

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi sangat berpengaruh untuk media promosi di media social, sehingga paling cocok di gunakan untuk media promosi. Menurut Hootsuite Indonesia Digital Report 2020 yang merupakan situs layanan manajemen konten serta menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial instagram pada tahun 2020 ini, Hootsuite mengeluarkan data dan tren tentang internet serta media sosial. Pengguna internet tahun 2020 di Indonesia sebanyak 175,4 juta dan pengguna Instagram di tahun 2020 sebanyak 63 juta jiwa.

Untuk saat ini Iklan menjadi salah satu faktor penunjang dalam proses pemasaran suatu produk. Sehingga banyak perusahaan memperkenalkan produk melalui media digital seperti iklan video promosi. Promosi merupakan program komunikasi pemasaran total perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan-masyarakat – masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. [2]

Kedai Koffie Plankton adalah sebuah coffee yang berada di Kantongan, RT.1/RW.11, Kantongan B, Merdikorejo, Kec. Tempel, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55552. Yang di miliki Edi Prayitno, Dengan mengandalkan suasana pedesaan dan perkebunan salak pondoh membuat daya Tarik dan rasa nyaman tersendiri dari Kedai Koffie Plankton. Namun

media promosi yang di gunakan saat ini oleh Kedai Koffie Plankton dalam menginformasikan coffee mereka masih melalui mulut ke mulut serta sosial media Instagram dengan memposting produk yang berupa foto. Namun dirasa kurang maksimal, karena tidak menjelaskan semua hal yang mencangkup dari Kedai Coffee tersebut.

Media utama yang dipilih dalam menyampaikan informasi adalah video live shoot dan motion graphic. Dengan menggunakan live shoot dan motion graphic, objek terlihat tidak membosankan tetapi terlihat menarik. Dengan memanfaatkan kemampuan visual, akan dirancang video dengan hasil yang maksimal. Agar informasi yang diserap lebih optimal.

Berdasarkan permasalahan diatas di simpulkan bahwa salah satu solusi atas berkembangnya media promosi melalui internet adalah "Perancangan Dan Pembuatan Iklan Sebagai media Promosi Kedai Koffie Plankton Dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*".

1.2 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan yang dapat di rumuskan, dibahas, diteliti, dan di pecahkan yaitu "Bagaimana merancang visual media promosi yang efektif sehingga meningkatkan engagement *instagram* Kedai Koffie Plankton".

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan maupun perancangan masalah yang terlalu melebar maka permasalahan yang dibatasi adalah sebagai berikut :

1. Penelitian difokuskan pada Kedai Koffie Plankton.
2. Media promosi ini di buat untuk Kedai Koffie Plankton
3. Pembuatan iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic.
4. Iklan ini berdurasi 59 detik dan sesuai dengan spesifikasi dari aplikasi Instagram.
5. Software yang digunakan adalah *Adobe After Effect 2019, Adobe Illustrator 2020, Adobe Premiere Pro 2019.*
6. Hasi dari video iklan ini format Mp4, Resolusi Video 720p dan sesuai dengan spesifikasi aplikasi Instagram .
7. Video akan di tayangkan di Instagram Kedai Koffie Plankton dan diiklankan melalui Instagram Ads.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembuatan iklan pada Kedai Koffie Plankton adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan iklan untuk membantu mempromosikan Kedai Koffie Plankton.
2. Menghasilkan karya yang dapat dijadikan portofolio yang nantinya dapat membantu saat didunia kerja.
3. Guna menyusun skripsi sebagai syarat kelulusan program studi Strata 1 di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam pelaksanaan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi penulis

Sebagai pengembangan ilmu yang telah di pelajari ataupun ilmu baru yang di dapat selama penelitian sebagai persiapan dalam dunia kerja.

2. Bagi Kedai Koffie Plankton

Dapat digunakan sebagai media penyampaian informasi produk yang lebih inovatif dan menarik.

3. Bagi masyarakat

Manfaat yang di harapkan antara lain

- a. sebagai media informasi yang sangat menarik dengan tampilan video.
- b. sebagai media pembantu agar dapat meningkatkan minat terhadap produk yang di jual oleh Kedai Koffie Plankton.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan data

Metode penelitian yang di pakai terdiri dari Langkah-langkah berikut:

1.6.1.1 Metode Observasi

Melakukan analisa masalah yang ada dengan cara mengamati sumber dan pengolahan data serta mengumpulkan data dari bagian-bagian yang berhubungan dengan marketing. Seperti mempelajari apa saja penyebab kurang banyaknya pelanggan Kedai Koffie Plankton.

1.6.1.2 Wawancara

Pada metode ini penulis melaksanakan tanya jawab langsung kepada Pemilik Kedai Koffie Plankton untuk bahan penelitian, tentunya untuk mencari keseluruhan data yang akan di buat suatu laporan yang benar dan akurat untuk mengetahui apa saja penyebab kurang banyaknya pelanggan Kedai Koffie Plankton. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan Edi Prayitno.

1.7 Sistem Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini terdiri dari tujuan bab yang terdiri dari.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang, masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merinci teori-teori dalam bentuk pengertian dan definisi, yang diambil dari Kutipan buku yang terkait dengan penyusunan laporan skripsi dan beberapa *literatur review* terkait penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi tentang analisis sistem yang sedang berjalan dan permasalahan yang ada serta menjalankan perancangan sistem yang akan diterapkan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang penerapan implementasi dan testing dari sistem informasi yang baru di buat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan, kritik dan saran dari semua pembahasan.

