

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA  
WISANGGENI COFFEE**

**SKRIPSI**



**disusun oleh  
Yuda Eko Saputra  
14.12.8247**

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

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA  
WISANGGENI COFFEE**

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Yuda Eko Saputra**

**14.12.8247**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA  
WISANGGENI COFFEE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**YUDA EKO SAPUTRA  
14.12.8247**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 21 Juni 2019

**Dosen Pembimbing,**

**Ainul Yaqin, M.Kom  
NIK. 190302255**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM PADA**  
**WISANGGENI COFFEE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**YUDA EKO SAPUTRA**  
**14.12.8247**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 Januari 2021

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

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

\_\_\_\_\_

**Eli Pujastuti, M.Kom.**  
**NIK. 190302227**

\_\_\_\_\_

**Ainul Yaqin, M. Kom.**  
**NIK. 190302255**

\_\_\_\_\_

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 25 Januari 2021

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Krisnawati, S.Si, M.T.**  
**NIK. 190302038**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat pada karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disebuah institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis 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 tanggung jawab saya pribadi .

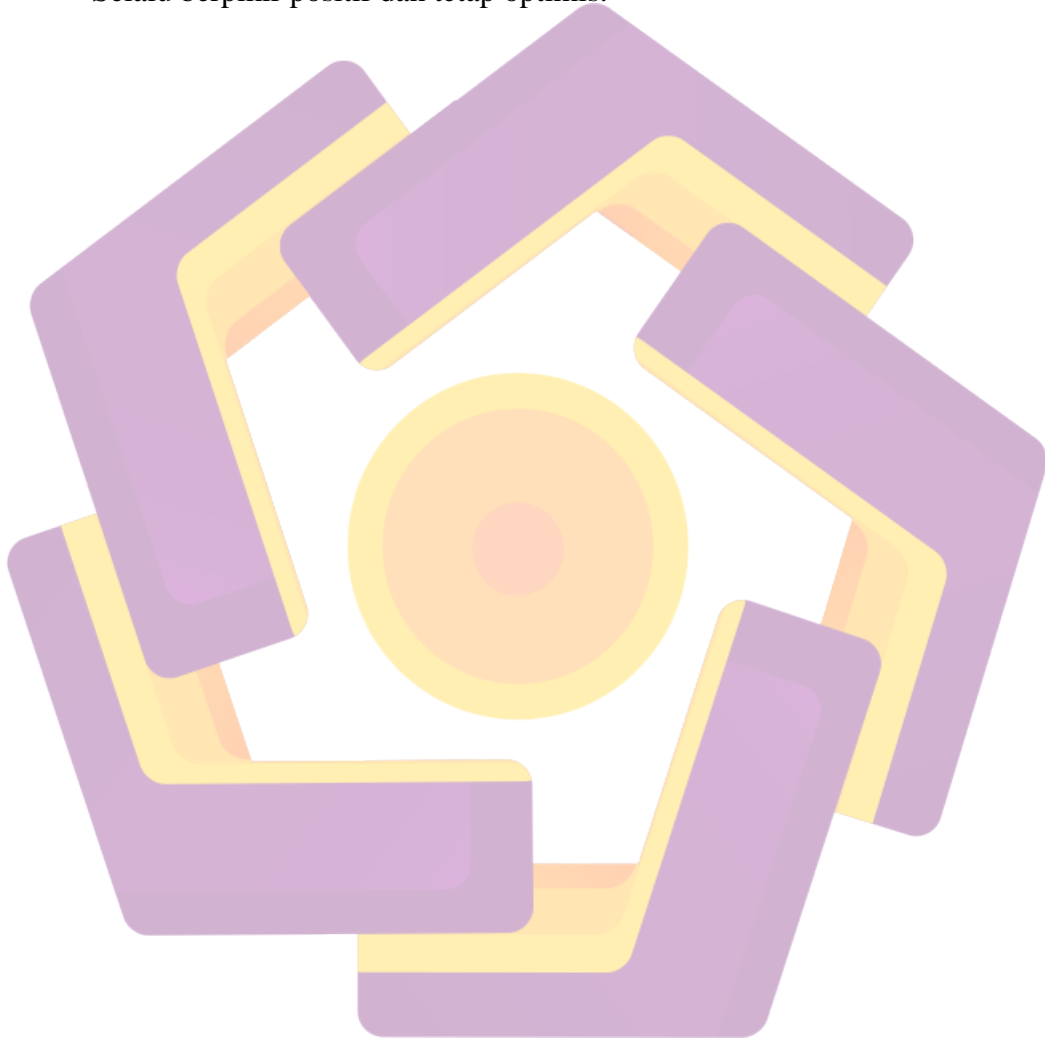
Yogyakarta, 25 Januari 2021



**Yuda Eko Saputra**  
NIM. 14.12.8247

## **MOTTO**

- Jiwa muda tidak boleh menyerah dan berputus asa.
- Ultra!
- Selalu berpikir positif dan tetap optimis.

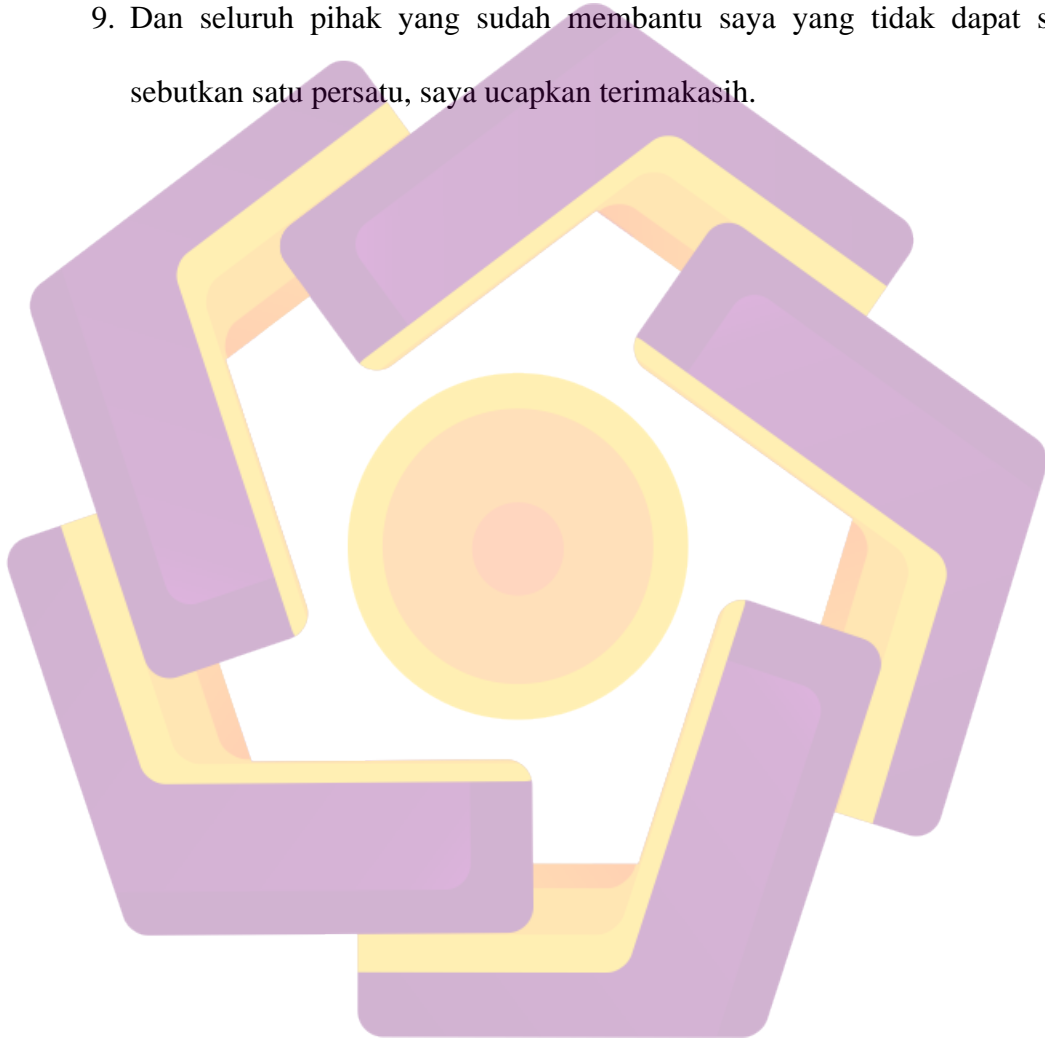


## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puja dan puji syukur kepada Allah SWT, berkah dan limpahan rahmat serta karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, serta hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tuaku Ibu dan Bapak yang selalu memberikan doa, dukungan serta semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ainul Yaqin, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bantuan, masukan, dan bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Seseorang yang sangat berarti dia selalu ada disamping saya saat mengerjakan skripsi, yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan nasihat. Terimakasih untuk waktu, tenaga, dan semangat Dwi Ambarwati semoga Allah SWT meridhoi, Amin ya Robbal'alamiin.
5. Kepada teman-teman kelas S1-SI-08, terimakasih kepada kalian yang telah menjadi teman saya semasa kuliah serta kenangan yang telah kita lalui.
6. Kepada sahabat-sahabat Vape Kost yang telah memberikan kenangan dan juga semangat saat proses pengerjaan skripsi sehingga saya dapat lulus melebihi target.

7. Kepada Gilang Putra Erista yang telah membantu proses shooting video.
8. Kepada Bapak Hary Jaran selaku pemilik Wisanggeni Coffee yang telah memberikan perijinan untuk melakukan penelitian.
9. Dan seluruh pihak yang sudah membantu saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terimakasih.





## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur kita ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tidak lupa kita ucapkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW, serta keluarga dan para sahabatnya yang memberi syafaatnya kepada kita semua sehingga kita dalam perlindungan-Nya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA. Selain itu juga merupakan bukti mahasiswa menyelesaikan kuliah jenjang Strata-1 dan untuk memperoleh gelar sarjana komputer.

Keberhasilan ini tidak lepas dari bantuan berbaai pihak. Dalam kesempatannya, penulis berterima kasih :

1. Bapak Prof. Dr. M Suyanto, MM, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati,S.Si,MT, selaku ketua jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Ainul Yaqin, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bantuan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu saat perkuliahan.
5. Semua pihak yang membantu baik dukungan moril maupun materil, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak yang tidak bisa disebutkan satu per-satu semoga Allah SWT membalas kebaikan dan melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Penulis telah berupaya dengan semaksimal mungkin dalam penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun tata bahasa, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga berguna bagi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap dan berdoa semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Amin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 25 Januari 2021

**Yuda Eko Saputra**  
**NIM. 14.12.8247**

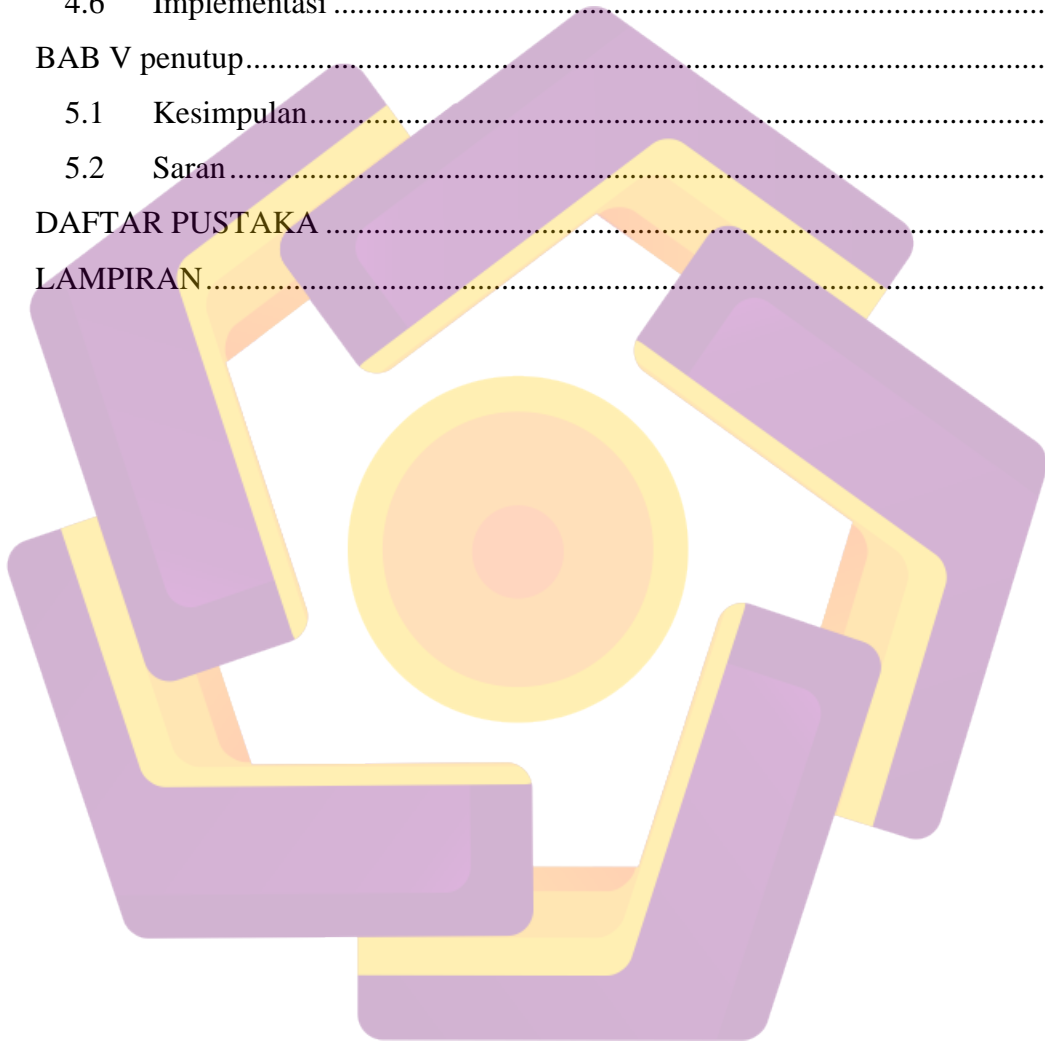
## DAFTAR ISI

COVER .....	.
JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Metode Penelitian.....	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.5.2 Metode Analisis .....	6
1.5.3 Metode Perancangan .....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II landasan teori .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.2 Pengertian Iklan.....	9
2.3 Pengertian Video Iklan.....	9
2.4 Konsep Dasar Video.....	10

2.4.1	Frame Rate .....	10
2.4.2	<i>Frame Size</i> .....	10
2.4.3	Standar Video.....	11
2.4.4	Format File Video .....	12
2.5	Motion Graphic .....	14
2.6	Teknik Pengambilan Gambar.....	15
2.6.1	Konsep Live Shoot.....	15
2.6.2	Ukuran Gambar.....	15
2.6.3	Close Up.....	15
2.6.4	Sudut Pengambilan Gambar.....	19
2.6.5	Gerakan Kamera .....	21
2.7	Metode Analisis.....	21
2.7.1	Metode Analisis SWOT.....	21
2.7.2	Manfaat Analisis SWOT .....	23
2.8	Metode Perancangan .....	24
2.8.1	Metode Observasi .....	24
2.8.2	Metode Interview .....	26
2.8.3	Metode Literatur .....	26
2.8.4	Proses Desain .....	26
2.8.5	Metode Pengembangan.....	27
<b>BAB III Analisis dan Perancangan .....</b>		<b>28</b>
3.1	Tinjauan Umum.....	28
3.1.1	Wisanggeni <i>Coffee</i> .....	28
3.1.2	Visi dan Misi.....	28
3.2	Pengumpulan Data .....	29
3.2.1	Data Informasi Wisanggeni <i>Coffee</i> .....	29
3.2.2	Data Observasi .....	29

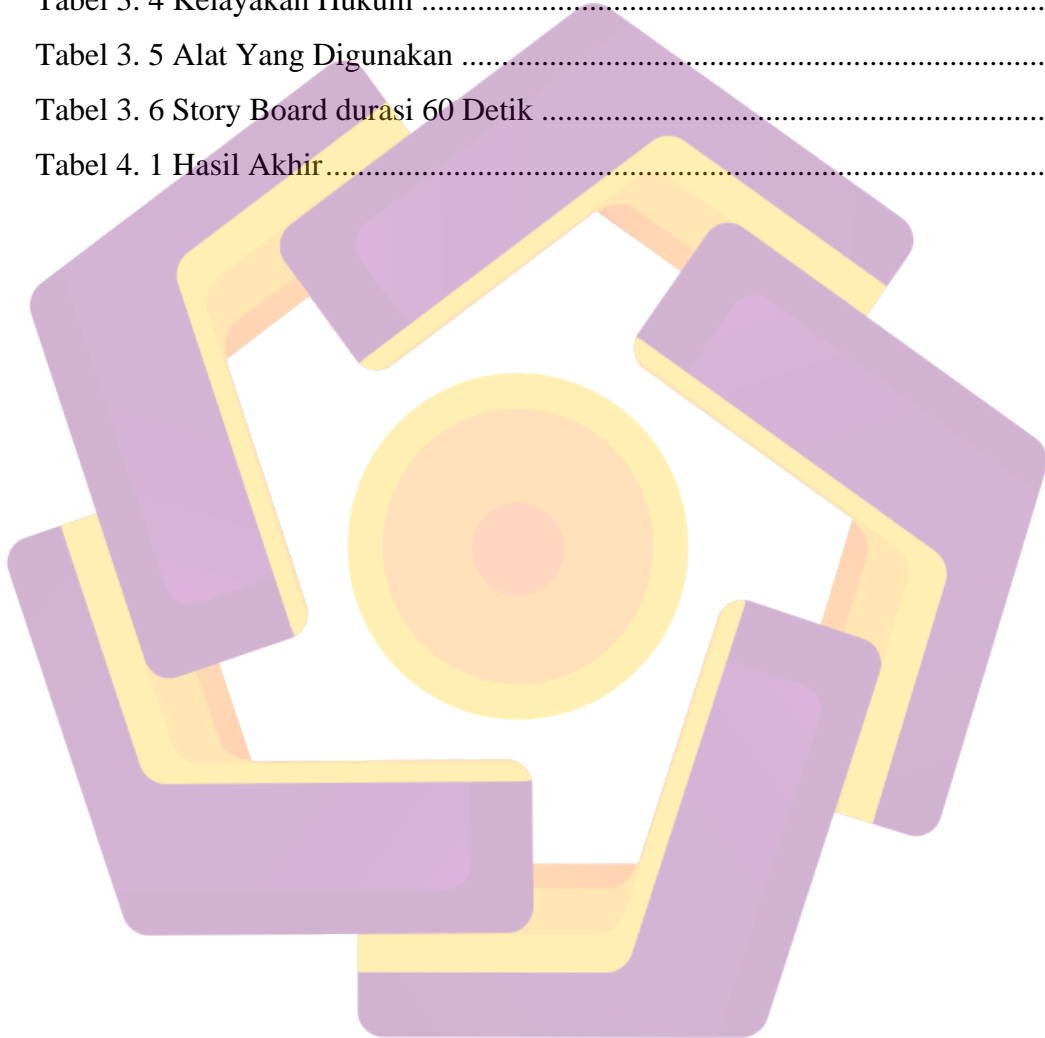
3.3	Analisis .....	29
3.3.1	Analisis Kondisi Object .....	30
3.3.2	Analisis Swot .....	31
3.3.3	Matrik SWOT .....	32
3.4	Analisis Kebutuhan .....	34
3.4.1	Kebutuhan Informasi.....	34
3.4.2	Kebutuhan Perangkat Keras .....	34
3.4.3	Kebutuhan Perangkat Lunak (Software).....	35
3.4.4	Kebutuhan Brainware .....	35
3.5	Analisis Kelayakan.....	35
3.5.1	Kelayakan Teknologi .....	35
3.5.2	Kelayakan Hukum.....	36
3.5.3	Kelayakan Oprasional .....	37
3.6	Perancangan.....	37
3.6.1	Perancangan Ide Cerita .....	37
3.6.2	Tahapan - tahapan Pembuatan Video Iklan .....	38
3.6.3	Persiapan Alat Yang Digunakan.....	38
3.6.4	Perancangan Naskah Cerita Video 60 Detik.....	39
3.6.5	Perancangan Story Board.....	41
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Tahap-Tahap Pembuatan Iklan.....	47
4.2	Produksi Iklan.....	47
4.2.1	Rancangan Kegiatan <i>Shooting</i> .....	47
4.2.2	<i>Shooting</i> atau Pengambilan Gambar .....	52
4.3	Tahap Pasca Produksi.....	58
4.3.1	<i>Capturing</i> .....	59
4.3.2	<i>Editing Premiere CC 2017</i> .....	59
4.3.3	Pembuatan Animasi Logo.....	61

4.3.4	Pemberian Efek Pada Video Di Adobe Premiere Pro.....	64
4.4	<i>Rendering</i> .....	65
4.5	Pembahasan .....	66
4.5.1	Testing.....	66
4.6	Implementasi .....	71
BAB V penutup.....		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA .....		74
LAMPIRAN.....		75



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matrik SWOT .....	33
Tabel 3. 2 Kebutuhan Perangkat Keras.....	34
Tabel 3. 3 Kelayakan Teknologi.....	36
Tabel 3. 4 Kelayakan Hukum .....	36
Tabel 3. 5 Alat Yang Digunakan .....	38
Tabel 3. 6 Story Board durasi 60 Detik .....	41
Tabel 4. 1 Hasil Akhir.....	66

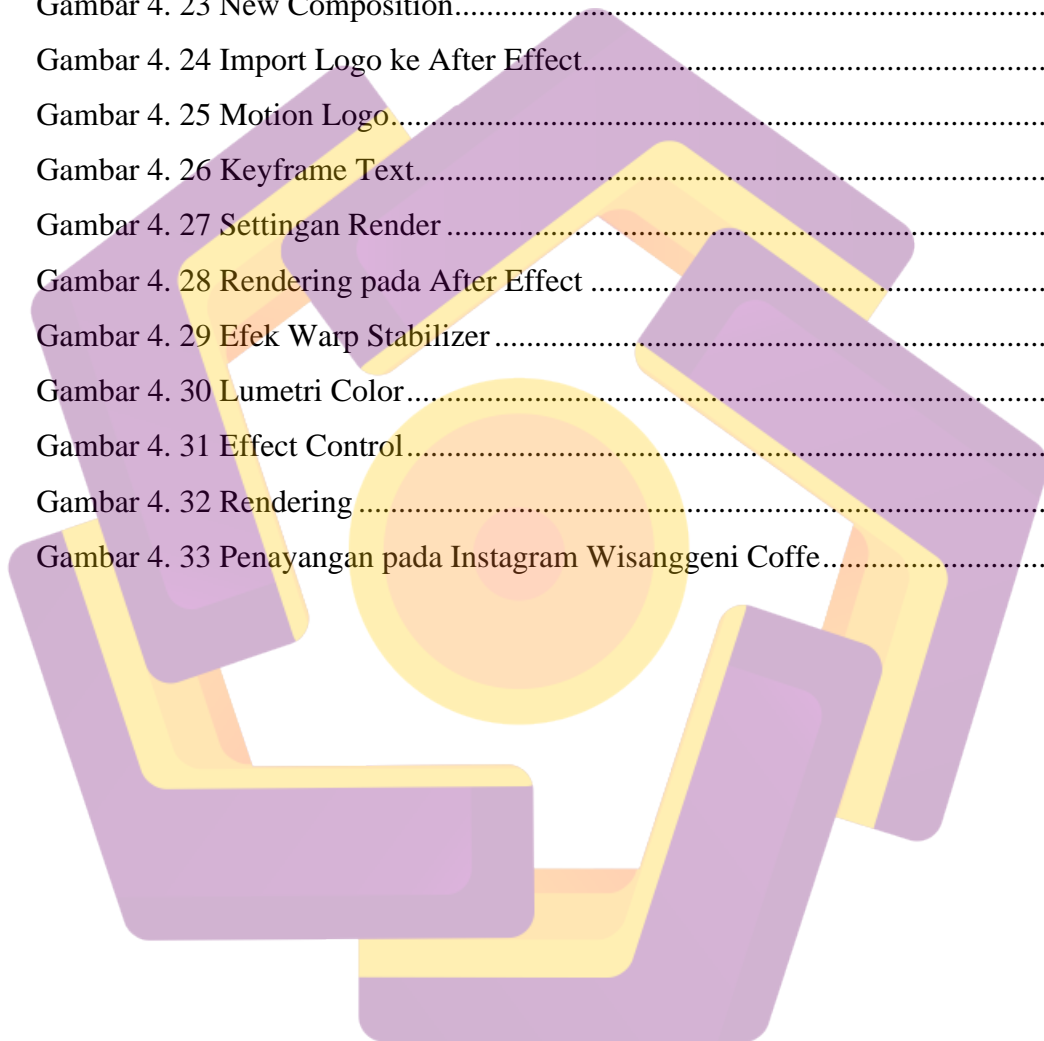


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Postingan dan insight pada Instagram Wisanggeni Coffee.....	3
Gambar 2. 1 Close Up.....	16
Gambar 2. 2 Extreme Close Up .....	16
Gambar 2. 3 Big Close Up .....	17
Gambar 2. 4 Medium Close Up .....	18
Gambar 2. 5 Medium Shot.....	18
Gambar 2. 6 Normal Angle.....	19
Gambar 2. 7 High Angle .....	20
Gambar 2. 8 Low Angle.....	20
Gambar 4. 1 <i>Talent</i> Datang.....	53
Gambar 4. 2 <i>Talent</i> Turun Dari Motor.....	53
Gambar 4. 3 <i>Talent</i> berada di teras wisanggeni coffee .....	53
Gambar 4. 4 <i>Talent</i> Membuka Pintu.....	54
Gambar 4. 5 Tempat pemesanan menu dan Kasir.....	54
Gambar 4. 6 Menu kopi yang tersedia .....	54
Gambar 4. 7 <i>Talent</i> Menikmati suasana Wisanggeni Coffee.....	55
Gambar 4. 8 <i>Talent</i> Menikmati Suasana Dan Menunggu Pesanan.....	55
Gambar 4. 9 Suasana Wisanggeni Coffee.....	55
Gambar 4. 10 <i>Talent</i> 2 Mengantarkan Pesanan <i>Talent</i> 1 .....	56
Gambar 4. 11 <i>Talent</i> 2 mengantarkan pesanan <i>Talent</i> 1.....	56
Gambar 4. 12 Suasana di dalam Wisanggeni Coffee.....	56
Gambar 4. 13 Varian kopi yang tersedia.....	57
Gambar 4. 14 Suasana luar Wisanggeni Coffee.....	57
Gambar 4. 15 <i>Talent</i> menikmati suasana .....	57
Gambar 4. 16 Pemandangan luar Wisanggeni Coffee .....	58
Gambar 4. 17 <i>Talent</i> 1 Menikmati Suasana.....	58
Gambar 4. 18 Proses Produksi .....	59



Gambar 4. 19 New project .....	60
Gambar 4. 20 Sequence.....	60
Gambar 4. 21 Import File Video .....	60
Gambar 4. 22 Timelines .....	61
Gambar 4. 23 New Composition.....	61
Gambar 4. 24 Import Logo ke After Effect.....	62
Gambar 4. 25 Motion Logo.....	62
Gambar 4. 26 Keyframe Text.....	63
Gambar 4. 27 Settingan Render .....	63
Gambar 4. 28 Rendering pada After Effect .....	64
Gambar 4. 29 Efek Warp Stabilizer .....	64
Gambar 4. 30 Lumetri Color.....	64
Gambar 4. 31 Effect Control.....	65
Gambar 4. 32 Rendering .....	65
Gambar 4. 33 Penayangan pada Instagram Wisanggeni Coffe.....	71



## INTISARI

Wisanggeni coffee adalah sebuah kedai kopi yang beralamat di pelemsari, umbulharjo ,cangkringan,sleman ,yogyakarta. Wisanggeni coffee menyediakan banyak varian menu kopi dan makanan serta memiliki latar pemandangan ke gunung merapi secara langsung. Promosi yang dilakukan pemilik wisanggeni coffee di rasa kurang efektif, sehingga menyebabkan kurangnya pengunjung yang datang serta mengetahui informasi tentang wisanggeni coffee.

Pemilik Wisanggeni coffee Selama ini telah melakukan promosi dengan media seperti facebook dan instagram, Namun hanya berupa foto saja. Untuk mengatasinya peneliti membuat sebuah video iklan instagram untuk mengatasi masalah tersebut.

Video iklan instagram ini bertujuan untuk mempromosikan dan mengenalkan wisanggeni coffee kepada publik, selain itu video iklan tersebut dapat mempercepat informasi serta menarik minat publik untuk datang ke wisanggeni coffee.

**Kata kunci :** video iklan, promosi, video, multimedia, dan Wisanggeni Cofee.

## ABSTRACT

*Wisanggeni Coffee is a coffee shop that located at pelemsari, umbulharjo, cangkringan, sleman, yogyakarta. Wisanggeni coffee provides a wide variety of coffee and food menus and has a direct view of Mount Merapi. The promotion carried out by the owner of the Wisanggeni Coffee was felt to be less effective, resulting in the lack of visitors who also came to know information about the Wisanggeni Coffee.*

*Wisanggeni coffee owners So far, they have been promoting with media such as Facebook and Instagram, but only contain photos. to overcome this, researchers made Instagram video ads to solve the problem.*

*This video advertisement for advertising is approved and introduces wisanggeni coffee to the public, besides that the video advertisement can speed up information and attract public interest to come to wisanggeni coffee.*

**Keyword:** *ad, promotion, video, multimedia, and Wisanggeni Cofee.*

