

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI SLOW BAR SAFARI
COFFEE MADIUN**

SKRIPSI



disusun oleh

Wahyu Purna Saputra

12.12.7081

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI SLOW BAR SAFARI
COFFEE MADIUN**

SKRIPSI



disusun oleh

Wahyu Purna Saputra

12.12.7081

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI SLOW BAR SAFARI COFFEE MADIUN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wahyu Purna Saputra

12.12.7081

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 Juli 2019

Dosen Pembimbing



Mei P Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

PENGESAHAN

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI SLOW BAR SAFARI COFFEE MADIUN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Wahyu Purna Saputra
12.12.7081**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 16 Juli 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

**Kusnawi, S.Kom, M. Eng
NIK. 190302112**

**Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243**

**Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187**

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 18 Juli 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan 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 tanggung jawab saya pribadi.

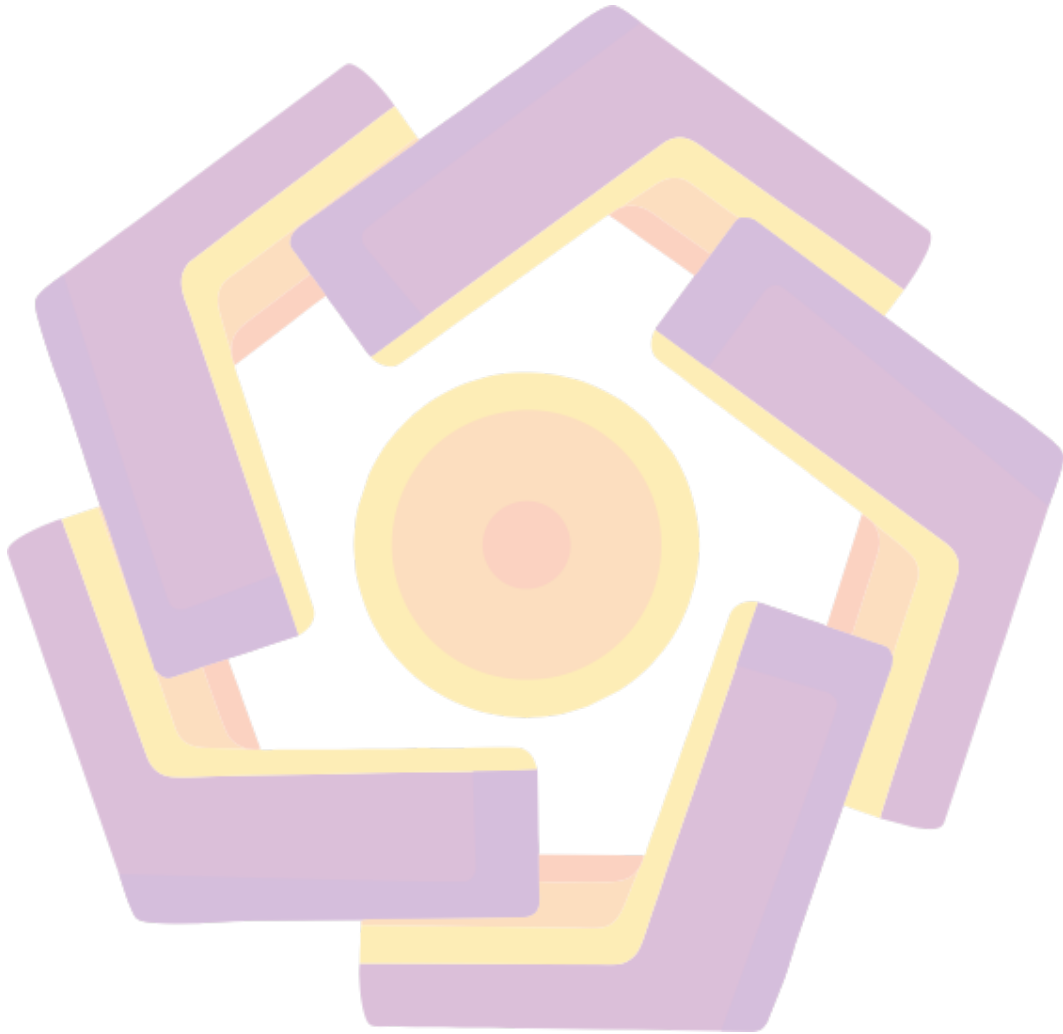
Yogyakarta, 8 Juli 2019



Wahyu Purna Saputra
NIM. 12.12.7081

MOTTO

- Sedikit berkorban sedikit faham, banyak berkorban banyak faham, salah berkorban salah faham.
- Hiduplah seperti lebah, kemanapun dia terbang walaupun diatas tumpukan sampah tetap bunga yang dia cari. Jangan seperti lalat, walaupun dia terbang di atas kebun bunga dia akan mencari tumpukan sampah.



PERSEMBAHAN

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT serta Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Shallallahu `alaihi Wa Sallam, saya mempersembahkan skripsi ini untuk :

- Kepada Bapak, Ibu, dan kakak-kakak saya yang telah memberikan semangat, dorongan moral maupun spiritual kepada saya sehingga tugas akhir (skripsi) ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya.
- Kepada Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing saya sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir (skripsi) hingga mencapai gelar sarjana S1.
- Kepada SAFARI COFFEE dan jajaran manajemen yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi).
- Kepada NGP corp :
Afif, Padgo, Rendy, Arcelo
- Kepada sahabat-sahabatku seaneka yang senantiasa memberi semangat dan mendampingi saya:
Taufiq zuhdi, Mohammad hisbullah (tuam), Afrin lutfiari, Dimas baramtara, Amir koping, Rizkia, Dika putri, Jevian, Erik seyta, dan yang lainnya yang tentunya tidak bisa saya sebutkan semuanya.
- Kepada teman-teman AMIKOM seaneka
Suryo saputro, Wahyu bejo, Hoi, Rifki px, Bagus, Iman iyangke
- Kepada adik-adik saya:
Erlan dwi, Shela, nelli, Firda,

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang diinginkan penulis. Tidak lupa sholawat serta salam penulis haturkan pada junjungan umat yaitu Nabi Muhammad SAW, yang telah menyebarkan agama Islam sehingga penulis dan seluruh umat Islam dapat merasakan indahnya Islam.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

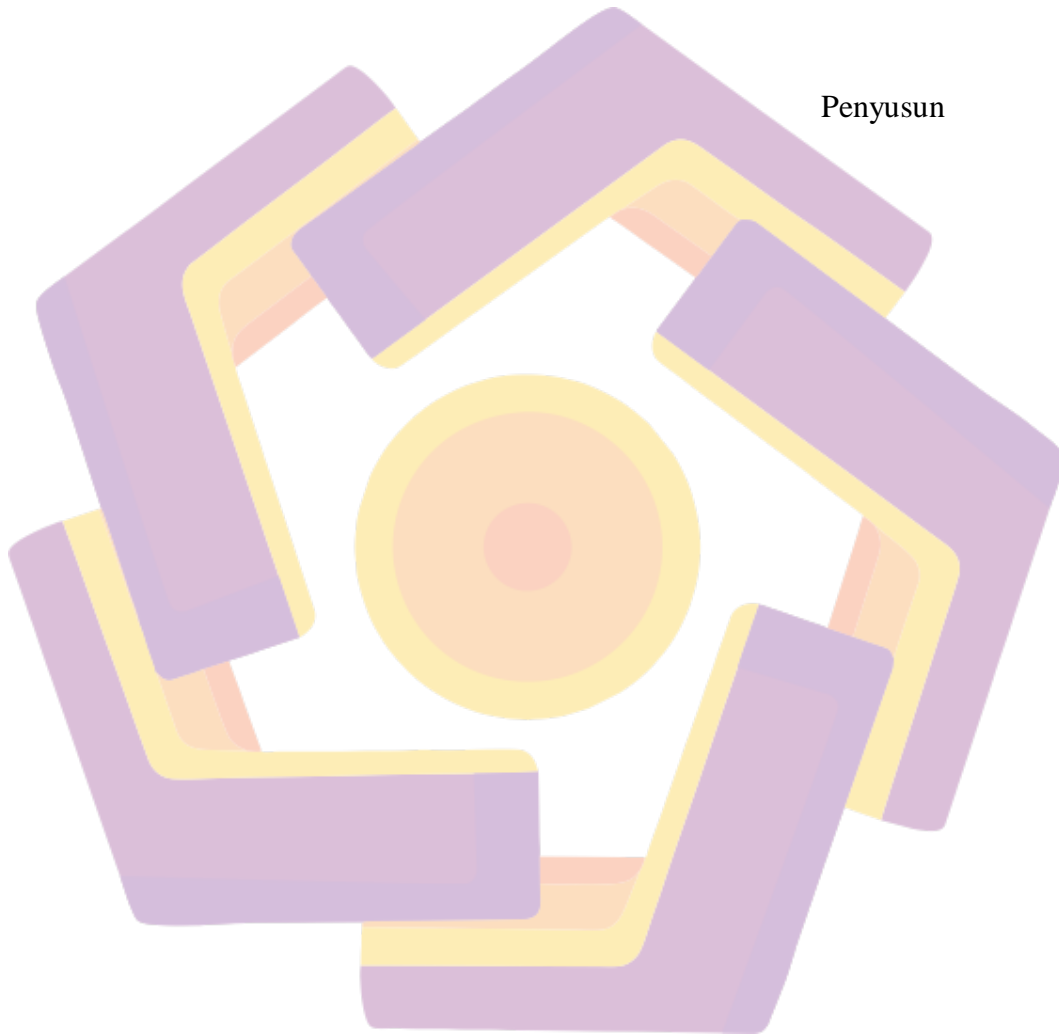
1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Ketua Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Mei P Kurniawan, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi, waktu dan masukan yang sangat membantu dalam pembuatan skripsi ini.
4. Kedua Orang Tua Saya.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
6. Teman-teman Saya semasa kuliah.
7. Semua pihak yang telah membantu baik dukungan moril maupun materiil, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan-kekurangan dan kelemahan-kelemahannya. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran

yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun penulis tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 08 Juli 2019

Penyusun



DAFTAR ISI

JUDUL	I
PERSETUJUAN.....	II
PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
MOTTO.....	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIV
INTISARI.....	XV
<i>ABSTRACT</i>	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	3
1.3 BATASAN MASALAH	3
1.4 TUJUAN PENELITIAN	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN	4
1.6 METODE PENELITIAN	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis.....	5
1.6.3 Metode Perancangan.....	5
1.6.4 Metode Pustaka	6
1.6.5 Video Refrensi.....	6
1.6.6 Sistematika Penulisan	6

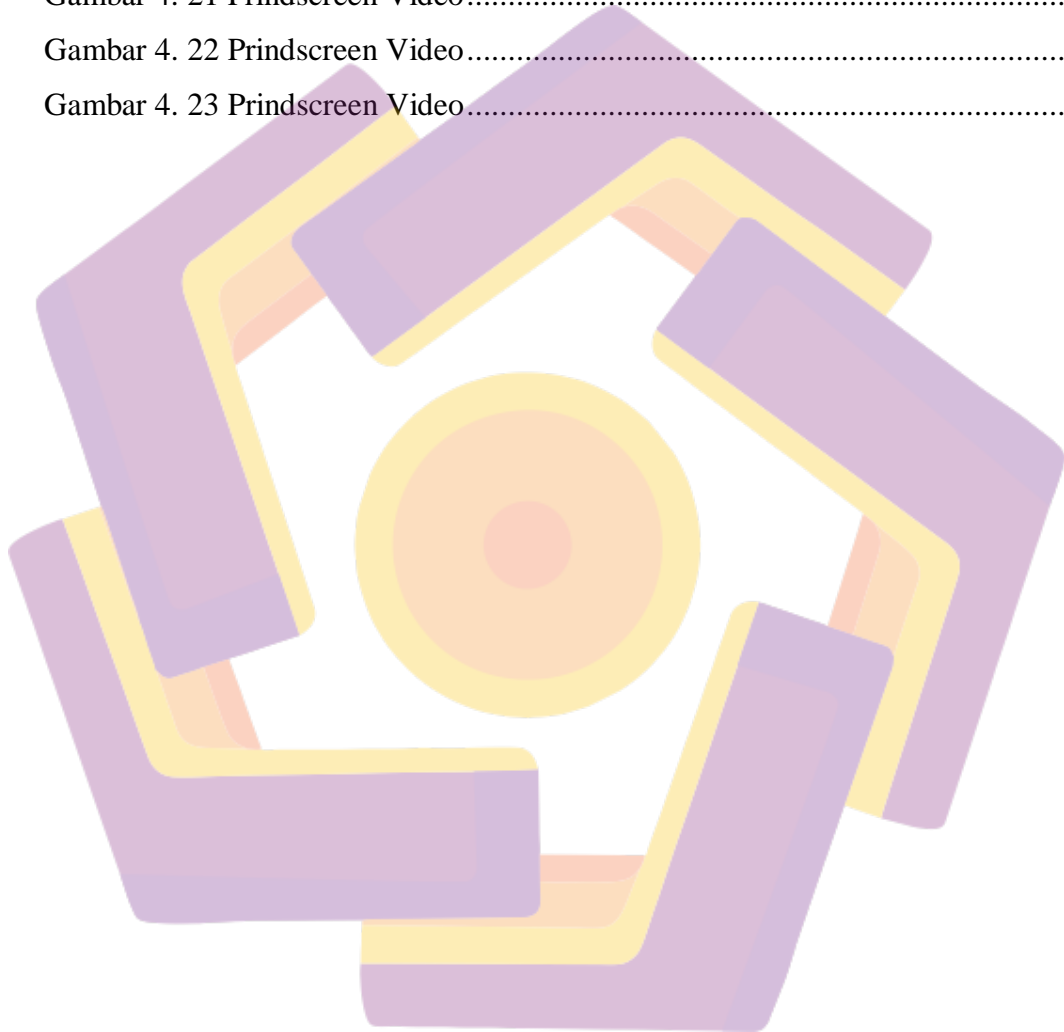
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.2 KONSEP DASAR MULTIMEDIA.....	9
2.2.1 Pengertian Multimedia.....	9
2.2.2 Ojek-objek Multimedia.....	10
2.3 KONSEP DASAR ANIMASI	11
2.3.1 Pengertian Animasi.....	11
2.3.2 Jenis-jenis Animasi.....	11
2.4 KONSEP DASAR IKLAN	13
2.4.1 Definisi Iklan.....	13
2.4.2 Tujuan Iklan	13
2.5 FUNGSI DAN TUJUAN IKLAN	16
2.5.1 Fungsi-fungsi periklanan antara lain:	16
2.6 STRATEGI PERANCANGAN IKLAN.....	16
2.6.1 Tahap Produksi Iklan.....	16
2.6.2 Tahap Praproduksi.....	17
2.6.3 Tahap Produksi.....	18
2.6.4 Menentukan Daya Tarik Pesan	19
2.7 TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR.....	19
2.7.1 Tektik Pengambilan Video.....	19
2.7.2 Pergerakan Kamera.....	23
2.7.3 Merekam Suara.....	25
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	26
3.1 TUJUAN UMUM	26
3.1.1 Visi dan Misi Slow Bar Safari Coffee	30
3.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	30
3.3 ANALISIS KEBUTUHAN FUNGSIONAL	31
3.4 ANALISI KEBUTUHAN NON FUNGSIONAL.....	32
3.4.1 Analisi Kebutuhan Perangkat Lunak	32
3.4.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Keras	33

3.4.3	Analisis Kebutuhan Brain Ware.....	33
3.5	TAHAP PRA PRODUKSI	34
3.5.1	Rancangan Ide Iklan	35
3.5.2	Rancangan Konsep Iklan	35
3.5.3	Rencana Naskah Iklan	36
3.5.4	Rancangan Storyboard Iklan Slow Bar Safari Coffee	38
BAB IV	44
4.1	TAHAP-TAHAP PEMBUATAN IKLAN	44
4.2	PRODUKSI IKLAN.....	45
4.2.1	Rancangan Kegiatan Shooting	45
4.2.2	Shooting atau Penganmbilan Gambar	48
4.3	TAHAP PASCA PRODUKSI.....	48
4.3.1	Shooting	49
4.3.2	Capturing.....	49
4.3.3	Editing.....	50
4.4	PEMBAHASAN	60
4.4.1	Review Testing.....	60
4.4.2	Hasil Akhir Editing.....	61
4.4.3	Rencana Penayangan	63
BAB V	64
5.1	KESIMPULAN	64
5.2	SARAN.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR GAMBAR

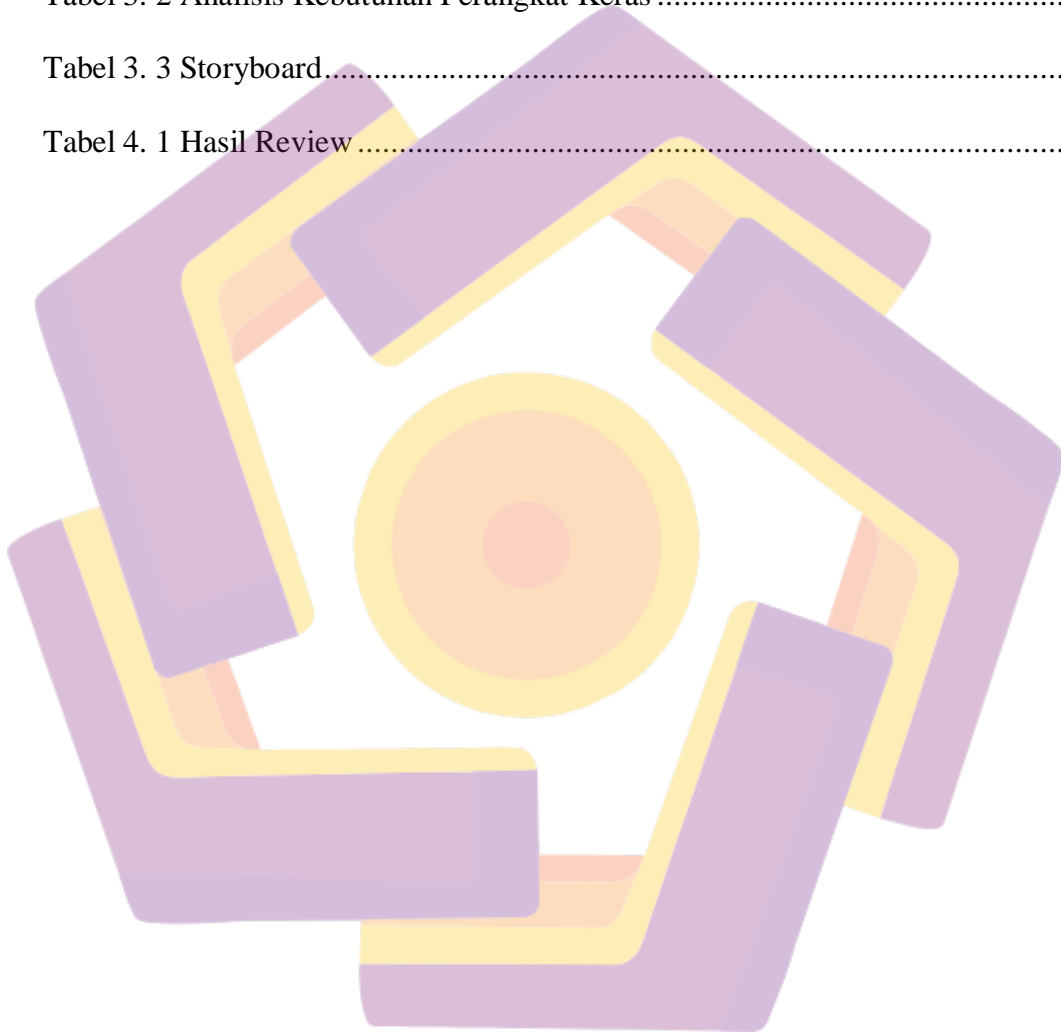
Gambar 2. 1 Proses Produksi	17
Gambar 2. 2 Big Close Up	20
Gambar 2. 3 Extreme Close Up.....	20
Gambar 2. 4 Close Up.....	21
Gambar 2. 5 Medium Close Up.....	21
Gambar 2. 6 Long Shot	22
Gambar 2. 7 Extreme Long Shot	23
Gambar 3. 1 Suasana Di Depan Bar	26
Gambar 3. 2 Proses Pembuatan	27
Gambar 3. 3 Plang Safari Coffee	28
Gambar 3. 4 Produk Non Coffee	29
Gambar 3. 5 Bangun Pra Produksi	34
Gambar 4. 1 Struktur Tahap Pembuatan Iklan	44
Gambar 4. 2 Titik 1	45
Gambar 4. 3 Titik 2.....	46
Gambar 4. 4 Titik 3.....	46
Gambar 4. 5 Titik 4.....	47
Gambar 4. 6 Titik 5.....	47
Gambar 4. 7 Tahap Pasca produksi	48
Gambar 4. 8 Tampilan pembuka Adobe Premier Pro CC.....	51
Gambar 4. 9 Tampilan new Project Pada Adobe Premier Pro CC	52
Gambar 4. 10 Tampilan project Adobe Premier Pro CC	54
Gambar 4. 11 Warp Stabilizer	55
Gambar 4. 12 Grading Warna	56
Gambar 4. 13 Grading Effect Creative	57
Gambar 4. 14 Grading Effect Curves	57
Gambar 4. 15 Sebelum Grading	58

Gambar 4. 16 Sesudah Grading	58
Gambar 4. 17 Sebelum Proses Rendering.....	59
Gambar 4. 18 Proses Rendering	60
Gambar 4. 19 Prindscreen Video.....	61
Gambar 4. 20 Prindscreen Video.....	62
Gambar 4. 21 Prindscreen Video.....	62
Gambar 4. 22 Prindscreen Video.....	63
Gambar 4. 23 Prindscreen Video.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisi Perangkat Lunak.....	32
Tabel 3. 2 Analisis Kebutuhan Perangkat Keras	33
Tabel 3. 3 Storyboard.....	38
Tabel 4. 1 Hasil Review	61



INTISARI

Periklanan adalah sarana komunikasi berbasis multimedia dengan produk atau objek yang akan ditampilkan. Periklanan juga merupakan media informasi yang dibuat sedemikian rupa untuk menarik khalayak dan memiliki karakteristik tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan memproduksi iklan instagram sebagai media promosi Slow Bar Safari Coffee Madiun.

Video menyediakan sumber daya yang kaya dan bersemangat untuk aplikasi multimedia. Video mampu memberikan daya tarik bagi publik dalam iklan, karena video memiliki dua elemen suara dan gambar. Tahapan dalam produksi video termasuk pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Iklan video dibuat menggunakan Adobe Photoshop untuk pemrosesan gambar, Premiere adobe untuk mengedit dan menggabungkan video. Hasil video berdurasi 60 detik dan disiarkan di instagram.

Kata kunci: Periklanan, Video, pra produksi, produksi, dan pasca produksi

ABSTRACT

Advertising is a means of *multimedia* base communication with the product or object to be displayed. Advertising is also a medium of information that is made in such a way as to attract audiences and have certain characteristics. This study aims to design and manufacture instagram advertising as a media promotion Slow Bar Safari Coffee Madiun.

Video provides rich and vibrant resources for multimedia applications. Video is able to provide the Pull for the public in an advertising, because the video has two elements of sound and images. Stages in video production include pre production, production, and post production.

Video ads are created using Adobe Photoshop for image processing, Premiere adobe for editing and merging video. The results of the video duration of 60 seconds and in broadcast on instagram.

Keywords: Advertising, Video, pre production, production, and post production