.4.1.	Definisi Iklan .....	15
2.4.2.	Fungsi dan Tujuan Iklan.....	15
2.4.2.1.	Fungsi Iklan .....	15
2.4.2.2.	Tujuan Iklan.....	16
2.4.2.3.	Spesifikasi Video Iklan Instagram.....	16
2.5.	Ukuran, Sudut dan Gerakan Kamera.....	17
2.5.1.	Ukuran Pengambilan Gambar .....	17
2.5.1.1.	Close Up (CU).....	17

2.5.1.2. Extreme Close Up (ECU) .....	17
2.5.1.3. Medium Shot (MS).....	17
2.5.1.4. Medium Close Up (MCU).....	17
2.5.1.5. Long Shot (LS) .....	17
2.5.1.6. Very Wide Shoot (VWS).....	17
<b>2.5.2. Sudut Kamera .....</b>	<b>18</b>
2.5.2.1. Eye Level.....	18
2.5.2.2. High Angle .....	18
2.5.2.3. Low Angle .....	18
<b>2.5.3. Gerakan Kamera.....</b>	<b>18</b>
2.5.3.1 Zooming (In/Out) .....	18
2.5.3.2 Panning (Left/Right) .....	18
2.5.3.3 Tilting (Up/Down) .....	18
2.5.3.4 Follow .....	19
<b>2.6. Memproduksi Iklan.....</b>	<b>19</b>
2.6.1. Tahapan Pra Produksi.....	19
2.6.1.1. Pencarian Dan Penemuan Ide.....	19
2.6.1.2. Pembuatan Sinopsis .....	19
2.6.1.3. Storyboard .....	19
2.6.1.4.Naskah.....	20
2.6.2. Tahapan Produksi.....	21
2.6.3. Tahapan Pasca Produksi .....	22
<b>2.7. Metode Analisis.....</b>	<b>22</b>
2.7.1. Analisis SWOT .....	22
2.7.1.1. Kekuatan (Strenghts).....	22

2.7.1.2. Kelemahan (Weakness) .....	22
2.7.1.3. Peluang (Opportunities) .....	23
2.7.1.4. Ancaman (Threats) .....	23
2.8. Kuisisioner .....	23
2.9. Sampel dan Penentuan Besar Sampel .....	23
2.10. Skala Likert.....	24
2.10.1. Menentukan Interval .....	25
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Tinjauan Umum .....	27
3.1.1 Tentang Ivy Coffee .....	27
3.2. Pengumpulan Data.....	27
3.2.1 Wawancara .....	28
3.2.2 Metode Observasi.....	28
3.3. Analisis Masalah .....	28
3.3.1. Analisis SWOT .....	28
3.3.2. Kelemahan .....	31
3.3.3. Solusi Yang Ditawarkan.....	31
3.3.4. Solusi Yang Dipilih.....	31
3.3.2. Analisis Kebutuhan Fungsional .....	32
3.4. Tahapan Pra Produksi.....	33
3.4.3 Rancangan Storyboard.....	34
3.4.4. Rancangan Naskah Iklan .....	39
3.4.5. Planning .....	42
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Produksi .....	44

4.1.1. Shooting.....	44
4.2. Pasca Produksi .....	44
4.2.1. Import Video .....	45
4.2.2. Editing Video .....	45
4.2.3. Color Correction .....	46
4.2.4. Desain .....	47
4.2.5. Compositing.....	47
4.2.6. Editing Motion Graphic .....	48
4.2.7. Import Audio .....	49
4.3 Rendering.....	49
4.4. Pembahasan .....	50
4.4.1 Rivew Testing .....	50
4.4.2. Alpha Testing.....	50
4.4.3. Beta Testing .....	54
4.4.4. Kuisisioner Pengujian.....	54
4.4.5. Perhitungan Skala Likert .....	57
4.5. Media Placement .....	58
4.6. Penayangan.....	60
4.6.1. Penyerahan .....	60
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2. Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN.....	65



## DAFTAR TABEL

Tabel 2 . 1 Tabel Perbandingan Jurnal.....	8
Tabel 3. 1 Matrix SWOT .....	29
Tabel 3. 2 Kebutuhan Alat Produksi.....	32
Tabel 3. 3 Kebutuhan Perangkat Keras.....	32
Tabel 3. 4 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	33
Tabel 3. 5 Sumber Daya Manusia.....	33
Tabel 3. 6 Storyboard.....	34
Tabel 3. 7 Naskah Iklan .....	39
Tabel 3. 8 Jadwal Scheduling .....	43
Tabel 4. 1 Alpha Testing.....	50
Tabel 4. 2 Beta Testing .....	54
Tabel 4. 3 Aspek Informasi.....	55
Tabel 4. 4 Aspek Multimedia.....	56
Tabel 4. 5 Skor Skala Likert .....	56
Tabel 4. 6 Presentase Nilai.....	57
Tabel 4. 7 Perhitungan Skala Likert Aspek Informasi.....	57
Tabel 4. 8 Perhitungan Skala Likert Aspek Mulmedia.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Storyboard .....	20
Gambar 2. 2 Naskah .....	21
Gambar 3. 1 Logo Ivy Coffee .....	27
Gambar 4. 1 Proses Pengambilan Gambar.....	44
Gambar 4. 2 Import File Video .....	45
Gambar 4. 3 Proses Penggabungan Video .....	46
Gambar 4. 4 Proses Pemberian Warna pada Video .....	46
Gambar 4. 5 Sebelum dan Sesudah.....	47
Gambar 4. 6 Desain Logo dan Bumper.....	47
Gambar 4. 7 Compositing .....	48
Gambar 4. 8 Animasi .....	48
Gambar 4. 9 Render Menggunakan Media Encoder.....	49
Gambar 4. 10 Format Render.....	50
Gambar 4. 11 Target Market.....	59
Gambar 4. 12 Anggaran dan Durasi Placement .....	59
Gambar 4. 13 Insight.....	59
Gambar 4. 14 Media Instagram.....	60
Gambar 4. 15 Penyerahan Ke Pihak Ivy Coffee .....	60



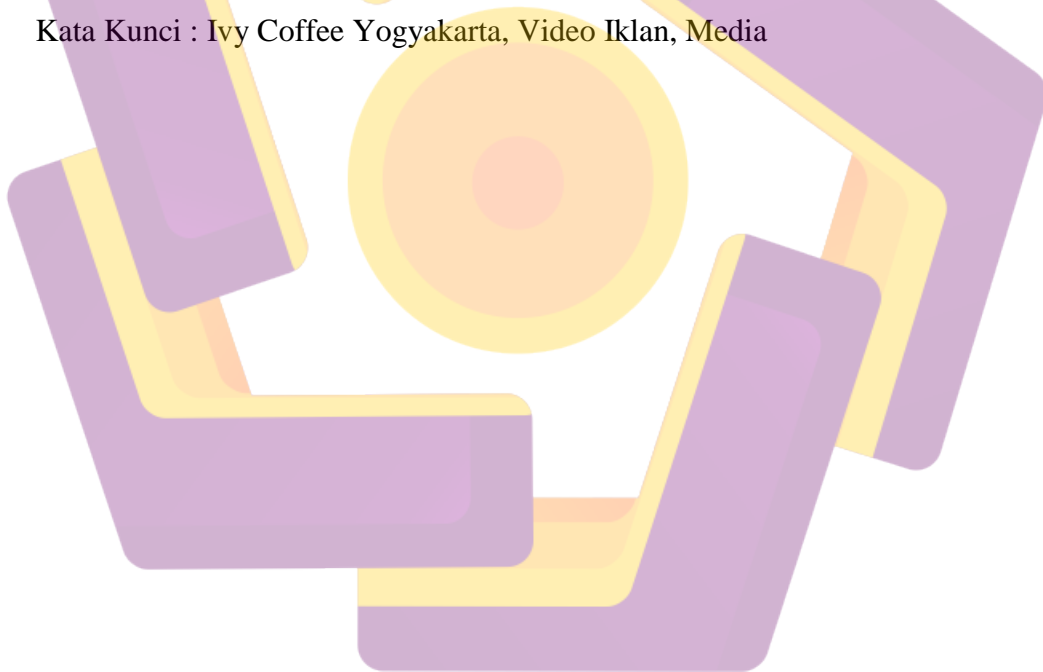
## INTISARI

IVY Coffee Yogyakarta merupakan coffee shop yang berada di Yogyakarta, Jl. Sidomukti, Tiyosan, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. IVY Coffee Yogyakarta berdiri sejak bulan Juli 2017.

IVY Coffee Yogyakarta memiliki konsep Vintage dengan menu andalan beraneka ragam seperti croissant, red velvet, blackforest dan berbagai macam menu minuman Coffee, Chocolate, Milk Shake, dan Squash . IVY Coffee memiliki fasilitas free wifi, booking party dan barbeque party.

Video Iklan adalah salah satu media informasi yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan reputasi Ivy Coffee Yogyakarta. Dalam pembuatannya video iklan ini dibuat dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic. Melalui media promosi ini video iklan Ivy Coffee Yogyakarta akan dipublikasikan dengan tujuan untuk lebih dikenal dan dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.

Kata Kunci : Ivy Coffee Yogyakarta, Video Iklan, Media



## **ABSTRACT**

*IVY Coffee Yogyakarta is a coffee shop located at Yogyakarta, Jl. Sidomukti, Tiyosan, Condongcatur, Kec. Depok, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta. It was officially running as a coffee shop in July 2017.*

*IVY Coffee Yogyakarta served a Vintage concept with its favorite signature menu such as croissants, red velvet, blackforest and a variety of Coffee, Chocolate, Milk Shake, also Squash drink menus. IVY Coffee provided free wifi facilities, booking parties and barbecue parties.*

*Advertising Video is one of the information media that can be used to improve the reputation of Ivy Coffee Yogyakarta. In the making of this ad video, it was made using live shoot techniques and motion graphics. Through this promotional media, Ivy Coffee Yogyakarta's advertising videos will be published with the aim of being better known and able to compete with its competitors.*

*Keywords : Ivy Coffee Yogyakarta, Advertising Video, Media*

