

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, tempat atau kedai untuk menikmati kopi sudah menjadi tempat favorit untuk menghabiskan waktu luang bagi para penikmat kopi yang mana kedai tersebut dikenal sebagai salah satu tempat untuk melakukan banyak kegiatan seperti diskusi kelompok, musyawarah, dan bisa juga untuk membahas ruang lingkup bisnis.

Periklanan televisi merupakan media yang sudah dipakai perusahaan atau kelompok tertentu dan menjadi salah satu jembatan untuk memenuhi kebutuhan promosi yang mempunyai karakteristik dan persuasif sehingga menarik dimata konsumen dengan bertujuan untuk memberikan informasi dan memperkenalkan sebuah produk baru ataupun menunjukkan sebuah tempat sehingga dapat tepat sasaran.

Saat ini pemilik kedai kopi (warung kopi) belum memiliki media promosi berbasis multimedia periklanan yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi untuk memikat daya tarik konsumen baru selain penikmat kopi sejati untuk memperluas segmen pasar menggunakan media periklanan televisi yang dapat memberikan informasi yang tepat untuk konsumen sehingga Mato Kopi Yogyakarta dapat meningkatkan pengunjung melalui media periklanan televisi tersebut.

Melalui media periklanan televisi pemilik kedai kopi dapat dengan mudah membawa pesan iklan yang dapat tersampaikan dalam bentuk gerakan, visual, dan juga audio kepada konsumen, dengan audio dan tekstur gambar, televisi seakan jalan mudah untuk menyampaikan iklan produk baru kepada konsumen, sehingga konsumen lebih nyaman menyimak iklan yang disajikan oleh perusahaan tersebut.

Dengan melihat latar belakang masalah diatas maka dalam penelitian ini berjudul PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI MATO KOPI YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dapat didefinisikan adalah bagaimana merancang dan membuat iklan televisi untuk Mato Kopi Yogyakarta sebagai media promosi yang dapat tepat sasaran?

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menghindari terlalu melebar nya objek penelitian, maka di butuhkan batasan masalah, antara lain:

- 1) Perancangan dan pembuatan video iklan televisi ini dilakukan di Mato Kopi Yogyakarta.
- 2) Proses pembuatan iklan televisi ini mengikuti alur praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.
- 3) Iklan ini menggunakan format standar H.264 720 (*High Definition*) dengan ukuran 1280px x 720px dengan format ekstensi mp4.
- 4) Iklan Mato Kopi Yogyakarta berdurasi sampai 60 detik.

- 5) Perancangan dan pembuatan video iklan televisi ini menggunakan teknik *live shoot*, dan juga implementasi efek *motion graphics*.
- 6) Dalam penelitian ini dari hasil pembuatan video iklan hanya sampai pada tahap uji coba (testing).
- 7) Dalam pembuatan iklan televisi ini menggunakan *software* Adobe Premiere Pro CC, Adobe AfterEffects CC, Adobe Soundbooth CS5.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada program studi Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- 2) Mengaplikasikan ilmu pengetahuan dari bidang multimedia periklanan yang bisa menghasilkan iklan yang presentatif dari sebuah kedai kopi di Mato Kopi Yogyakarta.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Merancang sebuah video iklan televisi berbasis multimedia yang dapat dijadikan sebagai media promosi kedai kopi untuk Mato Kopi Yogyakarta.
- 2) Mengetahui kelayakan video iklan untuk digunakan sebagai pendukung promosi untuk Mato Kopi Yogyakarta.
- 3) Membuat video iklan televisi yang dapat dijadikan Mato Kopi Yogyakarta untuk promosi ke salah satu saluran televisi lokal maupun nasional.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan informasi dan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1) **Metode Observasi**

Dengan melakukan observasi atau penelitian langsung pada objek penelitian di Mato Kopi Yogyakarta.

2) **Metode Wawancara**

Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi dari pihak Mato Kopi Yogyakarta untuk mengisi hasil penelitian ini.

3) **Referensi Internet**

Dengan membaca dan meringkas informasi dari internet yang bisa di jadikan referensi dalam penulisan dan perancangan iklan.

### **1.5.2 Metode Analisis**

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai identifikasi dari berbagai faktor-faktor sistematis untuk merumuskan strategi iklan televisi pada kedai kopi di Mato Kopi Yogyakarta.

### **1.5.3 Metode Perancangan**

Metode perancangan dalam penelitian ini merupakan salah satu tahapan penting dalam pembuatan iklan Mato Kopi Yogyakarta yang

secara teknis memerlukan beberapa hal, diantaranya adalah ide, konsep, dan alur perancangan iklan.

#### 1.5.4 Metode Pengembangan

Metode Pengembangan dalam penelitian ini menggunakan metode pengembangan multimedia yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu *concept, design, material collecting, assembly, testing* dan *distribution*:

1) *Concept*

Tahap untuk menentukan tujuan dan siapa pengguna program. Selain itu menentukan apa macam video iklan dan tujuannya.

2) *Design*

Tahap membuat video detail mengenai desain video iklan, pesan iklan, gaya iklan, dan kebutuhan bahan untuk video iklan.

3) *Material Collecting*

Tahap dimana pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan untuk pembuatan video iklan.

4) *Assembly*

Tahap dimana semua obyek atau bahan multimedia dibuat, pembuatan video iklan didasarkan pada tahap *design*.

5) *Testing*

Tahap ini dilakukan setelah selesai pembuatan dengan memutar video iklan dan dilihat apakah ada kesalahan atau tidak. Tahap ini

juga menjadi tahap pengujian alpha dimana pengujian dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatnya sendiri.

6) *Distribution*

Tahapan dimana video iklan disimpan dalam suatu media penyimpanan.

Didalam penelitian ini hanya dibahas sampai pada tahap *testing*.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Gambaran umum sistematika didalam penelitian ini terdiri dari lima bab dengan beberapa sub bab dengan menggunakan sistematika yang sederhana agar lebih mudah menjelaskan permasalahan menjadi terarah dan tepat sasaran. Adapun uraian singkat mengenai isi penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi landasan dari penelitian yang digunakan sebagai dasar penelitian.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis, rancangan dari proses pembuatan iklan.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang implementasi dan pembahasan dari perancangan dan hasil pembuatan video iklan televisi Mato Kopi Yogyakarta.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini Merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran yang digunakan dalam pengembangan dan sebagai subjek penelitian selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

