

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media, pemanfaatan media promosi pada video profil terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan televisi maupun media sosial, agar iklan sampai ke konsumen maka diperlukan media promosi yang jelas.

Semakin berkembangnya jaman semakin berkembang pula cara, waktu, serta konsep dan ide hingga media penyampaian informasinya. Mulai dari penyebaran informasi melalui mulut ke mulut yang memiliki area penyebaran yang tidak luas dan media digital seperti iklan yang memiliki waktu yang singkat, namun memiliki area yang luas serta ide dan konsep yang menarik dalam menyampaikan media promosi. [1]

Mana Coffee adalah usaha yang bergerak dalam bidang jasa kuliner sejak tahun 2021. Mana Coffee menyajikan produk minuman kopi dan makanan ringan. Menurut Hagi Abdi Guna selaku pemilik, Mana Coffee masih belum dikenal masyarakat luas, dikarenakan Mana Coffee belum memiliki media promosi yang menarik.

Media sosial adalah salah satu cara dalam melakukan kegiatan promosi dalam bisnis. Mana Coffee menggunakan media sosial *Instagram* dalam upaya memasarkan produk-produknya. Akan tetapi, Mana Coffee pada *platform* media sosial *Instagram* yang digunakan masih belum dimanfaatkan secara maksimal. Selama ini, Mana Coffee lebih banyak melakukan penggunaan kombinasi elemen multimedia berupa foto dan teks dalam konten account Instagram guna melakukan kegiatan promosi.

Dalam upaya mengenalkan produk dari Mana Coffee secara lebih atraktif, maka dibutuhkanlah media promosi berupa Video Iklan dengan mengaplikasikan kombinasi elemen multimedia yang lebih variatif dengan melakukan penggunaan teknik *Live Shoot & Motion Graphic* yang dapat memberikan kesan yang lebih melekat terhadap konsumen. Video Iklan adalah salah satu dari bentuk media promosi pada suatu usaha. Tujuan iklan adalah untuk mendorong seseorang agar tertarik pada produk, usaha, dan jasa yang ditawarkan oleh penjual.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi yang berjudul "**Pembuatan Video Iklan Mana Coffee sebagai Media Promosi dengan menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic***".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu "Bagaimana membuat iklan dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* sebagai media promosi pada Mana Coffee?"

1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, agar tidak menyimpang dari permasalahan dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka batasan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Video dibuat menggunakan *software* Adobe Premiere CC 2020, Adobe After Effect CC 2020, Adobe Illustrator CC 2020, Adobe Photoshop CC 2020, dan Adobe Audition CC 2020.
2. Teknik yang digunakan adalah *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
3. Materi iklan berformat MP4.
4. Durasi iklan 59 detik. (Batas maksimal durasi pada Instagram *Feeds* adalah 60 detik)
5. Iklan ditayangkan di Instagram *Feeds*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu membuat video iklan dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* sebagai media promosi pada Mana Coffee.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukan penelitian ini adalah:

1. Mempraktikan ilmu yang didapat dan dipelajari selama masa perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mana Coffee memiliki sarana untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat dalam bentuk video.

3. Menambah ilmu pengetahuan kuliner tentang penyajian produk pada *coffeeshop*.
4. Dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan) yang mendeskripsikan objek penelitian secara rinci dan mendalam dengan tujuan mengembangkan konsep atau pemahaman dari suatu gejala. [2]

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung pada Mana Coffee pada tanggal 28 Agustus 2021 saat jam operasional Mana Coffee dibuka.

2. Metode Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan Hagi Abdi Guna pemilik Mana Coffee pada tanggal 28 Agustus 2021 untuk memperoleh data dan masalah yang terjadi terkait dengan objek penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

Pada metode kepustakaan, penulis melakukan proses pengumpulan data dan informasi dengan cara melakukan pengumpulan data melalui jurnal, buku, internet sebagai referensi penulis untuk panduan yang berkaitan dengan masalah yang terjadi pada Mana Coffee.

4. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang terdapat pada Mana Coffee adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk menggambarkan, mengevaluasi suatu masalah baik dari faktor internal maupun faktor eksternal dengan mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari masalah yang timbul pada suatu perusahaan.

5. Metode Perancangan

Untuk membuat video iklan ini, digunakan metode perancangan sebagai berikut:

a. Pra Produksi

Pada tahap Pra Produksi, penulis mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam produksi. Terdapat proses pengambilan data, pengumpulan beserta penentuan ide dan konsep, perancangan alur cerita, dan penentuan

perangkat baik perangkat lunak atau perangkat keras yang akan digunakan dalam produksi.

b. Produksi

Pada tahap Produksi, dilakukan proses pembuatan audio dan visualisasi dari perancangan.

c. Pasca Produksi

Pada tahap Pasca Produksi, terdapat proses *editing*, *rendering*, dan *finishing*.

6. Metode Pengetesan Unit

Fungsi dari pengetesan unit adalah sebagai jaminan bahwa iklan dibuat sesuai dengan tema, *storyboard*, dan naskah.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini akan disusun secara sistematis dalam 5 bab, diuraikan sebagai berikut ini :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud beserta tujuan penelitian, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan dalam penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka beserta dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi deskripsi objek penelitian, dan tahap pra produksi yang meliputi proses analisis dan perancangan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan proses beserta hasil pembuatan video iklan media promosi dari produk Mana Coffee.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari penelitian yang terdapat kesimpulan dan saran agar kedepannya dapat dikembangkan dengan lebih baik lagi.

