

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM  
BERSERI “SEMBUNG BATIK”**



**PENCIPTAAN/PERANCANGAN**

Oleh:

**Erland Dirgantara Rinjani Putra**

**NIM. 1412313024**

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN DESAIN**

**FAKULTAS SENI RUPA**

**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2019**

# **PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM BERSERI “SEMBUNG BATIK”**



**PENCIPTAAN/PERANCANGAN**

Oleh:

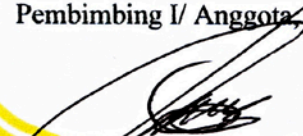
**Erland Dirgantara Rinjani Putra  
NIM. 1412313024**

**Tugas akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam bidang  
Desain Komunikasi Visual  
2019**

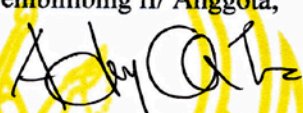
Tugas Akhir Penciptaan berjudul:

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM BERSERI “SEMBUNG BATIK”** diajukan oleh Erland Dirgantara Rinjani Putra, NIM 1412313024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal **27 Juni 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.


Pembimbing I/ Anggota,

  
**Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn.**  
NIP. 19801125 200812 1 003

Pembimbing II/ Anggota,

  
**Aditya Utama, S.Sos., M.Sn.**  
NIP. 19840909 201404 1 001

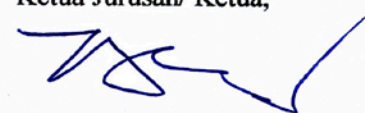
Cognate/ Anggota,

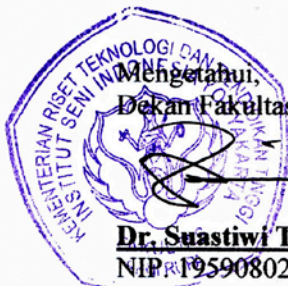
  
**Drs. Arif Agung S., M.Sn.**  
NIP. 19671116 199303 1 001

Ketua Program Studi/ Ketua/ Anggota,

  
**Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.**  
NIP 19720909 200812 1 001

Ketua Jurusan/ Ketua,

  
**Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MT.**  
NIP. 19770315 200212 1 005



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta

  
**Dr. Suastiwi Triatmodjo, M.Des.**  
NIP. 19590802 198803 2 002

Tugas Akhir Ini Dipersembahkan Untuk :  
Allah SWT  
Kedua Orang Tua  
Bapak Heri Saputra S.E. dan Ibu Sumarsih S.E.  
Kakek dan Nenek saya  
Saudara, Sahabat, Teman-Teman  
untuk Istriku di Masa Depan  
dan Dosen Desain Komunikasi Visual  
Kampus ISI Yogyakarta

## **LEMBAR MOTIVASI**

Berani tak kurangi umur, takut tak menambah umur. Jadi jangan pilih takut,  
karena membuat anda tak berguna.

“Novel Baswedan”

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Erland Dirgantara Rinjani Putra

NIM : 1412313024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dalam skripsi saya yang berjudul **PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM BERSERI “SEMBUNG BATIK”**, adalah hasil karya tulis saya sendiri dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 19 Juli 2019

Penulis,

**Erland Dirgantara Rinjani Putra**

NIM. 1412313024

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Erland Dirgantara Rinjani Putra

NIM : 1412313024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang DKV, dengan ini saya memberikan karya skripsi yang berjudul **PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM BERSERI “SEMBUNG BATIK”**, kepada ISI Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan dalam internet atau media lain, untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 19 Juli 2019

Penulis,

**Erland Dirgantara Rinjani Putra**

NIM. 1412313024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan kemudahan atas segala nikmat yang telah diberikan. *Shalawat* serta salam kepada nabi besar utusannya Muhammad *Shallallahu 'alaihi Wasallam*.

*Alhamdulillah*, setelah melewati proses yang cukup panjang dan melelahkan serta menguras tenaga dan pikiran, akhirnya skripsi ini telah terselesaikan. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan S-1 di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dengan judul **PERANCANGAN VIDEO IKLAN INSTAGRAM BERSERI “SEMBUNG BATIK”**, Perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan kembali kesadaran akan budaya batik bagi kaum muda dan dapat meningkatkan penjualan. Dari hasil perancangan yang telah dilakukan, skripsi ini tentunya masih banyak memiliki kekurangan. Oleh karenanya, penulis sangat mengharapkan adanya kritik, masukan dan saran dari pembaca. Mudah-mudahan dapat memberikan ilmu tambahan juga bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 19 Juni 2019  
Penulis,

**Erland Dirgantara Rinjani Putra**  
NIM. 1412313024



## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penyusunan tugas akhir penciptaan saya yang berjudul Perancangan Video Iklan Instagram Berseri “Sembung Batik” dapat terselesaikan dengan baik.

Dan shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada nabi kita, Rosulullah Muhammad SAW. Serta bagi keluarga sahabat, dan umatnya. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana strata 1 program studi Desain Komunikasi Visual, di Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Pada kesempatan ini saya Erland Dirgantara Rinjani Putra selaku penyusun tugas akhir ini, ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung dalam pembuatan tugas akhir ini, khususnya kepada :

1. Kepada Allah SWT, terimakasih atas segala nikmat yang Engkau berikan.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing kehidupan ini
3. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum, selaku Rektor Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta.
4. Dr. Suastiwi Triatmodjo, M.Des, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa (FSR), ISI Yogyakarta.
5. Wiwik Sri Wulandari, M.Sn., selaku Pembantu Dekan I, FSR, ISI Yogyakarta.
6. Yulyta Kodrat Prastyaningsih, ST., MT. selaku Pembantu Dekan II, FSR, ISI Yogyakarta.
7. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum, selaku Pembantu Dekan III, FSR, ISI Yogyakarta.
8. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MT., selaku Ketua Jurusan Desain, FSR, ISI Yogyakarta
9. Indiria Maharsi, M. Sn, selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Serta Kadek Primayudi, M.Sn. selaku sekretaris prodi DKV, ISI Yogyakarta.
10. Bapak Andi Haryanto, S.Sn, M.Sn, Dosen pembimbing I, atas segala dukungan, bantuan, waktu, dan motivasi sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

11. Bapak Aditya Utama, S.Sos., M.Sn, Dosen pembimbing II, atas segala dukungan, bantuan, waktu, dan motivasi sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
12. Bapak Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. Dosen Wali.
13. Seluruh jajaran dosen S-1 DKV dan Staff. terimakasih atas semua materi, teori, pelajaran yang sudah diberikan selama perkuliahan saya di DKV. Semoga kebaikan dan kesehatan selalu menyertai kalian semua.
14. Kepada kedua orang tua saya, yang selau memberi semangat, dukungan dan doa kepada saya hingga saat ini.
15. Kepada Kakek dan Nenek saya yang selalu memberi semangat, dukungan dan doa kepada saya hingga saat ini.
16. Kepada Sembung Batik, Keluarga Bapak Girin dan keluarga Bapak Bayu Permadi yang sudah memberi izin selama proses produksi dan wawancara.
17. Sahabat saya Singkir uye, Dian mutiara, Khadafi, Kikik yang selalu mendukung dan memotivasi.
18. Teman-teman crew selama suting berlangsung.
19. Kepada Studio Ruse yang selalu ada walau tiada, terutama kepada Jalu, Harryjow, Ketut, Angga kelompok tugas selama kuliah, serta teman teman Bandung Bondowoso Doyok, Irvan, Putri, Anang Makruf, Bahri, Boim.
20. Teman-teman Luwing DKV 2014.
21. Teman-teman SMSR Ryan, Tatak, Bayu, Mei dan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
22. Seluruh pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu-persatu.

## **ABSTRAK**

Kulon Progo memiliki berbagai keindahan alam serta berbagai budaya dan kesenian, salah satunya adalah batik yang dinilai kaya akan sarat teknik, simbol, dan budaya. Dengan perkembangan era saat ini batik semakin jarang dilestarikan bila tidak kaum muda yang melestarikan budaya. Dengan itu Sembung Batik ingin menawarkan produk batik yang kontemporer dengan menggunakan warna batik yang terang serta motif yang lebih bercorak yang cocok untuk anak muda saat ini.

Melihat masalah tersebut, perancangan video Instagram berseri Sembung batik sebagai media promosi yang dirancang untuk menawarkan batik yang dikemas secara modern serta tepat pada penggunaan media yang banyak digunakan anak muda. Dengan menunjukkan kredibilitas dari proses pembuatan hingga produk jadi yang siap digunakan secara bertahap melalui konsep cerita berseri di dalam iklan Instagram.

Kata kunci : Sembung Batik, Video Instagram, Promosi

## ABSTACT

*Kulon Progo has a variety of natural beauty as well as various cultures and arts, one of which is batik which is considered rich in techniques, symbols and culture. With the development of the current era batik is increasingly scarce if not young people who preserve culture. With that, Sembung Batik wants to offer contemporary batik products using bright batik colors and mottifes that are more patterned suitable for young people today.*

*See the problem, configuring Sembung batik Instagram videos as a promotional medium designed to offer packaged batik in a modern and appropriate manner in the use of media that are widely used by young people. By showing credibility from the manufacturing process to the finished product that is ready to be used gradually through the serial story concept in Instagram ads.*

*Keywords: Sembung Batik, Video Instagram, Promotions*

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
LEMBAR MOTIVASI .....	iv
PERYATAAN KEASLIAN KARYA .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH .....	ix
ABSTRAK .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Perancangan.....	3
D. Batasan Masalah .....	3
E. Manfaat Perancangan .....	3
F. Definisi Oprasional .....	4
G. Metode Perancangan.....	5
H. Metode Analisis .....	6
I. Sistematika Penulisan .....	7
J. Sistematika Perancangan .....	8

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS.....	9
A. Definisi dan Teori .....	9
1. Film Iklan .....	9
2. Iklan .....	9
3. Promosi.....	10
4. <i>Brand</i> .....	10
5. <i>Brand Awareness</i> .....	11
6. <i>Social Media Marketing</i> .....	11
7. Sinematografi .....	13
8. Camera angle .....	15
9. Teknik <i>Handheld</i> .....	17
10. Teknik <i>smooth transition</i> .....	18
11. Penerapan layout.....	18
B. Data.....	19
C. Tinjauan Masalah Perajin .....	23
1. Nama usaha perajin.....	23
2. Sejarah Sembung Batik.....	24
3. Prestasi .....	25
4. Proses pembuatan .....	25
D. Lokasi .....	32
1. Alamat dan Kontak .....	32
2. Lendah .....	33
E. Data visual .....	33
1. Foto Produksi.....	33
2. Foto Lokasi Produksi .....	35
3. Foto galery .....	36
4. Foto produk.....	36
F. Analisis Data.....	39
G. Kesimpulan Analisis Data .....	40
 BAB III KONSEP DAN PERANCANGAN .....	 41
A. Konsep Pemasaran.....	41
B. Konsep Kreatif.....	42

C. Konsep Media.....	48
D. Program Media .....	50
<b>BAB VI KONSEP DAN PERANCANGAN.....</b>	<b>51</b>
A. Pra Produksi.....	51
1. Story line.....	51
2. <i>Shoting Script</i> .....	52
3. <i>Storyboard</i> .....	63
B. Produksi .....	73
1. Peralatan.....	73
2. Lokasi/Aktris/Aktor .....	73
3. <i>Shooting schedule</i> .....	75
4. Biaya Produksi .....	76
C. Kerabat Kerja Produksi.....	78
D. Pasca Produksi .....	78
1. <i>Editing</i> .....	78
2. <i>Element Audio</i> .....	80
E. Karya Jadi .....	81
F. Layout feed Instagram .....	91
G. Media Pendukung .....	92
1. Desain poster Instagram <i>Story</i> dan Instagram <i>ads</i> .....	92
2. <i>Link lable barcode</i> .....	94
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Iklan konvensional dan media social Sembung Batik.....	2
Gambar 2. Logo dan logo <i>type</i> Instagram .....	12
Gambar 3. <i>Layout feed</i> .....	13
Gambar 4. <i>Layout grid</i> .....	13
Gambar 5. Batik tulis .....	20
Gambar 6. Kain mori.....	22
Gambar 7. Malam.....	22
Gambar 8. Logo Sembung Batik.....	23
Gambar 9. Proses persiapan .....	25
Gambar 10. Alat cap sembung batik .....	26
Gambar 11. Peralatan wajan cap malam sembung batik .....	26
Gambar 12. Proses pemolaan batik .....	27
Gambar 13. Proses pencanthingan batik 1 .....	28
Gambar 14. Proses pewarnaan 1 .....	28
Gambar 15. Proses pencanthingan batik 2 .....	29
Gambar 16. Proses pewarnaan 2 .....	29
Gambar 17. Proses pewarnaan 3 .....	30
Gambar 18. Proses pengeringan 1 .....	30
Gambar 19. Proses pelorodan .....	31
Gambar 20. Proses pengeringan 2.....	31
Gambar 21. Display gallery .....	32
Gambar 22. Peta Kulon Progo .....	33
Gambar 23. Pengecapan.....	33
Gambar 24. Pewarnaan .....	34
Gambar 25. Proses pewarnaan .....	34
Gambar 26. Proses penchatingan .....	34
Gambar 27. Proses pelipatan.....	35
Gambar 28. Tempat produksi Sembung Batik.....	35
Gambar 29. Lokasi produksi 2 .....	35
Gambar 30. Penerimaan tamu kunjungan dinas DPR RI.....	36
Gambar 31. Tempat Galeri.....	36
Gambar 32. Foto prodak .....	36
Gambar 33. Foto dan model.....	37
Gambar 34. <i>Fashion show</i> .....	37
Gambar 35. <i>Foto sesion</i> .....	37
Gambar 36. Foto produk .....	38
Gambar 37. Foto produk .....	38
Gambar 38. Foto produk .....	38
Gambar 39. Foto produk .....	39
Gambar 40. Grading F-9380-LOG-STD.....	46
Gambar 41. Transisi .....	46
Gambar 42. <i>Editing</i> .....	79
Gambar 43. <i>Editing</i> .....	79
Gambar 44. <i>Editing design</i> .....	79
Gambar 45. <i>Proses Recording voice over</i> .....	71
Gambar 46. <i>Proses Recording voice over</i> .....	81



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Program media .....	50
Tabel 2: Peralatan dan kebutuhan selama produksi .....	73
Tabel 3: Shooting schedule 1 .....	75
Tabel 4: Shooting schedule 2 .....	75
Tabel 5: kebutuhan crew selama proses produksi.....	76
Tabel 6 : Biaya produksi.....	76

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

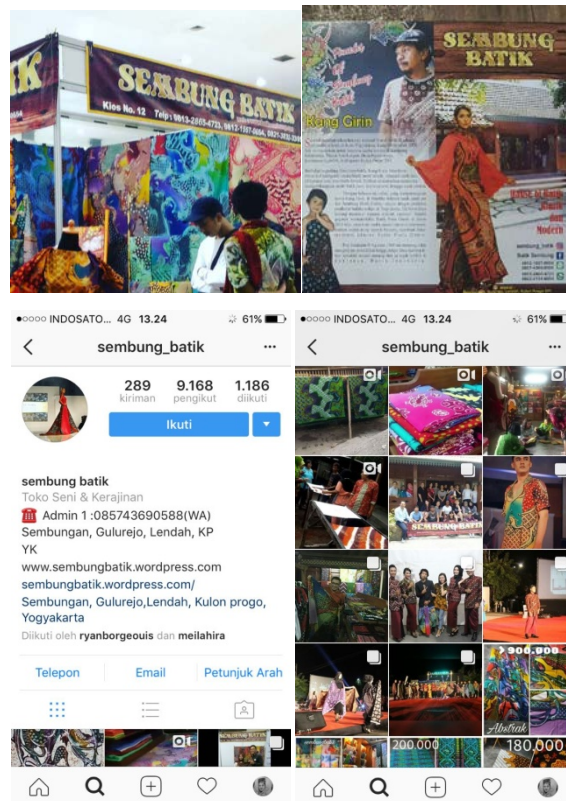
Indonesia merupakan negara yang kaya akan kebudayaan baik berupa kesenian, produk makanan dan pakaian. Salah satu kekayaan Indonesia berupa produk pakaian diantaranya adalah pakaian batik. Batik Indonesia masuk dalam 76 warisan budaya non benda dunia, batik dinilai kaya akan sarat teknik, simbol, dan budaya yang terkait dengan kehidupan masyarakat. Hal ini tentu saja membanggakan kita karena sebelumnya batik juga diklaim oleh negara lain sebagai warisan nenek moyang mereka (Susantio Djulianto, 2012:1) maka dari itu kaum muda sebaiknya dapat berkontribusi atau melestarikan batik yang menjadi warisan asli Indonesia.

Warisan ragam corak hingga motif batik terdapat pada setiap budaya hingga dapat menjadikannya sebagai identitas suatu daerah. Sebagai contoh motif batik yang dapat kita jumpai di Pulau Jawa antara lain parang, sogan, mega mendung, lurik dan berbagai motif yang sudah turun temurun diproduksi disetiap daerahnya. Di Pulau Jawa sudah tidak asing lagi bila kain batik diproduksi di beberapa kota seperti Solo dan Yogyakarta bahkan di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat salah satu kabupaten yang memproduksi kain batik yaitu Kabupaten Kulon Progo. Kabupaten yang terkenal dengan makanan khasnya berupa geblek renteng ini merupakan salah satu penghasil batik, salah satunya Kecamatan Lendah dengan *brand* yaitu Sembung Batik.

Produk-produk Sembung Batik memiliki warna khas yang berbeda dari batik Jawa Tengah maupun di beberapa kabupaten Yogyakarta karena warnanya lebih *variatif* dan *modern*. Pembuatanya menggunakan warna-warna terang dengan perpaduan berbagai teknik batik dan abstrak sehingga menciptakan berbagai macam motif yang berbeda memadukan antara modern dan tradisional, sehingga warna-warna Sembung Batik terlihat cenderung kontemporer menyerupai warna *psychedelic* yang lebih kaya warna sehingga lebih dekat bagi kaum muda. Hasil dari produk kain yang satu dengan kain yang lain akan mempunyai motif batik yang berbeda, karena proses

membatiknya yang rumit dengan cara memadukan antara batik manual dan batik cap.

Di era dunia yang serba digital saat ini informasi perkembangan *fashion* di Indonesia akan berkembang dengan pesat melalui informasi *social media* dengan didukung banyaknya pameran, beberapa pameranya adalah Indonesia *Fashion Week*, *Jogja Fashion Week* dan *Jogja Internasional Batik Biennale*, dengan beberapa acara tersebut yang bertujuan memberi peluang untuk kembali melestarikan budaya batik khususnya terhadap anak muda, sedangkan saat ini solusi media alternatif promosi dari Sembung Batik hanya menggunakan iklan konvensional meskipun Sembung Batik sudah menggunakan *social media* mereka belum maksimal dapat menggunakan karena terbatasnya keahlian untuk mengemas iklan secara menarik.



Gambar 1. Iklan konvensional Sembung Batik dan media social sembung  
(Sumber: Dokumentasi Sembung Batik. 2019)

Dengan adanya iklan *social media* diharapkan mampu menjadi alternatif media promosi untuk menyampaikan pesan dan membangun *brand image* dalam batik terhadap anak muda. Melalui media promosi di Instagram peluang untuk mengenalkan batik terutama kepada kaum muda cukup terbuka karena

dengan adanya internet saat ini anak muda lebih memilih mengakses informasi melalui *social media* yang lebih modern serta fokus terhadap foto, video dengan fitur yang mendukung promosi serta dapat digunakan bagi yang ingin mengiklankan produk. Selain dapat meningkatkan penjualan juga dapat melestarikan budaya lokal batik memberikan dampak positif dengan mengenalkan produk batik melalui pola-pola ornamen yang beraneka macam bentuk, warna yang menarik serta proses pembuatan yang langsung dikerjakan oleh para pembatik lokal di Lendah Kulon Progo.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang video iklan Instagram yang mampu meningkatkan *brand awareness* dari Sembung Batik terhadap target *audience* ?

## **C. Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan video iklan Instagram untuk meningkatkan *brand awareness* dari Sembung Batik terhadap target *audience*.

## **D. Batasan Masalah**

Batasan pokok bahasan

Agar perancangan dapat tersampaikan maka di dalam perancangan ini fokus terhadap media konten Instagram Sembung Batik dengan video iklan dan menggabungkan video dan cover desain supaya *terlayout* dan di dalam *feed* tersebut karena masalah yang diangkat hanya sebatas video promosi.

## **E. Manfaat Perancangan**

Adapun manfaat perancangan ini bagi beberapa kalangan, Manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perancang (Mahasiswa)

Manfaat bagi (mahasiswa) perancang adalah menambah pengetahuan akan pengelolaan iklan *social media* dan sebagai perangsang kreatifitas dan inovasi dalam beriklan.

2. Bagi Institusi

Sebagai tambahan literatur dan acuan riset mengenai iklan social media Instagram serta referensi iklan.

3. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan adalah meningkatkan *brand awareness* dan *brand image* yang nantinya berpengaruh pada penjualan produk.

## **F. Definisi Oprasional**

Agar tidak terjadi salah penafsiran terhadap judul dan ruang lingkup masalah yang diteliti, penulis akan mendefinisikan secara operasional defenisi-defenisi yang terdapat dalam penelitian ini. Adapun defenisi-defenisi operasional yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Video Iklan Instagram

Jenis video iklan Instagram ini berdurasi sangat singkat, dengan durasi maksimal 1 menit. Iklan dibuat sebagai informasi atau pesan dari para produsen dengan tujuan adanya *feed back* terhadap informasi yang disampaikan seperti balasan komentar, membeli, menggunakan, menambahnya jumlah *follower* serta *viewer* atau mengikuti saran dan pesan yang disampaikan.

2. Berseri

Dalam kamus KBBI arti kata serial adalah berturut-turut/berurutan /bersambung, serta dengan tambahan awalan ber- berfungsi sebagai pembentuk kata kerja, serta bila digabungkan menjadi berserial dan disederhanakan menjadi berseri.

### 3. Sembung batik

Sembung Batik adalah salah satu pelopor produsen batik kontemporer di desa wisata sentral batik di Kulon Progo dengan alamat lengkap Sembungan, Gulurejo, Lendah, Kulon Progo, Yogyakarta. Motif kain pada Sembung Batik cenderung abstrak dan kontemporer dengan memakai warna-warna terang dan memiliki ciri khas yang berbeda pada setiap kain yang diproduksi. Sembung Batik menyediakan produk kain dan baju *custom* sesuai keinginan pemesan.

## **G. Metode Perancangan**

Agar tujuan dari perancangan ini sesuai dengan yang diharapkan digunakan metode perancangan sebagai berikut :

### 1. Data primer

Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya dengan melakukan wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).

### 2. Data sekunder

Data penelitian yang diambil dari sumber pengamatan online, website, blog, buku, atau catatan yang sudah ada baik yang sudah dipublikasi maupun tidak.

### 3. Data visual

Berupa dokumentasi foto, gambar, dan video untuk membantu dalam pencarian data di lapangan.

#### 4. Instrumen/ alat pengumpulan data

Instrumen pengumpulan data adalah berbagai sarana atau alat bantu penelitian yang akan digunakan untuk melaksanakan seluruh tahap pengumpulan data, antara lain :

- a. Kamera
- b. Hp perekam suara
- c. Buku dan alat tulis
- d. Komputer
- e. Perangkat internet

### H. Metode Analisis

Analisis yang digunakan adalah metode *SWOT*. *SWOT* adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim *SWOT* (*strengths, weaknesses, opportunities dan threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor *internal* dan *eksternal* yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

#### 1. *Strenght* (kekuatan)

Bagaimana situasi atau kondisi dari kekuatan produk Sembung Batik pada saat ini ?

#### 2. *Weakness* (kelemahan)

Bagaimana situasi atau kondisi dari kelemahan produk Sembung Batik ?

#### 3. *Opportunity* (kesempatan)

Bagaimana Peluang produk Sembung Batik pada masa depan?

#### 4. *Threat* (ancaman)

Apa yang mampu membuat ancaman kepada produk Sembung Batik yang akan datang pada masa depan ?

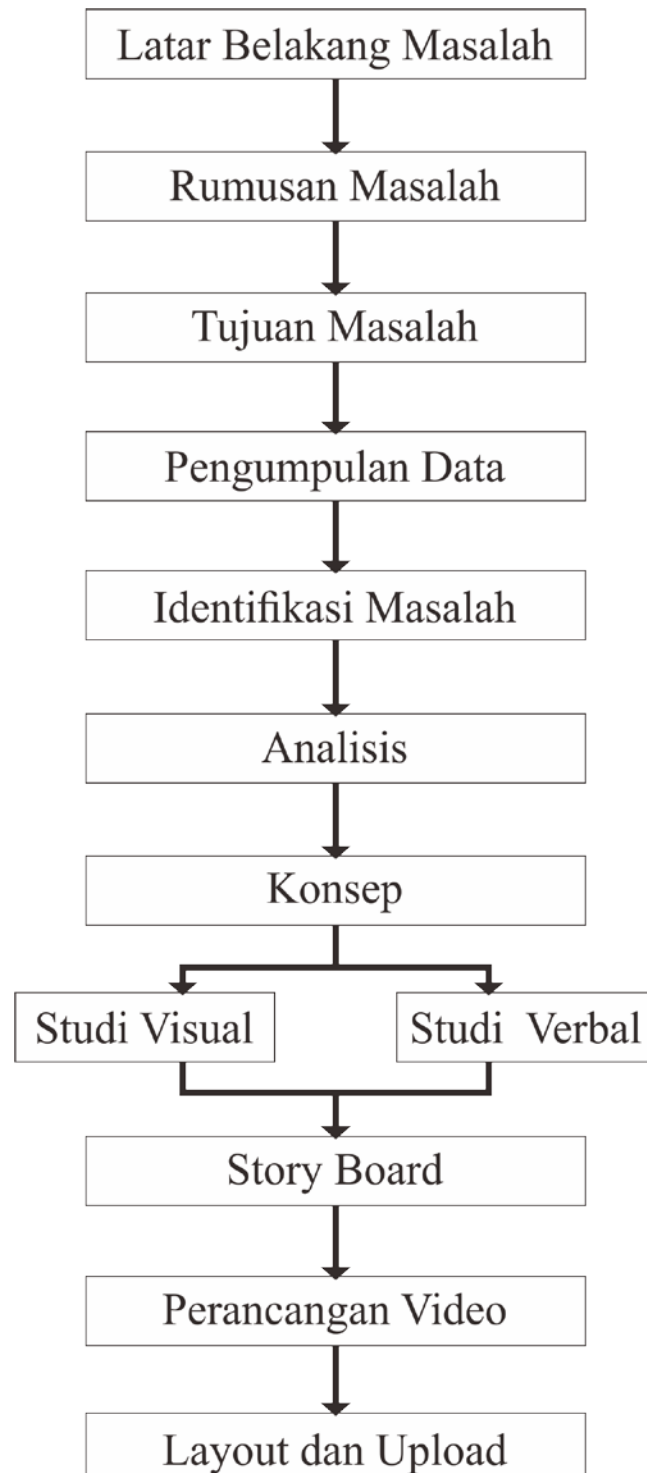
## **I. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan tugas akhir perancangan video iklan Instagram berseri “Sembung Batik”, adalah sebagai berikut:

1. Bab pertama adalah pendahuluan, yaitu berupa uraian yang terdiri dari beberapa sub bagian yaitu latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan perancangan dan metode perancangan.
2. Bab kedua berupa identifikasi data dan analisis. Terdiri dari beberapa sub bagian dan pengumpulan data, pengolahan data, penetapan obyek perancangan.
3. Bab ketiga adalah konsep perancangan, merupakan dasar pikiran dan perancangan komunikasi visual berupa konsep media dan konsep kreatif.
4. Bab keempat berupa perancangan dan final video sebagai eksekusi dari hasil perancangan video iklan Instagram berseri “Sembung Batik”.
5. Bab kelima berupa kesimpulan dan saran.



## J. Sistematika Perancangan



Bagan 1. Sistematika Perancangan  
(Sumber: Erland Dirgantara, 2019)