

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kedai Duadua adalah sebuah Kedai yang memiliki konsep coffe shop yang minimalis dengan menu yang menarik. Kedai Duadua memiliki fasilitas free wifi dan juga tempat nyaman yang sangat cocok untuk para kaum milenial yang menyukai konsep minimalis sedang ingin berkumpul dengan teman ataupun mengerjakan tugas maupun pekerjaan dengan suasana yang berbeda. Kedai Duadua beralamatkan di Jl. Raya Kediri - Blitar, Bendo, Kec. Ponggok, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66153.

Menurut pihak Kedai Duadua seluruh kegiatan promosi dilakukan dengan cara mulut ke mulut dan juga memposting foto di media sosial Instagram. Hal tersebut dinilai kurang maksimal dan membuat cafe ini kurang dikenal di kota Blitar. Pemilik Kedai Duadua berkeinginan untuk membuat sebuah video iklan berdurasi sekitar 40-60 detik untuk mengenalkan Kedai Duadua kepada masyarakat yang ingin berkumpul bersama teman atau mengerjakan sebuah tugas atau project di Kedai Duadua. Akan tetapi karena keterbatasan sumber daya manusia yang ada di Kedai Duadua maka keinginan tersebut belum dapat diwujudkan.

Melihat permasalahan yang terjadi, maka penulis akan melakukan penelitian dan membuat sebuah video berdurasi maksimal 60 detik yang nantinya akan di unggah ke media sosial Instagram, dengan adanya "Pembuatan Video Iklan Sosial Media Kedai Duadua" ini diharapkan nantinya dapat membuat Kedai Duadua lebih dikenal dan mampu bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah *"Bagaimana membuat Video Iklan untuk Sosial Media?"*

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah dirumuskan, maka diperlukan batasan - batasan. Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penulisan dilakukan pada Kedai Duadua
2. Video iklan Kedai Duadua digunakan sebagai media periklanan, promosi, informasi, presentasi, dan hal lain yang berhubungan dengan Kedai Duadua. Pada pembuatan video iklan ini hanya berfokus pada penerapan teknik *live shoot*.
3. Pembuatan video iklan ini akan di uji coba kepada pihak Kedai Duadua apakah materi yang disampaikan sudah sesuai atau belum.
4. Video iklan akan diunggah disosial media Instagram Kedai Duadua dikarenakan kemudahan akses dan penyebarannya.
5. Video iklan ini berdurasi sekitar 40-60 detik.
6. Penerapan video iklan akan melalui tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
7. Software yang digunakan untuk membuat video iklan ini adalah Adobe Premiere Pro 2022.

8. Video iklan ini dikemas menggunakan format file .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p resolusi 1920x1080p 60FPS

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan dan telah diidentifikasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Pembuatan Video Iklan Sosial Media Kedai Duadua, sehingga mampu meningkatkan minat pelanggan untuk mengunjungi Kedai Duadua.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penulisan tentu harus memiliki sebuah manfaat, baik untuk penulis maupun untuk pihak-pihak yang terkait dengan penulisan. Berikut beberapa manfaat yang diperoleh dari penulisan tersebut:

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Sebagai syarat kelulusan pendidikan Strata 1 (S1) pada Universitas Amikom Yogyakarta Jurusan Sistem Informasi.
2. Menambah pengalaman membuat sebuah video iklan promosi.
3. Dapat menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Manfaat Bagi Kedai Duadua

1. Membantu Kedai Duadua dalam kegiatan mempromosikan.
2. Membantu Kedai Duadua dalam membuat Video Iklan yang nantinya di unggah di sosial media Kedai Duadua.
3. Membantu masyarakat mengenal lebih dalam Kedai Duadua.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam Pengumpulan data dan informasi untuk memecahkan permasalahan yang ada penulis menggunakan beberapa metode, diantaranya:

1. **Metode Observasi**

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lokasi yang sudah di tentukan serta pengamatan terhadap video sejenis untuk menambah pengetahuan sebagai bahan penyusunan skripsi.

2. **Metode Wawancara**

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan Owner Kedai Duadua untuk mengetahui informasi yang penulis butuhkan.

3. **Metode Studi Literatur**

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang di butuhkan melalui buku, majalah, koran dan literatur lainnya yang bertujuan membentuk sebuah landasan teori.

1.6.2 Metode Analisis

Metode ini dilakukan untuk menggambarkan permasalahan yang sedang dihadapi sehingga dapat diselesaikan dengan mudah. Metode analisis yang

digunakan adalah SWOT yang terdiri dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman).

1.6.3 Metode Perancangan

Berdasarkan perancangan yang digunakan penulis untuk menentukan hasil yang akan dicapai. Video iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui tiga tahapan, yaitu:

1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahapan yang harus mempersiapkan bahan untuk produksi ke depannya. Tahapan sebuah pra produksi susunannya adalah sebagai berikut. Perencanaan, kordinasi dan pelaksanaan yang mana terdapat Bahan yang di persiapkan yaitu ide, naskah dan storyboard.

2. Produksi

Produksi adalah tahap kelanjutan dari proses Praproduksi yang telah direncanakan. Tahap produksi meliputi proses pengambilan gambar, editing dan penambahan suara. di sinilah ujung penentu baik tidaknya sebuah produksi dilihat dari proses produksi tersebut.

3. Pasca Produksi

Pascaproduksi (*Post Production*) adalah tahapan akhir dari proses produksi. Dalam tahapan pascaproduksi produksi program yang sudah direkam harus melalui beberapa proses, diantaranya editing, narasi, effect visual, dan audio serta mixing.

1.6.4 Metode Evaluasi

Setelah selesai melalui semua tahap dalam pembuatan iklan ini, langkah terakhir adalah menyusun laporan-laporan tentang pembuatan iklan.

1.6.5 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini ditulis secara sistematis ke dalam 5 bab, masing-masing diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas teori secara umum mengenai hal yang berhubungan dengan pembuatan video iklan ini yang berasal dari sumber daya terpercaya.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang analisis mengenai apa saja yang dibutuhkan dalam pembuatan video iklan dan membahas tentang proses – proses pembuatan video tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang implementasi yang meliputi tahapan pembuatan video iklan dan juga video yang dihasilkan.

BAB V PENUTUP

Berisikan Kesimpulan yang diperoleh dari perumusan masalah yang telah disampaikan dan hasil kuisioner dari pihak objek terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber – sumber yang digunakan dalam penulisan laporan penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisi lampiran-lampiran dokumen yang berkaitan dengan penulisan.

