

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM CIPTO MURTI**

SKRIPSI



disusun oleh

Noverico Eka Kurniawan

18.12.0662

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA
2022**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM CIPTO
MURTI**

SKRIPSI

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



disusun oleh

Noverico Eka Kurniawan

18.12.0662

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM CIPTO MURTI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Noverico Eka Kurniawan

18.12.0662

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 9 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

Bernadhed M. Kom

NIK : 190302216

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM CIPTO MURTI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Noverico Eka Kurniawan

18.12.0662

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 19 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Bhanu Sri Nugraha, M.Kom

NIK : 190302164

Bernadhed, M.Kom

NIK : 190302243

Bayu Setiaji, M.Kom

NIK : 190302216

Tanda Tangan

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 19 Agustus 2022

DEKAN UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

Hanif Al fatta, S.Kom., M.Kom.

NIK. 190302096

PERNYATAAN

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 sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis 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, 17 Agustus 2022

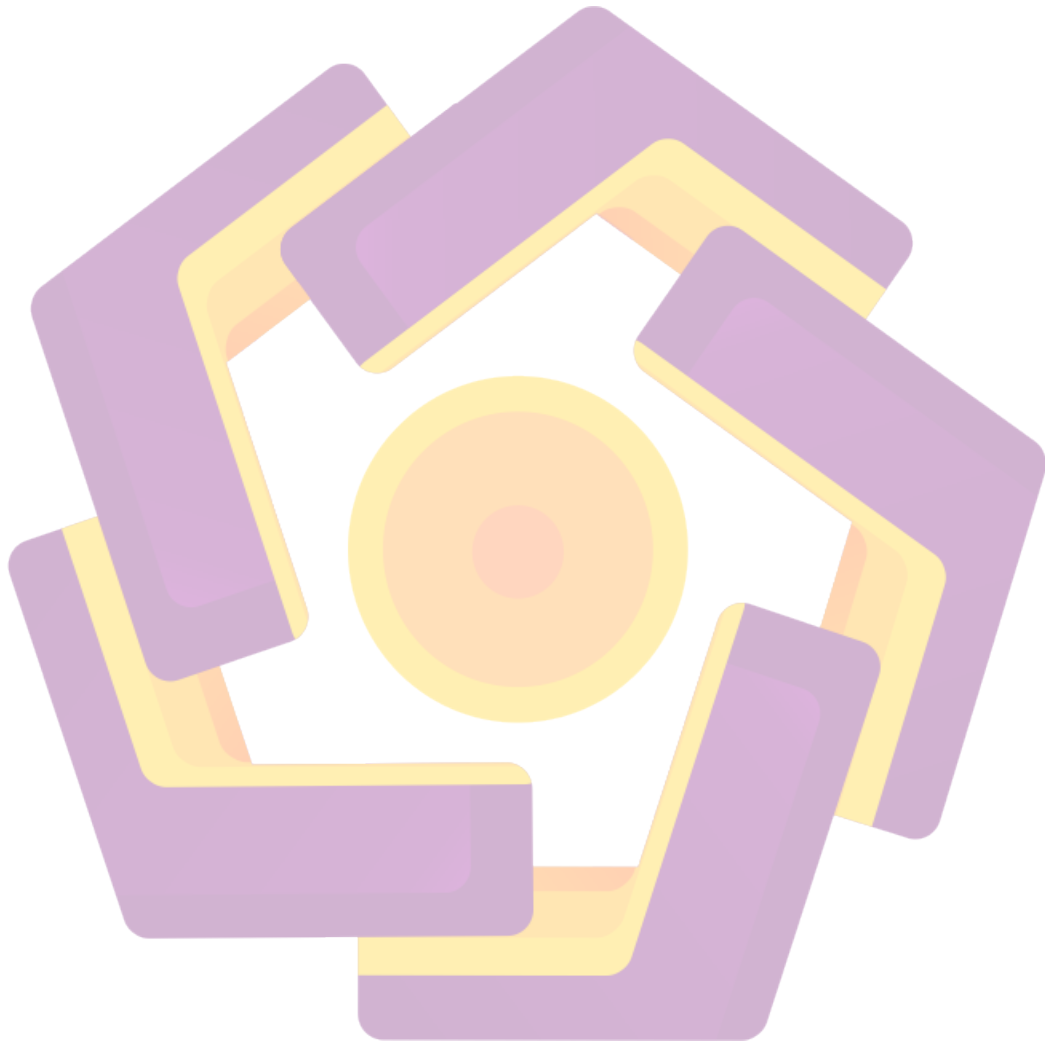


Noverico Eka Kurniawan

18.12.0662

MOTTO

“Kaulah tokoh utama dalam hidupmu sendiri”



PERSEMBAHAAN

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah, syukur yang tidak terhingga atas nikmat dan karunia Allah kepada hambanya. Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Allah Subhanahu wata'ala yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia nya, Serta dilancarkan dan diberikan kemudahan dalam segala urusan yang penulis hadapi, terutama dalam proses penyampaian naskah skripsi ini . sehingga pembuatan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya yang tiada henti-hentinya mendoakan, memberikan dukungan, melimpahkan rasa kasih dan sayang, pengertian, perhatian, memberikan kesabaran yang cukup besar, selalu memberikan nasehat, memberikan motivasi, serta dukungan moral dan materi yang tak bisa terbalaskan, tanpa mereka saya bukan lah apa-apa.
3. Bernadber, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan semangat, motivikasi, bimbingan, arahan, kritik dan saran selama proses penyusunan hingga penyelesaian naskah skripsi ini.
4. Seluruh teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan kepada saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada tuhan yang maha esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Analisis dan Perancangan Iklan Instagran Sebagai Media Iklan Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm Cipto Murti”. Tugas akhir ini merupakan salah satu mata kuliah wajib dan sebagai syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana computer program studi Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis baik selama penelitian maupun saat mengerjakan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada :

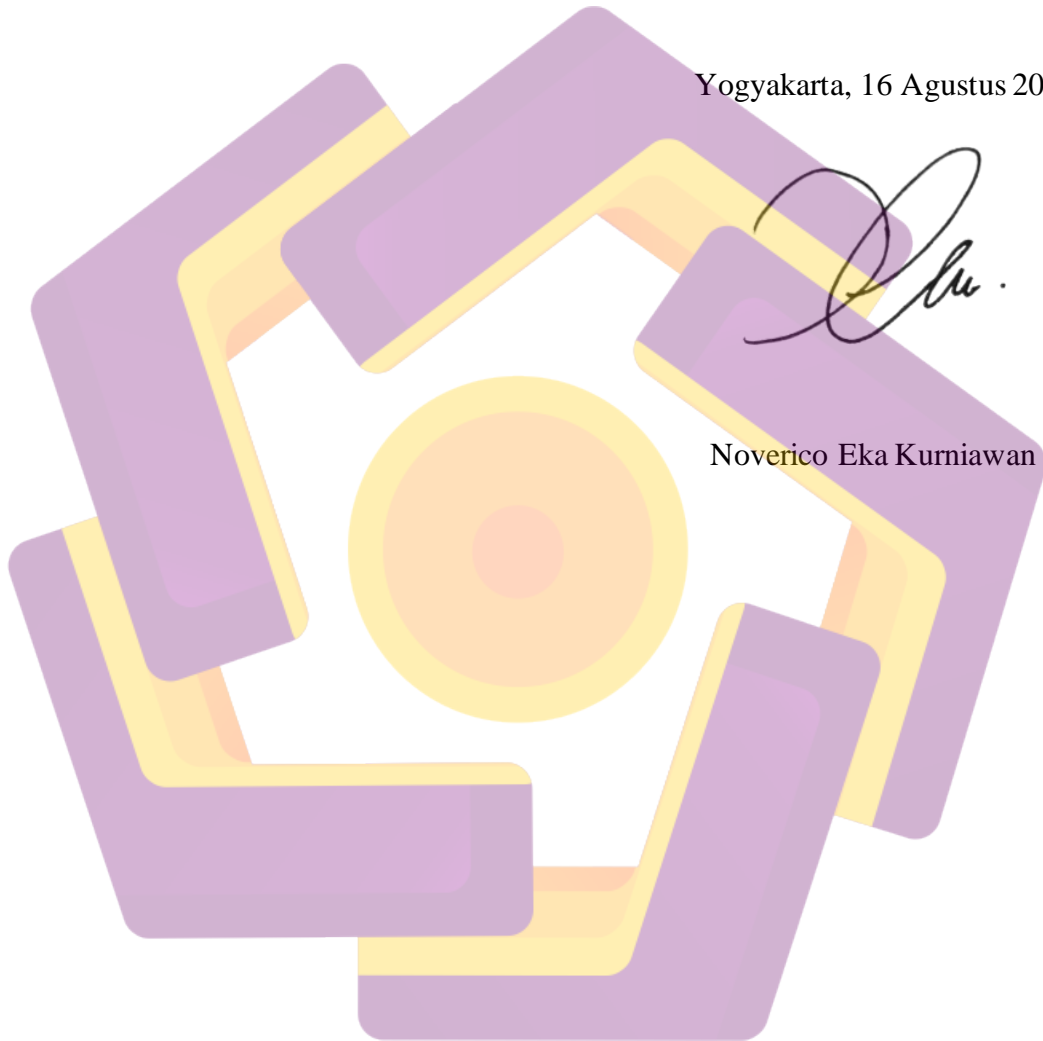
1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas Amikom .
2. Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom, Selaku Dekan Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Anggit Dwi Hartanto, M.Kom, selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bety Wulan Sari, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing tugas akhir, atas bimbingan, waktu, dan saran yang diberikan kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Universitas Amikom Yogyakarta atas ilmu yang telah diberikan semasa kuliah dan sangat membantu penulis dalam mengerjakan tugas akhir.
6. Orang tua, Benowo Aje dan Ayjien, serta keluarga yang telah memberikan dukungan berupa spiritual dan material.
7. Teman-teman System Informasi kelas 02 angkatan 2018 Amikom Yogyakarta, terima kasih atas semangat, dukungan, dan perjuangan bersama yang telah teman-teman berikan selama ini kita berjuang di Universitas Amikom Yogyakarta.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian dan pengerjaan tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam laporan tugas akhir ini. Saran dan kritik sangat diharapkan untuk hasil yang lebih baik di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap tulisan ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan wawasan pembaca.

Yogyakarta, 16 Agustus 2022



Noverico Eka Kurniawan



DAFTAR ISI

JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRAC	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis.....	4
1.6.3 Metode Perancangan	4
1.6.4 Metode Evaluasi.....	4
1.6.5 Metode Implementasi.....	5

1.7	Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI		7
2.1	Tinjauan Pustaka	7
2.2	Konsep Dasar Multimedia	11
2.2.1	Elemen Multimedia	11
2.2.2	Pengertian Video.....	13
2.3	Pengertian iklan	13
2.3.1	Jenis Iklan.....	13
2.3.2	Penetapan Tujuan periklanan	15
2.3.3	fungsi iklan	15
2.4	Pengertian media	15
2.5	Pengertian pengambilan Gambar (Shot)	15
2.5.1	Pengertian A-Roll dan B-roll	18
2.5.2	Pengertian sudut Pengambilan Gambar (Camera Angle)	19
2.5.3	Pengertian ukuran Gambar (Frame Size).....	22
2.5.4	<i>Camera Moving</i> (Gerakan Kamera)	24
2.6	Analisis Masalah	27
2.6.1	Analisis SWOT	27
2.6.2	Analisis Kebutuhan Sistem	28
2.7	Tahapan produksi	28
2.7.1	Pra Produksi	29
2.7.2	Produksi.....	30
2.7.3	Pasca Produksi.....	31
2.8	Evaluasi	32
2.8.1	Skala Likert	33

2.8.2	Menentukan Interval	34
2.8.3	Rumus Persentase.....	35
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		36
3.1	Gambaran Umum Perusahaan	36
3.1.1	Deskripsi Sambal Cipto Murti.....	36
3.1.2	Visi dan Misi Sambal Cipto Murti	37
3.2	Pengumpulan Data.....	37
3.2.1	Wawancara	37
3.2.2	Observasi.....	38
3.3	Analisis Permasalahan	40
3.3.1	Analisis SWOT	40
3.3.2	Solusi.....	41
3.4	Nalisis Kebutuhan	41
3.4.1	Kebutuhan fungsional	41
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	42
3.5	Pra Produksi.....	45
3.5.1	Rancangan Konsep.....	45
3.5.2	Naskah.....	45
3.5.3	Storyboard	47
3.5.4	Anggaran Biaya.....	50
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Produksi.....	52
4.1.1	Pengambilan Gambar	52
4.1.2	Pengambilan Voice Over	56
4.2	Pasca Produksi.....	56

4.2.1	Compositing	56
4.2.2	Editing.....	58
4.2.3	Rendering	63
4.3	Evaluasi	64
4.3.1	Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir	65
4.3.2	Pengujian Beta.....	66
4.4	Implementasi	72
4.4.1	Penyerahan Video	72
4.4.2	Mengunggah iklan ke Media Sosial	73
BAB V PENUTUP.....		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN.....		80

DAFTAR TABEL

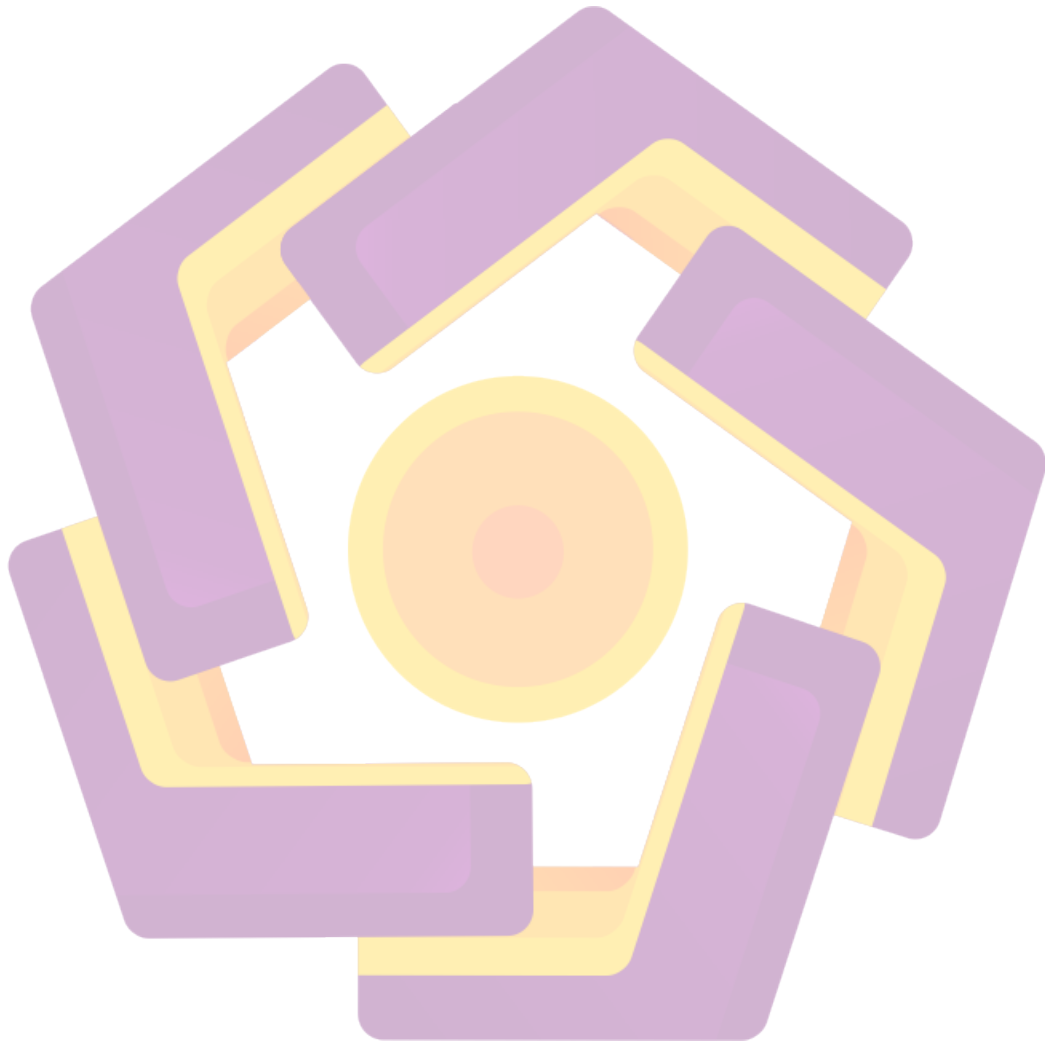
Tabel 2. 1 Perbandingan Refrensi	8
Tabel 2. 2 Skala Jawaban	33
Tabel 2. 3 Interval Tingkat Intensitas Skala Likert	34
Tabel 3. 1 Peralatan produksi	42
Tabel 3. 2 Peralatan pasca produksi	42
Tabel 3. 3 Kebutuhan Software.....	43
Tabel 3. 4 Kebutuhan Brainware.....	44
Tabel 3. 5 Naskah	45
Tabel 3. 6 Storyboard	47
Tabel 3. 7 Anggaran Biaya.....	50
Tabel 4. 1 Penyesuaian Kebutuhan Pengambilan Gambar	52
Tabel 4. 2 Elemen Tambahan	59
Tabel 4. 3 Evaluasi Kebutuhan Fungsional.....	65
Tabel 4. 4 Pengujian Aspek Tampilan	67
Tabel 4. 5 Pengujian Aspek Informasi	68
Tabel 4. 6 Kategori Skor/Bobot Kuesioner	69
Tabel 4. 7 Presentase Skor Jawaban Kuesioner	69
Tabel 4. 8 Perhitungan Kuesioner Aspek Tampilan	70
Tabel 4. 9 Penghitungan Kuesioner Aspek Informasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lima Elemen Multimedia.....	12
Gambar 2. 2 Medium Shot	17
Gambar 2. 3 Full Shot	17
Gambar 2. 4 Long Shot	18
Gambar 2. 5 Bird View	20
Gambar 2. 6 High Angle	20
Gambar 2. 7 Low Angel.....	21
Gambar 2. 8 Eye Level.....	21
Gambar 2. 9 Frog Eye	22
Gambar 2. 10 Extreme Close Up	22
Gambar 2. 11 Big Close Up	23
Gambar 2. 12 Close Up	23
Gambar 2. 13 Medium Close Up	24
Gambar 2. 14 Zoom In dan Zoom Out.....	24
Gambar 2. 15 Panning	25
Gambar 2. 16 Tilting	25
Gambar 2. 17 Dolly Shot.....	26
Gambar 2. 18 Follow Shot	26
Gambar 2. 19 Crane Shot	27
Gambar 3. 1 Logo Cipto Murti.....	37
Gambar 3. 2 Google Bisnis	39
Gambar 3. 3 Profil Instagram Cipto Murti	39
Gambar 4. 1 Tampilan Voice Over	56
Gambar 4. 2 Tampilan Footage 3 Layer	57
Gambar 4. 3 Tampilan Setting Effect.....	57
Gambar 4. 4 Tampilan Awal New Project	58
Gambar 4. 5 Tampilan File Yang Telah Diimport	59
Gambar 4. 6 Tampilan Timeline	59
Gambar 4. 7 Tampilan Cara Mengexport.....	63
Gambar 4. 8 Tampilan Pengaturan Rendering Premier Pro 2019.....	64

Gambar 4. 9 Penyerahan Video.....73

Gambar 4. 10 Mengunggah Iklan Ke Media Sosial.....74



INTISARI

Seiring berkembangnya teknologi di Indonesia, secara tidak sadar masyarakat sudah mempunyai ketergantungan terhadap smartphone untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dari melihat berita, memesan transportasi sampai membeli makanan semua dapat dengan mudah diakses, sehingga peluang ini dapat dimanfaatkan UMKM di Indonesia untuk dapat memasarkan produknya lebih luas, cepat dan praktis, salah satunya menggunakan sarana media sosial iklan Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan iklan digital marketing Cipto murti yang bergerak dalam bidang kuliner, agar dapat dikenal masyarakat luas, yang nantinya diharapkan bisa menjadi peluang bisnis Cipto murti kedepannya. Untuk metode analisis yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan analisa SWOT,

Hasil akhir dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang digital marketing khususnya Instagram ads untuk dapat mengembangkan UMKM Cipto murti dan memberikan gambaran yang tepat mengenai efek iklan Instagram terhadap pengunjung.

Kata kunci: Digital marketing, Iklan Instagram, UMKM

ABSTRAC

As the information technology grows in Indonesia, unconsciously people become addicted to use smartphone to fulfill their daily needs, from watching news, get transportation until buying foods all easily accessible, this opportunity utilizes by MSME (Micro, small and Medium Enterprises) in Indonesia to sell their product wider, faster, and more practical, for example is using social media with Instagram ads feature.

The goal of this research is to apply the digital marketing ads Cipto murti that runs in culinary field, in order to introduce to society, later it can be a business opportunity for Cipto murti in the future. For the analytical method used is the qualitative method with interview, questionnaire, documentation, and SWOT analyze.

The result of this research is hopefully can give the knowledge of digital marketing, specifically Instagram ads to elevate MSME Cipto murti and give an accurate idea about the effects of Instagram ads for the customers.

Keywords: *Digital marketing, Instagram ads, MSME*