

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

The Barisco Coffe and Talk merupakan industri coffee shop yang berada di daerah Bantul, Yogyakarta. The Barisco Coffe and Talk ini termasuk industri *coffee shop* baru, yang belum banyak dikenal oleh para konsumen. Pada era sekarang ini banyak bermunculan industri coffee shop yang sangat pesat. Makna coffee shop saat ini mengalami pergeseran, dimana mengunjungi coffee shop bukan hanya sebagai tempat untuk melakukan aktivitas konsumsi, namun coffee shop juga dapat digunakan sebagai tempat mengisi waktu luang, rapat kerja, dan bertemu kerabat.

Seiring berkembangnya industri saat ini, coffee shop di Indonesia mengalami banyak perubahan khususnya perubahan konsep sehingga marak bermunculan coffee shop bernuansa modern yang disesuaikan dengan gaya hidup konsumen saat ini. Menarik persaingan industri coffee shop kedalam suatu tingkat baru dimana yang terbaiklah yang dapat bertahan, maka dari itu perusahaan harus dapat bertahan dalam menghadapi dunia industri yang semakin bersaing. Salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Perkembangan teknologi informasi saat ini dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah periklanan, khususnya periklanan dalam berbagai media video bagi usaha sebuah coffee shop sangat diperlukan. Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk

mempromosikan usaha di suatu tempat, periklanan video selalu menggunakan berbagai komposisi tersebut seperti, audio, video, gambar, dan text. Dengan melalui penyampaian informasi secara visual ke dalam bentuk iklan dengan menggunakan teknik *motion graphic*, teknik ini adalah bentuk pengembangan dari desain grafis yang digunakan untuk membuat video iklan dan teknik ini adalah elemen penting yang harus ada, dan *live shoot* sendiri adalah teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung. Dengan menggunakan kedua teknik tersebut diharapkan mampu memberikan informasi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Saat ini pihak The Barisco Coffee and Talk masih menggunakan gambar dan foto untuk mempromosikan produk dan informasi penting semisal ada potongan harga atau promo menarik dari pihak manajemen The Barisco Coffee and Talk. Dengan menggunakan iklan video dapat meringkas informasi lebih singkat dibandingkan menggunakan gambar dan tulisan yang mungkin memerlukan teks yang panjang untuk menyampaikan sebuah informasi. Oleh karena itu The Barisco Coffee and Talk membutuhkan iklan berupa video untuk mempromosikan produknya yang menggunakan gambar atau foto yang memerlukan teks yang panjang agar dapat mempersingkat gambar atau foto dengan teks panjang tersebut yang terkadang membuat konsumen malas untuk membacanya menggunakan teknik *live shot*, dan *motion graphic* supaya lebih menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat video promosi The Barisco Coffe and Talk Menggunakan Metode *Motion Graphic* dan *Live Shoot* yang bisa memberikan informasi untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan The Barisco Coffe and Talk, penulis membatasi masalah pada hal-hal tersebut:

1. Pembuatan iklan ini menggunakan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shot*.
2. Video tersebut diunggah ke feed instagram The Barisco Coffe and Talk.
3. Hasil pembuatan video iklan ini berbentuk video dengan standar resolusi 1080p, standar BC H.264, ekstensi file .MP4.
4. Ruang lingkup penelitian berada di area The Barisco Coffe and Talk.
5. Video berdurasi kurang lebih 1 menit.
6. Software yang digunakan Adobe Premiere Pro 2020, After Effect 2020.
7. Metode pengembangan menggunakan produksi dan pasca produksi.
8. Metode Testing yang digunakan adalah *Alpha Testing* dan *Beta Testing*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun Maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain:

Maksud Penelitian:

1. Membuat iklan The Barisco Coffe and Talk dengan menggabungkan teknik *live shot* dan *motion graphic* secara personal sesuai dengan kemampuan sendiri.
2. Membantu mempromosikan The Barisco Coffe and Talk agar dapat menarik minat para pembeli dan pelanggan.

Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui pengaruh periklanan pada keputusan pembeli dan pelanggan The Barisco Coffe and Talk.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup pada keputusan pembeli dan pelanggan The Barisco Coffe and Talk.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Pada metode ini dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada lokasi.

b. Metode wawancara

Pada metode ini dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang akurat.

1.5.2 Metode Analisis

a. Analisis SWOT

Analisis kebutuhan dalam proses identifikasi pada penelitian.

b. **Kebutuhan Fungsional**

Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang berhubungan langsung dengan penelitian ini.

c. **Kebutuhan Non-Fungsional**

Analisis kebutuhan non-fungsional bertujuan untuk mengetahui perangkat keras dan perangkat lunak apa saja yang dibutuhkan selama pembuatan video infografis tersebut.

1.5.3 Metode Perancangan

Tahap Pra Produksi merupakan tahap perencanaan. Disini semua hal yang berkaitan dengan pembuatan motion graphic dan live shoot dipersiapkan. Seperti membuat konsep video, membuat naskah, *storyboard* alur, dan pengumpulan data.

1.5.4 Metode Pengembangan

1. **Produksi**

Tahap produksi merupakan tahap memproduksi semua kebutuhan yang sudah ditentukan saat tahap pra produksi seperti pembuatan motion dan melakukan perekaman footage *live shoot* di the barisco coffe and talk.

2. **Pasca Produksi**

Merupakan bagian terakhir dari rangkaian proses pembuatan. Video akan di edit dan disempurnakan sehingga menjadi hasil video yang sudah jadi. [12]

1.5.5 Metode Testing

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian apakah video yang telah dibuat sesuai dengan apa yang dibutuhkan untuk promosi tersebut, serta apakah pesan dan isi yang disampaikan dalam video tersebut dapat dimengerti dan dipahami. Metode testing yang digunakan adalah *Alpha Testing* dan *Beta Testing*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai isi dari skripsi ini, maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menguraikan tinjauan pustaka dan landasan teori yang dimulai dengan tinjauan pustaka, dan konsep dasar pembuatan video live shoot yang menggunakan teknik *motion graphic*.

BAB III ANALISIS dan PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil The Barisco Coffe and Talk, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI dan PEMBAHASAN

Didalamnya menjelaskan tentang pembuatan video promosi pada The Barisco Coffe and Talk dan hasil pengujian terhadap video yang dibuat

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dibuat.

