

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Melipir Coffee & Space yang terletak di Jalan. Amarta No.1, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner khusus nya minuman kopi. Target utama pemasaran Melipir Coffee & Space yaitu semua kalangan dan terutama mahasiswa ataupun mahasiswi yang menyukai kuliner khusus nya minuman yang berkafein seperti kopi, tidak hanya menyajikan minuman yang berkafein seperti kopi saja tetapi Melipir Coffee & Space juga menyajikan beberapa menu non kafein atau non kopi, ini salah satu ide ataupun solusi yang tepat untuk market yang tidak menyukai kopi. Melipir Coffee & Space ingin terus mengembangkan Coffee Shop nya dengan memberikan pelayanan yang baik dan tentu nya juga ingin mengenalkan coffee shop nya tersebut ke masyarakat yang lebih luas.

Sebagaimana diketahui bahwa setiap perusahaan membutuhkan pemasaran untuk mempromosikan suatu produk agar lebih di kenal masyarakat dan market yang di tujuinya. Maka dari itu perlu dilakukan pemasaran atau biasa dikenal dengan istilah *marketing* yang telah lama berkembang di dalam dunia usaha. Dengan adanya teknologi informasi berbasis multimedia bisa membantu pekerjaan masyarakat dalam kehidupan sehari – hari mulai dari pekerjaan bidang sosial maupun dalam bidang usaha apapun.

Informasi yang disajikan beragam mulai dari informasi melalui video maupun gambar, pada era teknologi ini media informasi melalui video, yang paling banyak digunakan dalam bidang sosial dan usaha. Karena multimedia interaktif salah satunya video memiliki kemampuan dalam menampilkan informasi secara audio visual seperti layaknya televisi namun lebih interaktif dengan pemberian informasi [1].

Jika dibandingkan dengan usaha sejenis seperti kedai Kopi Janji Jiwa dan Kumedan Coffee Shop yang sudah memiliki video iklan produknya, Melipir Coffee & Space cukup tertinggal dalam hal ini. Selama Melipir Coffee & Space berjalan masih sangat kurang memperhatikan media promosi dalam coffee shopnya tersebut, kegiatan promosi yang perlu dilakukan untuk Melipir Coffee & Space, yaitu dengan media promosi yang memuat beberapa informasi yang akan di disampaikan kepada target market supaya lebih aware kepada produk dari coffee shop tersebut.

Melihat hal ini penulis tertarik untuk membuat video iklan pada MELIPIR COFFEE & SPACE sebagai media promosi, agar produk dari MELIPIR COFFEE & SPACE dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan mampu menambah pendapatan penjualan pada MELIPIR COFFEE & SPACE.

Dengan latar belakang masalah tersebut, maka untuk mengimplementasikan permasalahan diatas yaitu dengan cara melakukan penelitian. Adapun judul penelitian tersebut adalah Pembuatan Video Iklan Menggunakan *Teknik Motion Graphic Dan Live Shoot* Sebagai Media Promosi Melipir Coffee & Space.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana cara membuat video iklan menggunakan teknik motion graphic dan live shoot sebagai media promosi Melipir Coffee & Space.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembatasan, sebagai berikut:

1. Video dibuat penulis untuk mempromosikan Melipir Coffee & Space
2. Hasil video berdurasi minimal 5 menit
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *motion graphic dan live shoot*
4. Video dirancang menggunakan software *Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe After Effects CC 2018, Adobe Audition CC 2018 dan Adobe Photoshop CC 2019*
5. Video iklan di iklankan pada Instagram

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat dan merancang video iklan dengan teknik motion graphic dan live shoot sebagai media untuk mengenalkan Melipir Coffee & Space ke masyarakat luas melalui media sosial Instagram, agar membantu calon konsumen untuk mengetahui dan mengenal lebih detail mengenai Melipir Coffee & Space tersebut terlebih lagi mengenai beberapa opsi pemilihan minuman dan snack yang disajikan oleh Melipir Coffee & Space.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1. Membantu Melipir Coffee & Space menampilkan informasi tentang coffee shop nya tersebut.
2. Membantu masyarakat untuk mengetahui secara detail tentang Melipir Coffee & Space serta memberikan informasi mengenai menu apa saja yang ditawarkan Melipir Coffee & Space.

## **1.6 Metode Penelitian**

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan iklan diantaranya yaitu:

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Metode observasi ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang dituju, yaitu Melipir Coffee & Space. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan serta melakukan pengamatan terhadap video-video yang menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* untuk melihat kekurangan media promosi yang dilakukan sebelumnya.

#### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung kepada owner, manager dan staf lainnya agar mendapatkan informasi yang mencakup tentang coffee shop tersebut. Wawancara merupakan salah satu bagian

terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan manager Melipir Coffee & Space.

#### **1.6.1.3 Metode Kepustakaan**

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi teori dari buku, jurnal atau internet yang bersangkutan dengan penelitian ini.

#### **1.6.2 Metode Analisis**

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

#### **1.6.3 Metode Perancangan**

##### **1.6.3.1 Merancang Konsep Video Iklan**

Merancang konsep video iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi agar menghasilkan video iklan yang menarik.



### **1.6.3.2 Merancang Isi Video Iklan**

Merancang isi video iklan merupakan penerapan atau implementasi dari perancangan konsep video iklan. Video iklan harus menarik dan memiliki informasi seputar hal yang di iklankan.

### **1.6.3.3 Merancang Naskah Video Iklan**

Dalam merancang naskah video iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang akan disampaikan agar dapat membidik sasaran yang ditentukan.

### **1.6.3.4 Merancang Storyboard**

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

### **1.6.3.5 Memproduksi Iklan**

Tahap ini adalah penerapan dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses penting yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

## **1.6.4 Metode Evaluasi**

Metode evaluasi adalah tahap pengujian pada sebuah video sehingga mendapatkan data untuk melihat tingkat kelayakan dan pengembangan selanjutnya.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang di bahas mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

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

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, konsep dasar iklan, jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan menggunakan teknik motion graphic dan live shoot sebagai media promosi Melipir Coffee & Space.

### **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan iklan video iklan.

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

Pada bab ini berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat dan di jelaskan pula juga hasil tahapan yang diberikan.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pengumpulan dan serta beberapa saran untuk bahan peninjauan selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang refrensi-refrensi buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis

