

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM PADA  
WARONG KAFEIN YOGYAKARTA MENGGUNAKAN  
*LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC***

**SKRIPSI**



disusun oleh  
**Eras Satriyadi**  
**18.22.2183**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2020**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM PADA  
WARONG KAFEIN YOGYAKARTA MENGGUNAKAN  
*LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC***

**SKRIPSI**

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



disusun oleh

**Eras Satriyadi**

**18.22.2183**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2020**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM PADA  
WARONG KAFEIN YOGYAKARTA MENGGUNAKAN  
*LIVE SHOOT* DAN *MOTION GRAPHIC***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Eras Satriyadi**

**18.22.2183**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 15 Agustus 2020

**Dosen Pembimbing,**

**Bernadhed, M.Kom.**

**NIK. 190302243**

**PENGESAHAN****SKRIPSI****PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM PADA  
WARONG KAFEIN YOGYAKARTA MENGGUNAKAN  
*LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Eras Satriyadi**

**18.22.2183**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 Juli 2020

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

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

**Ali Mustopa, M.Kom**  
**NIK. 190302192**

**Moch Farid Fauzi, M.Kom**  
**NIK. 190302284**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 21 Agustus 2020

**KETUA UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.**  
**NIK. 190302001**

## 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, 20 Agustus 2020



Eras Satriyadi

NIM.18.22.2183

## MOTTO

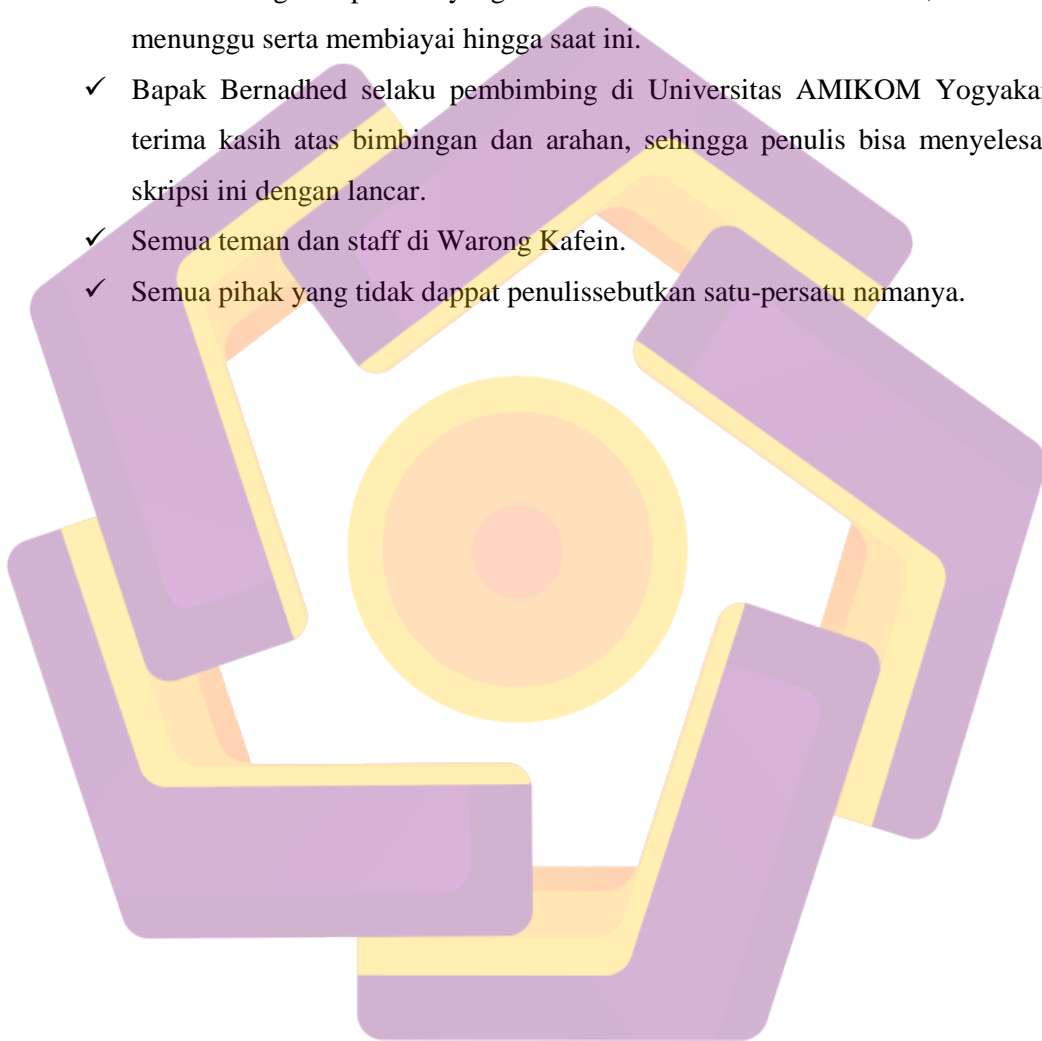
*“Hikmah Selalu ada dalam setiap peristiwa”*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Mengucapkan puji syukur alhamdulillah, maka skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- ✓ Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya.
- ✓ Kedua orang tua penulis yang telah sabar dan tulus mendoakan, mendukung, menunggu serta membiayai hingga saat ini.
- ✓ Bapak Bernadhed selaku pembimbing di Universitas AMIKOM Yogyakarta , terima kasih atas bimbingan dan arahan, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
- ✓ Semua teman dan staff di Warong Kafein.
- ✓ Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu namanya.



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan lapporan penelitian di Universitas AMIKOM Yogyakarta yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Instagram pada Warong Kafein Yogyakarta Menggunakan Live Shoot dan Motion Graphic”

Laoran penulis menyusun ini banyak sekali mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka tidak lupa ppennulis mengucappkanterima kasih yang setulus-tulusnya keppada:

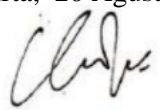
1. Kedua orang tua atas dukungan moral dan sokongan logistiknya
2. Bpk. Bernadhed, M.Kom selaku dosen pembimbing di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bppk. Paulus Dwi Antoro, selaku manager Warong Kafein.
4. Seluruh karyawan Warong Kafein Yogyakarta.

Meskipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun tidak akan luput dari kesalahan, untuk itu diharapkan saran dan kritik dari pembaca sehingga menjadi bahan penyempurnaan di masa mendatang, semoga lapporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya dalam menambah pandangan dan pengetahuan untuk meningkatkan perspektif baru.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih mudah-mudahan laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 20 Agustus 2020

  
(Eras Satriyadi)



## DAFTAR ISI

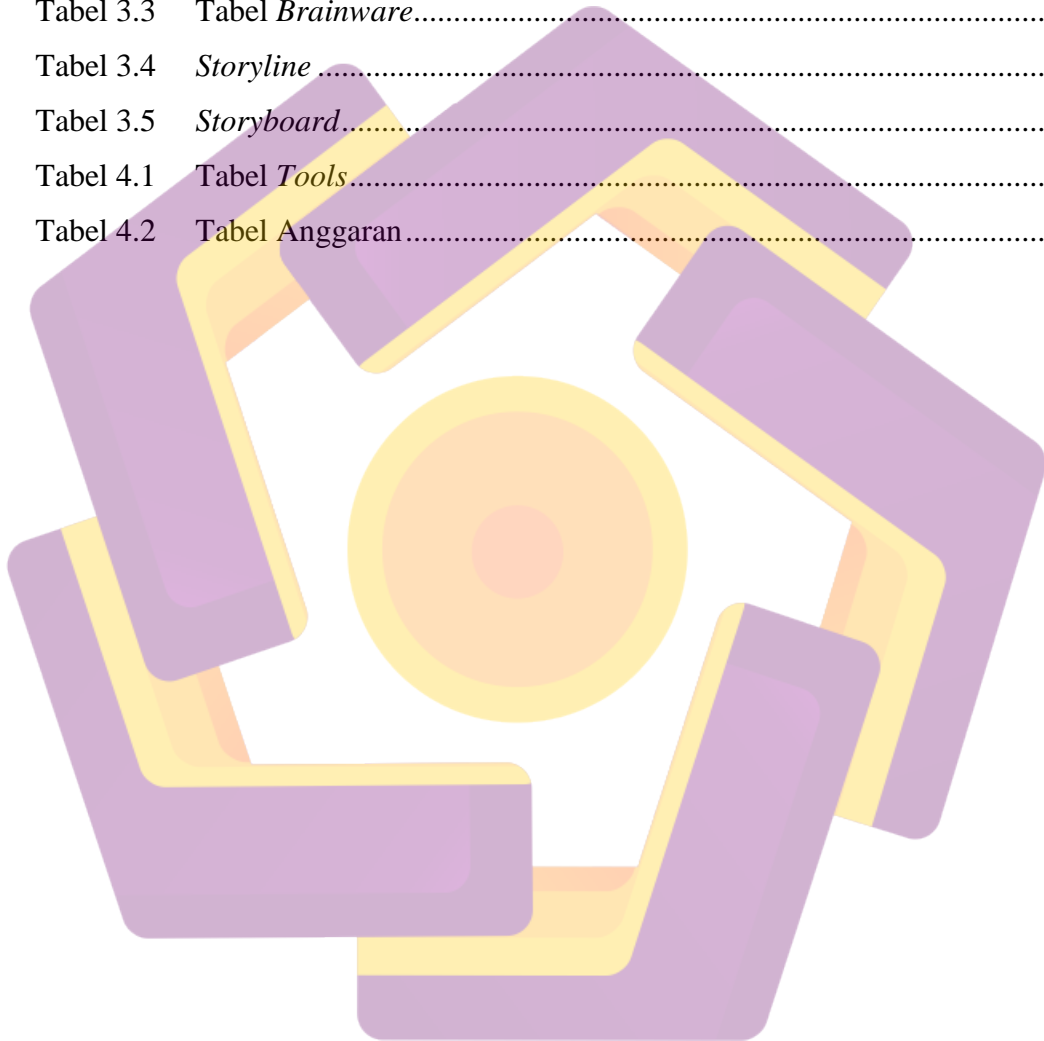
JUDUL.....	I
DAFTAR ISI.....	II
DAFTAR TABEL.....	V
DAFTAR GAMBAR.....	VI
INTISARI.....	VII
ABSTRACT.....	IX
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	2
1.3 BATASAN MASALAH.....	2
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	3
1.6.1 METODE PENGUMPULAN DATA.....	3
1.6.1.1 METODE OBSERVASI.....	4
1.6.1.2 METODE WAWANCARA.....	4
1.6.1.3 METODE STUDI PUSTAKA.....	4
1.7 METODE ANALISIS.....	4
1.8 METODE PERANCANGAN.....	5
1.9 SISTEMATIKA PENULISAN.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.2 MULTIMEDIA.....	9
2.2.1 DEFINISI MULTIMEDIA.....	9
2.2.2 ELEMEN MULTIMEDIA.....	9
2.2.1 SOFTWARE MULTIMEDIA.....	12
2.3 IKLAN.....	14
2.3.1 PENGERTIAN IKLAN.....	14
2.3.2 BENTUK IKLAN.....	15
2.3.3 TUJUAN IKLAN.....	16

2.4	INTAGRAM.....	17
2.4.1	FITUR INSTAGRAM.....	18
2.4.2	UKURAN FOTO DAN VIDEO INSTAGRAM.....	21
2.4.3	PENGGUNA INSTAGRAM .....	22
2.5	LIVE SHOOT .....	23
2.5.1	TYPE OF SHOT .....	24
2.6	MOTION GRAPHIC .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>29</b>
3.1	TINJAUAN UMUM .....	29
3.1.1	PROFILE WARONG KAFEIN.....	29
3.1.2	VISI DAN MISI .....	29
3.1.3	STRUKTUR ORGANISASI .....	30
3.1.4	LOGO .....	30
3.2	ANALISIS .....	31
3.2.1	ANALISIS MASALAH.....	31
3.2.2	SOLUSI YANG DAPAT DITERAPKAN .....	32
3.2.3	SOLUSI YANG DIPILIH .....	32
3.2.4	ANALISIS KEBUTUHAN .....	32
3.2.4.1	KEBUTUHAN FUNGSIONAL .....	32
3.2.4.2	KEBUTUHAN NON-FUNGSIONAL .....	30
3.2.4.3	KEBUTUHAN INFORMASI.....	34
3.2.4.4	KEBUTUHAN PENGGUNA(BRAINWARE).....	34
3.2.5	ANALISIS KELAYAKAN.....	35
3.2.5.1	KELAYAKAN TEKNOLOGI.....	35
3.2.5.2	KELAYAKAN HUKUM .....	35
3.2.5.3	KELAYAKAN OPERASIONAL .....	35
3.3	PERANCANGAN.....	36
3.3.1	PRAPRODUKSI.....	37
3.3.1.1	KONSEP.....	37
3.3.1.2	LOGLINE.....	38
3.3.1.3	SINOPSIS.....	38

3.3.1.4	STORYLINE.....	38
3.3.1.5	STORYBOARD.....	40
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>43</b>
4.1	PRODUKSI.....	43
4.1.1	SHOOTING .....	43
4.1.2	DESAIN GRAFIS .....	46
4.1.3	ANGGARAN .....	48
4.2	PASCA PRODUKSI.....	50
4.2.1	EDITING.....	50
4.2.1.1	EDITING VIDEO .....	51
4.2.1.2	EDITING LOGO .....	51
4.2.1.3	EDITING TEKS .....	52
4.2.1.4	EDITING ANIMASI.....	53
4.2.1.5	RENDERING .....	53
4.2.2	MIXING.....	54
4.2.3	INPUT AUDIO.....	54
4.2.4	FINAL RENDERING.....	55
4.3	IMPLEMENTASI .....	56
4.3.1	UJI KELAYAKAN.....	56
4.3.2	SCREENING TEST .....	58
4.3.3	PUBLIKASI .....	59
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>60</b>
5.1	KESIMPULAN .....	60
5.2	SARAN.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Dimensi dan Aspek Rasio Foto dan Video Instagram .....	21
Tabel 3.1	Tabel Kebutuhan Perangkat Keras.....	33
Tabel 3.2	Tabel Kebutuhan Perangkat Lunak.....	33
Tabel 3.3	Tabel <i>Brainware</i> .....	34
Tabel 3.4	<i>Storyline</i> .....	38
Tabel 3.5	<i>Storyboard</i> .....	40
Tabel 4.1	Tabel <i>Tools</i> .....	48
Tabel 4.2	Tabel Anggaran.....	50



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Contoh Teks dalam Multimedia.....	9
Gambar 2.2	Gambar Jenis Vektor.....	10
Gambar 2.3	Gambar Jenis Bitmap.....	10
Gambar 2.4	Contoh Proses Animasi.....	11
Gambar 2.5	<i>Adobe Premiere Pro</i> .....	12
Gambar 2.6	<i>Adobe After Effect</i> .....	13
Gambar 2.7	<i>Adobe Flash</i> .....	13
Gambar 2.8	<i>WinAmp</i> .....	14
Gambar 2.9	Standar Ukuran Konten Instagram.....	22
Gambar 2.10	Grafik Pengguna Instagram di Indonesia.....	23
Gambar 2.11	<i>Extreme Long Shot</i> .....	24
Gambar 2.12	<i>Long Shot</i> .....	25
Gambar 2.13	<i>Medium Long Shot</i> .....	25
Gambar 2.14	<i>Medium Shot</i> .....	26
Gambar 2.15	<i>Medium Close Up</i> .....	26
Gambar 2.16	<i>Big Close Up</i> .....	27
Gambar 2.17	<i>Extreme Close Up</i> .....	27
Gambar 3.1	Profile Kafe.....	29
Gambar 3.2	Struktur Organisasi.....	30
Gambar 3.3	Logo Warong Kafein.....	30
Gambar 3.4	Analisis <i>SWOT</i> .....	31
Gambar 3.5	Skema Perancangan.....	36
Gambar 3.6	Alur Praproduksi.....	37
Gambar 4.1	Alur Pembuatan.....	43
Gambar 4.2	<i>Extreme Long Shot</i> .....	44
Gambar 4.3	<i>Medium Shot</i> .....	44
Gambar 4.4	<i>Medium Close Up</i> .....	44
Gambar 4.5	<i>Extreme Close Up</i> .....	45
Gambar 4.6	Kamera Canon EOS m10.....	45

Gambar 4.7	Kit EF-M15-45mm .....	45
Gambar 4.8	Tripod Takara.....	46
Gambar 4.9	Warong Kafein.....	46
Gambar 4.10	Desain Teks.....	47
Gambar 4.11	Proses Desain Logo.....	48
Gambar 4.12	Proses <i>Stabilize Motion</i> .....	49
Gambar 4.13	Animasi Logo.....	50
Gambar 4.14	Animasi Teks .....	51
Gambar 4.15	Animasi <i>Trim Path</i> .....	51
Gambar 4.16	<i>Setting Rendering</i> .....	52
Gambar 4.17	<i>Mixing Video</i> .....	52
Gambar 4.18	<i>Input Audio</i> .....	53
Gambar 4.19	<i>Final Rendering</i> .....	54
Gambar 4.20	Implementasi.....	56
Gambar 4.21	Implementasi.....	57
Gambar 4.22	Implementasi.....	58
Gambar 4.23	Instagram Warong Kafein.....	59

## INTISARI

Warong Kafein adalah sebuah Kedai kopi yang terletak di Jalan Wonocatur daerah kota Yogyakarta yang didirikan pada tahun 2017. Warong Kafein hadir dengan konsep sederhana dan menawan yang menyajikan makanan dan minuman khas Kalimantan Barat. Perusahaan yang terbilang masih baru dan butuh kegiatan promosi lebih untuk menarik pengunjung.

Pada skripsi ini peneliti melakukan observasi dan wawancara ke lokasi Kedai kopi dan studi literatur untuk mendapatkan data informasi. permasalahan dirangkum menggunakan analisis *SWOT*. Dari masalah yang didapat dan solusi yang dapat diterapkan peneliti mengusulkan untuk memanfaatkan sosial media Instagram sebagai media promosi. membuat iklan berbentuk video menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*. *Software* yang dipakai yaitu *CorelDRAW X7*, *Adobe After Effect CS6* dan *Adobe Premiere Pro CS6*.

Berdasarkan tujuan dan kebutuhan dari Warong Kafein, hasil pembuatan video akan digunakan sebagai media promosi dan disebarakan melalui akun Instagram Warong Kafein @warongkafein.yk.

**Kata Kunci:** Promosi, Instagram, *Live Shoot*, *Motion Graphic*, Warong Kafein, Kedai Kopi

## **ABSTRACT**

*Warong Caffeine is a Coffeeshop located on Wonocatur street of the Yogyakarta city area which was founded in 2017. Warong Kafein comes with a simple and charming concept that serves food and drinks typical of West Kalimantan. The company that was just established and need more promotional activities to attract more visitors.*

*In this reaseach the researchers conducted observations and interviews with coffeeshop locations and literature studies to obtain information data. the problem is summarized using SWOT analysis. From the problems obtained and the solutions that can be applied the researchers propose to utilize social media Instagram as a promotional media. create video ads using Liveshoot and Motion Graphic techniques. the software used is CorelDRAW x7, Adobe After Effect CS6 and Adobe Premiere Pro CS6.*

*Based on the goals and needs of Warong Kafein, the results of the video will be used as a promotional and posted through the Warong Kafein's Instagram account @warongkafein.yk.*

**Keyword:** *Promotion, Instagram, Live Shoot, Motion Graphic, Warong Kafein, Coffeeshop*