

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BRAND “MERJI”  
MENGUNAKAN VIDEO IKLAN DI INSTAGRAM

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:  
ISNA RISMAWATI  
11191046

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2022

**Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing**

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BRAND “MERJI”  
MENGUNAKAN VIDEO IKLAN DI INSTAGRAM**

**Disusun Oleh**

NAMA : ISNA RISMAWATI

NIM : 11191046

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
DIPLOMA III/STRATA 1  
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA**

Menyetujui

Dosen Pembimbing

Tanggal :



**Dwisanto Sayogo, M.Ds**

NIK. 091231133

**Lembar Pengesahan Dosen Pembimbing**

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BRAND “MERJI”  
MENGUNAKAN VIDEO IKLAN DI INSTAGRAM**

Tugas Akhir/Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan  
di hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual Sekolah  
Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Pada tanggal 9 Agustus 2022 di STSRD VISI Yogyakarta

**Dewan Penguji**

Pembimbing

Ketua Penguji



**Dwisanto Savogo, M.Ds**

NIK. 091231133

**Wahju Tri Widadijo, M.Sn.**

NIK. 98093052

Mengetahui,

Ketua STSRD VISI

Ketua Jurusan



**Sudjadi Tjipto Raharjo, M.Ds.**

NIP. 197502132005011001

**Dwisanto Savogo, M.Ds.**

NIK. 091231133

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas segala anugerah, berkat, dan kasih-Nya penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir karya disain dengan judul “Perancangan Media Promosi Brand “Merji” Menggunakan Video Iklan Di Instagram”.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan dan perancangan tugas akhir karya disain ini, penulis mendapat arahan, bimbingan dan dukungan semangat dari beberapa pihak. Oleh karena itu dari lubuk hati terdalam dan dengan segala hormat penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Sudjadi Tjipto Raharjo, M.Ds selaku direktur kampus STSRD VISI Yogyakarta.
2. Bapak Wahyu Tri Widadjo, M.Sn selaku dosen wali pembimbing akademik.
3. Bapak Dwisanto Sayogo, M.Ds selaku dosen pembimbing tugas akhir, terima kasih atas waktu, bimbingan dan arahan dalam tugas akhir karya disain ini.
4. Adhuha Lamapindo selaku owner Merji, yang telah mengizinkan penulis merancang media promosi brand Merji.
5. Keluarga dan teman-teman baik yang selalu mendukung dan memberikan semangat
6. Pihak-pihak yang tak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir karya disain ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan membantu penulis jauh lebih baik dalam berkarya untuk depannya. Akhir kata semoga karya disain ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi banyak pihak.

Yogyakarta, Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Lembar Persetujuan .....	ii
Lembar Pengesahan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	v
Daftar Gambar .....	vii
Daftar Tabel .....	viii

### **BAB I**

#### **PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	6
D. Tujuan Perancangan.....	6
E. Manfaat Perancangan .....	6
F. Skema Perancangan .....	7

### **BAB II**

#### **DATA DAN ANALISIS**

A. Data Objek .....	8
B. Analisa Objek dan target audiens .....	11
1. Analisis SWOT .....	11
2. Analisis 4P .....	12
3. Analisis Target Audiens .....	13
C. Referensi Perancangan .....	20
D. Landasan Teori .....	21
1. Definisi Videografi .....	21
2. Strategi Media .....	22
3. Media Promosi .....	23

## **BAB III**

### **KONSEP PERANCANGAN**

A. Konsep Verbal .....	35
1. Spesifikasi Media .....	35
2. Timeline Produksi.....	36
3. Storyline.....	36
4. Talent .....	40
5. Setting Tempat.....	45
B. Konsep Visual.....	47
1. Durasi Video Iklan .....	47
2. Grafik Cerita .....	48
3. Audio/ Backsound .....	49
4. Tone Warna .....	50
5. Tipografi .....	51
6. Media Iklan .....	52

## **BAB IV**

### **DESAIN**

A. Pra-Produksi .....	53
1. Alur .....	53
2. Sinopsis .....	53
B. Storyboard .....	55
C. Finalisasi .....	78

## **BAB V**

### **PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk brand Merji .....	3
Gambar 1.2 Logo brand Merji .....	4
Gambar 1.3 Profil Instagram Merji .....	5
Gambar 2.1 Profil Instagram Merji .....	8
Gambar 2.2 Feeds Instagram Merji .....	8
Gambar 2.3 Kustomer Menandai Merji .....	9
Gambar 2.4 Pamflet Acara .....	10
Gambar 2.5 Bazaar di AM.co Yogyakarta .....	10
Gambar 2.6 Bazaar di JNMBloc .....	11
Gambar 2.7. Kustomer di <i>offline store</i> .....	14
Gambar 2.8 Kustomer di <i>offline store</i> .....	15
Gambar 2.9 Kustomer di <i>offline store</i> .....	16
Gambar 2.10 Kustomer di <i>offline store</i> .....	17
Gambar 2.11 Kustomer di <i>offline store</i> .....	18
Gambar 2.12 Kustomer di <i>offline store</i> .....	19
Gambar 2.13 Referensi Perancangan .....	20
Gambar 2.14. <i>Visual editing</i> .....	28
Gambar 3.1 Tokoh Pesepeda .....	41
Gambar 3.2 Tokoh Anak Motor .....	42
Gambar 3.3 Tokoh Mahasiswa .....	43
Gambar 3.4 Tokoh Pekerja .....	44
Gambar 3.5 Jalanan dalam beteng Gading .....	45
Gambar 3.6 Jalanan kotabaru .....	45
Gambar 3.7 Teman Lama <i>Coffee</i> .....	46
Gambar 3.8 <i>Working Space</i> Pas Podjok .....	47
Gambar 3.9 Gambar Grafik Cerita .....	48
Gambar 3.10 <i>Backsound</i> .....	49
Gambar 3.11 <i>Tone warna</i> .....	50
Gambar 4.1 Pengambilan Gambar .....	78
Gambar 4.2 Proses Editing Video .....	78

Gambar 4.3 Proses Editing Audio .....	79
Gambar 4.4 Proses Color Grading .....	79



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema perancangan .....	7
Tabel 3.1 Tabel Grafik pra-produksi .....	36
Tabel 3.2 Tabel Grafik produksi .....	36
Tabel 3.3 Tabel Storyline .....	36