

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dan memiliki peran yang penting dalam bidang apapun. Salah satunya internet merupakan salah satu media informasi yang dikenal sebagai media sosial . Perkembangan media social kini semakin berkembang, salah satunya yaitu Instagram.

Pemilihan media utama promosi yang tepat sangat mempengaruhi hasil dari kegiatan promosi. Media sosial saat ini menawarkan berbagai fitur yang mendukung kegiatan promosi. Salah satunya yaitu Instagram, saat ini Instagram telah memberikan fitur akun bisnis yang sangat menguntungkan bagi pengusaha dalam mempromosikan usahanya.

Video promosi memiliki beberapa kelebihan yaitu memiliki daya jangkau yang luas, menampilkan realita objek dan dapat diaplikasikan dengan berbagai macam media digital yang salah satunya media Instagram. Video promosi bisa menjadi solusi bagi pelaku usaha untuk menjangkau para konsumennya.

IVY Coffee Yogyakarta merupakan coffee shop yang berada di Yogyakarta, Jl. Sidomukti, Tiyosan, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. IVY Coffee Yogyakarta berdiri sejak bulan Juli 2017. IVY Coffee Yogyakarta memiliki konsep Vintage dengan menu andalan beraneka ragam seperti croissant, red velvet, blackforest dan berbagai macam menu minuman Coffee, Chocolate, Milk Shake, dan Squash . IVY Coffee memiliki fasilitas free wifi, booking party dan barbeque party.

Menurut Manager IVY Coffee Yogyakarta promosi untuk menarik konsumen sudah dilakukan dengan media sosial intagram, tetapi hanya sebagai katalog untuk memberikan informasi tentang menu dan suasana

kafe. Manager IVY Coffee merasa metode promosi yang dilakukan tersebut dirasa kurang. Manager IVY Coffee ingin meningkatkan promosinya menggunakan video iklan pada media sosial instagram yang sudah dimiliki maupun promosi menggunakan akun bisnis yang lebih besar. Tetapi dikarenakan kurangnya kemampuan sumber daya manusia dalam pembuatan video iklan tersebut maka hal itu belum dapat dilakukan.

Berdasarkan masalah tersebut di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “ Perancangan dan Pembuatan Iklan Instagram Sebagai Media Promosi IVY Coffee Yogyakarta”. Video iklan akan dibuat menyesuaikan dengan kebutuhan IVY Coffee Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu “Bagaimana membuat video iklan pada IVY Coffee Yogyakarta sebagai media promosi ?”

1.3 Batasan Masalah

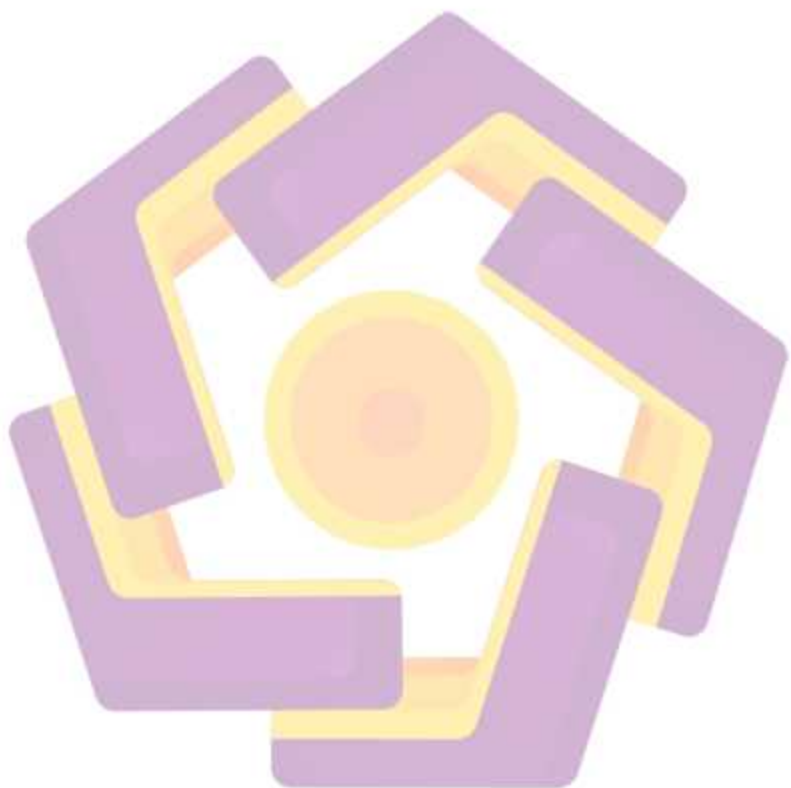
Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Penelitian ini dilakukan IVY Coffee Yogyakarta
- b. Video iklan berdurasi 60 detik.
- c. Target penayangan video iklan di Media Sosial Instagram IVY Coffee Yogyakarta.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Membuat video iklan sesuai dengan kebutuhan objek agar dapat dijadikan media promosi.
- b. Membantu IVY Coffee Yogyakarta agar dapat dikenal masyarakat.



1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Sebagai media promosi Ivy Coffee Yogyakarta
- b. Membantu masyarakat umum mengetahui informasi mengenai Ivy Coffee Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti, dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah, salah satu metode yang dapat dilakukan yaitu dengan metode observasi, Observasi dilakukan dengan cara mendatangi IVY Coffee Yogyakarta untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat. Metode observasi ini dapat dilakukan secara langsung mengamati di lapangan serta melalui tes, kuesioner, rekaman gambar.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti, dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah, salah satu metode yang dapat dilakukan yaitu wawancara, metode ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak terkait. Berdasarkan wawancara dengan pihak IVY Coffee Yogyakarta didapatkan bahwa promosi IVY Coffee Yogyakarta belum dilakukan secara serius melalui media sosial instagram serta

setelah melakukan diskusi dengan manager di dapatkan bahwa, manager IVY Coffee Yogyakarta ingin membuat video iklan yang dapat menampilkan kafe secara informatif dan dapat di visualisasikan lebih menarik agar dapat digunakan untuk media promosi.

1.6.1.3 Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan mengumpulkan informasi yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, informasi ataupun data yang diperoleh dapat berasal dari buku, Karya ilmiah, jurnal, internet, dan lain lain.

1.6.2. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT yaitu dengan menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) IVY Coffee Yogyakarta.

1.6.3. Metode Perancangan

Metode pembuatan iklan di IVY Coffee Yogyakarta ini mempunyai tahap perancangannya yang terdiri dari beberapa langkah yaitu proses Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

1.6.4. Metode Testing

Peneliti melakukan testing menggunakan metode kuisioner pada mahasiswa dan masyarakat umum untuk mendapatkan hasil respon yang maksimal, dan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian dan penayangan di media sosial instagram.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan dan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode testing dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yaitu menguraikan tinjauan pustaka, konsep dasar video, iklan, motion graphic, live shoot, memproduksi sebuah video berupa video iklan ,dan metode analisis.

BAB III PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang profil singkat IVY Coffee Yogyakarta serta pembahasan mengenai ide cerita, naskah, Storyboard, dan analisis mengenai proses pra produksi.

BAB IV RANCANGAN SISTEM DAN IMPLEMENTASI

Bab ini berisi tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas, bab ini akan membahas tahap produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi sumber-sumber ataupun buku-buku referensi atau acuan yang digunakan dalam penyusunan skripsi.

LAMPIRAN