

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mitulungi Coffee merupakan salah satu Coffee shop yang berada di Yogyakarta yang beralamat di Jalan Waringin No. 165 Banguntapan Bantul Karang Bendo Wetan, Yogyakarta. Coffee shop tersebut mulai di rintis oleh sang owner pada tahun 2018 akhir dengan konsep *Homey* yang menciptakan suasana yang cukup nyaman. Mitulungi Coffee sendiri menjual berbagai macam menu dengan bahan dasar kopi dan berbagai macam makanan. Dalam pembuatan kopi tersebut terdapat dua macam teknik yang digunakan, mulai dari Manual Brew dan Espresso yang dimana dari ke-dua teknik tersebut akan menciptakan sebuah rasa yang berbeda. Di Mitulungi Coffee juga terdapat *Mini Roastery* dan berbagai macam biji kopi pilihan yang terjamin kualitasnya.

Menurut owner dari Mitulungi Coffee pihaknya baru mempromosikan Coffee shop tersebut melalui media sosial Instagram dan hanya mengandalkan posting dalam bentuk foto untuk memperkenalkan produknya, akan tetapi promosi dalam bentuk foto tersebut sangat kurang menarik dan monoton. Owner Mitulungi Coffee ingin memiliki sebuah video promosi dengan inovasi dan kreasi yang baru untuk di iklankan melalui media sosial Instagram agar dapat meningkatkan promosi dan pengunjung Mitulungi Coffee. Akan tetapi dengan keterbatasan sumber daya manusia, video iklan yang diinginkan belum dapat tersealisasi.

Melihat dari masalah tersebut, hal atau solusi yang harus dilakukan adalah dengan membuat inovasi-inovasi baru dalam membuat video iklan agar penyampaian informasinya dapat diterima secara jelas, ringkas dan mudah diingat oleh calon konsumen. Dengan menggunakan teknik *liveshoot*, teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung, teknik tersebut merupakan elemen penting dalam sebuah video dan diharapkan dengan penggunaan

teknik livenesshoot tersebut video iklan akan terasa lebih nyata dalam penggambarannya. Untuk penggunaan teknik B-Roll sendiri diharapkan menjadi pelengkap atau penjas dari video livenesshoot yang memperlihatkan objek yang lebih detail sehingga video menjadi lebih hidup dan menjadi lebih menarik. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul "*Pembuatan Video Iklan sebagai media Promosi pada Mitulungi Coffee Yogyakarta dengan Teknik Live shoot dan B-roll*".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "*Bagaimana membuat video iklan menggunakan teknik Live shoot dan B-roll sebagai media promosi Mitulungi Coffee?*"

1.3. Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Video iklan pada Mitulungi Coffee dibuat dengan durasi kurang dari 1 menit.
- b. Video iklan pada Mitulungi Coffee akan di tayangkan di *Instagram*.
- c. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah *Live shoot* dan *B-roll*.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah merencanakan dan membuat video iklan sebagai media promosi dan meningkatkan informasi pada Mitulungi Coffee dengan menggunakan teknik *Live shoot* dan *B-roll*.

1.5. Manfaat Penelitian

- a. Membantu Mitulungi Coffee dalam menyampaikan produk kepada masyarakat.

- b. Membantu masyarakat untuk mengetahui produk produk dari Mitulungi Coffee.

1.6. Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan untuk merancang dan membuat video iklan ini adalah sebagai berikut:

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah informasi – informasi tentang objek tersebut :

- a. Observasi

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung ke tempat objek tersebut agar mendapatkan data yang akurat.

- b. Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab kepada pemilik objek agar mendapatkan informasi yang lebih detail.

- c. Studi Pustaka

Suatu metode pengumpulan data menggunakan sumber dari buku, jurnal maupun internet sebagai referensi dengan pembahasan yang sama.

1.6.2. Metode Analisis

Pada metode ini, peneliti menggunakan metode analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunites, dan Threats*). Analisis SWOT merupakan salah satu metode menggambarkan kondisi dan mengavaluasi suatu masalah, proyek, atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor Internal maupun Eksternal. Dengan metode analisis tersebut dapat teridentifikasi masalah yang terdapat pada objek penelitian.

1.6.3. Metode Perancangan

Metode perancangan adalah tahapan tahapan bagaimana video Iklan ini diproduksi. Terdapat beberapa langkah didalamnya, seperti :

- a. Pra Produksi
- b. Produksi
- c. Pasca Produksi

1.6.4. Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi ini ada beberapa proses yang dilakukan untuk pengujian informasi seperti :

- a. Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir

Pada tahap ini video yang sudah jadi dinilai, apakah sudah memenuhi persyaratan fungsional atau belum.

- b. Kuesioner

Video yang sudah jadi dan sudah di upload di Instagram, akan dilakukan pembahasan menggunakan kuesioner untuk menguji apakah faktor informasi dan tampilan video sudah sesuai dengan yang diharapkan atau belum.

1.7. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *B-Roll*, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Mitulungi Coffee, analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan Mitulungi Coffee dengan teknik *live shoot* dan *B-Roll* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar Pustaka.

