

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang begitu pesat mempengaruhi segala aspek kehidupan. salah satu yang mengalami perubahan merupakan media periklanan dan informasi. Perkembangan media periklanan dan penyampaian informasi yang awalnya sebatas dari mulut ke mulut sudah berubah menjadi video, brosur, poster, katalog, sehingga memudahkan perusahaan untuk menginformasikan atau menunjukkan produk. Periklanan sendiri mempunyai beberapa tujuan khusus antara lain untuk menghasilkan kesadaran akan suatu produk atau merek baru; menginformasikan fitur dan keunggulan produk atau merek pada konsumen; menghasilkan persepsi tertentu akan produk atau merek; menghasilkan kesukaan akan produk atau merek ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk atau merek yang diiklankan.[1]

Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan *live shoot*. Teknik *live shoot* ialah serentetan perekaman tentang seseorang atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seorang atau beberapa orang yang kemudian membentuk suatu adegan yang dramatik dan dipadu dengan peristiwa dramatik lainnya dengan disusun pada suatu proses editing kemudian disatukan yang bisa membentuk sebuah alur cerita yang mampu membuat penontonya terhanyut.[2]

Selaksa Kopi merupakan sebuah usaha yang menjual berbagai jenis kopi yang berasal asli dari petani daerah Indonesia. Usaha ini didirikan oleh saudari Farhani Akhfa dan rekanya pada tanggal 29 Juni 2020. Usaha terbentuk karena kecintaan terhadap olahan biji kopi ini. Produk yang dihasilkan berupa kopi robusta khas dari Temanggung. Berbagai promosi dilakukan oleh pihak perusahaan Selaksa Kopi salah satunya dengan membuat sosial media instagram. Sosial media instagram dinilai efektif untuk melakukan kegiatan promosi tetapi dalam mempromosikan produknya, Selaksa Kopi belum memiliki video iklan yang digunakan untuk promosi.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengusulkan untuk membuat video iklan menggunakan teknik *live shoot* di Selaksa Kopi. Pembuatan video ini diharapkan menjadi solusi untuk membantu promosi produk produk Selaksa Kopi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang dapat dirumuskan dari penelitian ini adalah bagaimana menganalisa dan merancang video iklan Selaksa Kopi sebagai media promosi?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan dibutuhkan untuk lebih memfokuskan dan mendapat hasil yang sesuai dengan masalah yang ada. Adapun batasan – batasan pada penelitian ini:

1. Iklan ini hanya menampilkan produk dari Selaksa Kopi.
2. Video berdurasi 1 Menit.
3. Format video MP4.
4. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video adalah *live shoot*.
5. Video promosi akan dipublikasikan di sosial media instagram Selaksa Kopi.
6. *Software* yang digunakan adalah *Adobe Premiere pro* untuk *editing* dan *rendering* video.
7. Penelitian hanya sebatas pembuatan video iklan.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang video yang digunakan untuk promosi pada media sosial instagram Selaksa Kopi.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari disusunya Skripsi ini adalah sebagai berikut Penulis berharap video iklan ini akan membantu dalam mempromosikan produk produk yang dijual oleh Selaksa Kopi sehingga dapat dikenal lebih luas.

## 1.5 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, perlu adanya metodologi penelitian agar tujuan dalam penelitian dapat tercapai dan tidak terlepas dari data dan informasi yang berhubungan dengan pokok pembahasan. Untuk itu penulis menerapkan berbagai metode penelitian, seperti:

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Merupakan metode untuk mengumpulkan data agar mendapatkan data yang akurat dengan penelitian yang akan dilakukan. Metode yang digunakan adalah:

### **1.6.1.1 Metode Kepustakaan**

Metode pengumpulan data dan referensi melalui berbagai media seperti buku, jurnal penelitian, artikel, dan informasi dari internet yang berkaitan dengan judul penelitian.

### **1.6.1.2 Wawancara**

Penelitian ini mengajukan beberapa pertanyaan langsung dengan *owner* Selaksa Kopi untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan.

### **1.6.1.3 Observasi**

Penelitian ini mengunjungi dan melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data dan informasi yang belum didapatkan pada saat wawancara dengan *owner*.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan pada skripsi ini terdiri dari lima bab dengan masing masing mempunyai beberapa sub pokok bahasan. Sistematika penulisan skripsi ini yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan tentang penelitian secara umum yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini dijelaskan dasar teori yang digunakan sebagai referensi dan juga landasan dalam penelitian.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Pada bab ini menjelaskan tentang identifikasi masalah, analisis kebutuhan, alur penelitian, dan hal yang berkaitan dengan proses pengerjaan penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas tentang hasil analisis, implementasi dari video promosi untuk Selaksa Kopi.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini dipaparkan kesimpulan yang didapat dan saran saran yang dianggap perlu untuk memperbaiki kekurangan pada video iklan yang telah dibuat agar dapat digunakan untuk pengembangan selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan daftar referensi yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan.

