

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SATE AMBAL ALLISHA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MAKANAN KHAS KEBUMEN
DI INSTAGRAM**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Fajar Wahyu Ramadhani

11191030

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
STRATA 1
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
YOGYAKARTA 2023**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SATE AMBAL ALLISHA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MAKANAN KHAS KEBUMEN
DI INSTAGRAM**



Disusun Oleh

Fajar Wahyu Ramadhani

11191030

PROGAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

STRATA 1

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

YOGYAKARTA 2023

Menyetujui
Dosen Pembimbing
09 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Danu Widiatoro".

Danu Widiatoro, M.Sn.

NIDN. 0521057002

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN SATE AMBAL ALLISHA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MAKANAN KHAS KEBUMEN
DI INSTAGRAM**



Tugas Akhir/Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan
di hadapan tim penguji Progam Studi Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia
Pada tanggal 22 Juli 2023 di STSRD VISI Yogyakarta

Pembimbing



Danu Widianoro, M.Sn
NIDN. 0521057002

Dewan Penguji

Ketua Penguji



Budi Yuwono, S.Sos, M. Sn
NIDN. 0519126602

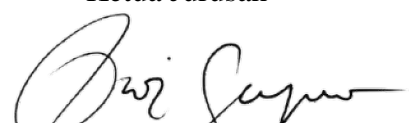
Mengetahui,

Ketua STSRD VISI



Wahyu Tri Widadijo, M.Sn
NIDN. 0526047001

Ketua Jurusan



Dwisanto Sayogo, M.Ds
NIDN. 0510128401

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan Tugas Akhir dengan ini dengan lancar tanpa adanya halangan, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana Desain Komunikasi Visual STSRD VISI Indonesia. Penulis menyadari bahwa perancangan ini tidak mungkin selesai tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan perancangan ini, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada :

1. Bapak Wahyu Tri Widadijo, S.S., M.Sn. selaku Ketua Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia.
2. Bapak Sudjadi Tjipto Rahardjo, M.Ds. selaku Wakil Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia.
3. Bapak Dwisanto Sayogo, M.Ds. selaku Ketua program studi DKV.
4. Bapak Danu Widiatoro, M.Sn. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa dan selalu memberikan arahan , bimbingan, solusi, dan saran sehingga perancangan ini terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dian Prajarini, S.T., M.Eng. sebagai Wali dosen yang telah memberi arahan selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, selalu memberikan dukungan doa, materi, dan moril sehingga perancangan ini dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktunya.
7. Ibu Titin Agustin sabagai owner Sate Ambal Allisha yang telah memberikan izin dan membantu proses produksi video iklan Sate Ambal Allisha.
8. Sahabat terdekat, teman-teman kontrakan seperjuangan yang saling mendukung satu sama lain dan saling menguatkan tekad sehingga selesai bersama-sama.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam proses perancangan dan penulisan di dalam skripsi ini karena keterbatasan ilmu yang dimiliki penulis. Penulis berharap dalam perancangan ini bisa bermanfaat bagi masyarakat dan mahasiswa tingkat di masa medatang.

Yogyakarta, 08 Juli 2023

Fajar Wahyu Ramadhani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah Perancangan	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	3
1.6 Skema Perancangan.....	5
BAB II	6
DATA DAN ANALISIS.....	6
1. DATA OBJEK	6
1.1 Sejarah Sate Ambal Allisha.....	6
2. ANALISIS OBJEK DAN TARGET AUDIENS	10
2.1 Analisis Objek Perancangan.....	10
2.2 Metode Pengumpulan Data	11
2.3 Target Audiens	12
2.4 Referensi Perancangan	13
2.5 Referensi Perancangan	14
3. LANDASAN TEORI.....	15
3.1 Jenis- Jenis Iklan	15
3.2 Pengertian Promosi.....	16
3.3 Media Promosi	17
3.4 Tujuan Promosi	17

3.5	Media Sosial Instagram	17
3.6	Media Komunikasi	19
3.7	Media Audio Visual	19
3.8	Teknik Pengambilan Gambar	19
3.9	Sinopsis	22
3.10	Tahapan Pembuatan Video Iklan	22
3.11	Pra Produksi	22
3.12	Produksi.....	23
3.13	Distribusi Video Iklan	23
BAB III.....		25
KONSEP PERANCANGAN.....		25
1.	KONSEP VERBAL	25
1.1	Video Iklan Sate Ambal Allisha.....	25
1.2	Informasi dan Spesifikasi Video	25
1.3	Big Idea	26
1.4	Pengakses Instagram	26
2.	KONSEP VISUAL	26
2.1	Sinopsis	26
2.2	Voice Over	27
2.3	Backsound	29
2.4	Warna	29
2.5	Tipografi.....	30
2.6	Storyline	31
2.7	Storyboard	35
2.8	Lokasi Produksi.....	42
2.9	Alat Produksi.....	45
2.10	Penyusunan Team.....	45
BAB IV		46
KARYA PERANCANGAN.....		46
1.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
1.1	Pembahasan	46
1.2	Hasil.....	46
BAB V.....		90
PENUTUP.....		90

1. KESIMPULAN	90
2. KENDALA	90
3. SARAN	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Sate Ambal.....	7
Gambar 2.2 Maps Sate Ambal Allisha.....	8
Gambar 3.2 Tempat Produksi Sate Ambal Allisha	8
Gambar 4.2 Sate Ambal Allisha.....	9
Gambar 5.2 Instagram Sate Ambal Allisha.....	9
Gambar 6.2 KISARASA.....	13
Gambar 7.2 Sate Tonseng Pak Budi	14
Gambar 8.2 Data Pengakses Instagram.....	18
Gambar 9.3 Warna additive	29
Gambar 10.3 Font Gilland.....	30
Gambar 11.3 Font Calibri	31
Gambar 12.3 Storyboard	35
Gambar 13.3 Storyboard	35
Gambar 14.3 Storyboard	36
Gambar 15.3 Storyboard	36
Gambar 16.3 Storyboard	37
Gambar 17.3 Storyboard	37
Gambar 18.3 Storyboard	38
Gambar 19.3 Storyboard	38
Gambar 20.3 Storyboard	39
Gambar 21.3 Storyboard	39
Gambar 22.3 Storyboard	40
Gambar 23.3 Storyboard	40
Gambar 24.3 Storyboard	41
Gambar 25.3 Storybard	41
Gambar 26.3 Storyboard	42
Gambar 27.3 Tugu Lawet	43
Gambar 28.3 Alun-Alun Kebumen	43
Gambar 29.3 Alun-Alun Kebumen	44
Gambar 30.3 Sate Ambal	44
Gambar 31.4.....	46
Gambar 32.4.....	47
Gambar 33.4.....	48
Gambar 34.4.....	49
Gambar 35.4.....	49
Gambar 36.4.....	50
Gambar 37.4.....	50
Gambar 38.4.....	51
Gambar 39.4.....	51
Gambar 40.4.....	52
Gambar 41.4.....	52
Gambar 42.4.....	53

Gambar 43.4	54
Gambar 44.4	54
Gambar 45.4	55
Gambar 46.4	55
Gambar 47.4	56
Gambar 48.4	56
Gambar 49.4	57
Gambar 50.4	58
Gambar 51.4	59
Gambar 52.4	60
Gambar 53.4	60
Gambar 54.4	61
Gambar 55.4	61
Gambar 56.4	62
Gambar 57.4	62
Gambar 58.4	63
Gambar 59.4	63
Gambar 60.4	64
Gambar 61.4	64
Gambar 62.4	65
Gambar 63.4	65
Gambar 64.4	66
Gambar 65.4	66
Gambar 66.4	67
Gambar 67.4	67
Gambar 68.4	68
Gambar 69.4	68
Gambar 70.4	69
Gambar 71.4	69
Gambar 72.4	70
Gambar 73.4	70
Gambar 74.4	71
Gambar 75.4	71
Gambar 76.4	72
Gambar 77.4	72
Gambar 78.4	73
Gambar 79.4	73
Gambar 80.4	74
Gambar 81.4	74
Gambar 82.4	75
Gambar 83.4	75
Gambar 84.4	76
Gambar 85.4	76
Gambar 86.4	77
Gambar 87.4	77

Gambar 88.4.....	78
Gambar 89.4.....	78
Gambar 90.4.....	79
Gambar 91.4.....	79
Gambar 92.4.....	80
Gambar 93.4.....	80
Gambar 94.4.....	81
Gambar 95.4.....	81
Gambar 96.4.....	82
Gambar 97.4.....	82
Gambar 98.4.....	83
Gambar 99.4.....	83
Gambar 100.4.....	84
Gambar 101.4.....	84
Gambar 102.4.....	85
Gambar 103.4.....	85
Gambar 104.4.....	86
Gambar 105.4.....	86
Gambar 106.4.....	87
Gambar 107.4.....	87
Gambar 108.4.....	88
Gambar 109.4.....	88
Gambar 110.4.....	89
Gambar 111.4.....	89
Gambar 112.5 Shooting produksi Sate Ambal Allisha	93
Gambar 113.5 Shooting produksi Sate Ambal Allisha	93
Gambar 114.5 Dokumentasi Sidang	94

DAFTAR TABEL

Table 1.3 Storyline.....	31
--------------------------	----

PERANCANGAN VIDEO IKLAN
“SATE AMBAL ALLISHA SEBAGAI MEDIA PROMOSI”
MAKANAN KHAS KEBUMEN DI INSTAGRAM

Fajar Wahyu Ramadhani
Jurusan Desain Komunikasi Visual
SekolahTinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia
fajarwahyur66@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi memaksa semua pihak untuk beradaptasi, termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam memasarkan produknya, mau tidak mau mereka harus melihat strategi digital marketing. Di era digital, media sosial menjadi platform salah satunya instagram sebagai media promosi. Oleh karena itu media promosi Sate Ambal Allisha makanan khas Kebumen berupa video iklan menjadi salah satu pilihan sebagai sarana media promosi agar dapat memperkenalkan produknya dengan memperhatikan strategi yang tepat dan informatif sesuai dengan kualitas produknya, untuk menarik target audiens atau konsumen karena iklan adalah proses komunikasi untuk menawarkan produk ke pasar yang lebih luas dan dapat dikenal di Indonesia

Kata Kunci: Video Iklan, Media Promosi, Sate Ambal, Instagram.

ADVERTISING VIDEOS
“ALLISHA AMBAL SATE AS A PROMOTIONAL MEDIA”
KEBUMEN SPECIAL FOOD ON INSTAGRAM

Fajar Wahyu Ramadhani
Major in Visual Communication Design
Indonesian School of Fine Arts and Design Vision
fajarwahyur66@gmail.com

ABSTRACT

The rapid development of technology forces all parties to adapt, including Micro, Small and Medium Enterprises. In marketing their products, like it or not they have to look at digital marketing strategies. In the digital era, social media has become a platform, one of which is Instagram as a promotional medium. Therefore, the promotional media for Sate Ambal Allisha, the typical Kebumen food in the form of video advertisements, is one of the choices as a means of promotional media in order to be able to introduce its products by paying attention to appropriate and informative strategies in accordance with the quality of the product, to attract the target audience or consumers because advertising is a communication process for offering products to a wider market and can be recognized in Indonesia.

Keywords: Advertising Video, Media Promotion, Sate Ambal, Instagram.