

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Goeboex *Coffee* adalah salah satu *coffee shop* yang berada di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yang di dirikan oleh Dwi Kartika Sari, Pemilik Goeboex *Coffee* ini mencoba untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa sebagai penyedia sarana untuk bersosialisasi. Bisnis *coffee shop* tersebut di pilih karena di anggap sesuai dengan konsep dan tujuan awal perusahaan, yaitu menyediakan tempat nongkrong yang sederhana sesuai dengan “kantong” mahasiswa. Sedangkan menu kopi itu sendiri di pilih karena di rasa paling tepat untuk di hidangkan malam hari.

Pada awal berdirinya, Goeboex *Coffee* hanya menempati bangunan seluas 300 m² saja, lokasinya pun terhitung masih sepi, dan berada di lingkungan persawahan. Meskipun begitu, hal ini tidak di anggap sebagai kekurangan(hambatan). Perusahaan justru memaksimalkan lokasi ini dengan membuat Goeboex *Coffee* sebagai pelopor tempat nongkrong dengan nuansa alam. Dekorasinya pun di sesuaikan dengan lingkungan, sebagian besar konstruksi bangunannya terbuat dari bambu, meja dan kursi yang dipilih pun terbuat dari kayu ini untuk menunjukkan kesan sederhana dari Goeboex *Coffee*. Untuk menyelaraskannya, konsep bangunan Goeboex *Coffee* ini sengaja di buat terbuka dengan alam.

Keberadaan Goeboex *Coffee* ternyata mendapat sambutan baik dari target market mereka, usaha *coffee shop* ini menjadi alternatif bagi mahasiswa untuk

menikmati Jogja pada malam hari, mahasiswa seakan mendapat sesuatu yang baru. Minum kopi dan nongkrong di warung kopi seakan menjadi budaya bagi mereka.

melalui media iklan televisi, biaya yang akan di keluarkan pastilah besar, akan tetapi jangkauan informasinya dapat di ketahui oleh masyarakat luas. Maka dari itu saya membuat skripsi dengan judul **“Anallsa dan Perancangan Iklan Televisi “Goeboex Coffee” Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Yogyakarta”** .

Dengan harapan setelah adanya video iklan tersebut dapat meningkatkan minat masyarakat Indonesia khususnya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk mencoba wisata kuliner yang di sediakan Goeboex Coffee.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah di kemukakan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana strategi kreatif untuk merancang iklan ke media televisi agar dapat diterima dan memudahkan mempromosikan *coffee shop* ini kemasyarakat luas.”

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia kedalam lingkup lebih kecil agar penulisan dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Iklan Goeboex Coffee ini di buat dalam durasi 30 detik.
2. Teknik yang digunakan pembuatan iklan ini adalah *live shoot*.
3. Iklan yang dibuat adalah iklan televisi.
4. Ukuran video iklan televisi ini adalah PAL.

5. Format video iklan televisi ini adalah (.mp4).
6. Penelitian ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak goeboex coffee dan penayangan goeboex coffee satu kali di televisi oleh pihak peneliti.
7. Perangkat Lunak yang digunakan (*Software*)

Video iklan ini di buat menggunakan beberapa perangkat lunak seperti *Adobe premiere pro*, dan *after effects*.

8. Perangkat Keras yang digunakan (*Hardware*)

Canon EOS 550D, Lensa Fix, Tripod, Microphone.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini, yaitu:

- a. Sebagai syarat utama dalam menyelesaikan Program Studi S1 untuk memperoleh gelar Sarjana Jurusan Sistem Informasi pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
- b. Membantu meningkatkan promosi Goeboex *Coffee* agar lebih di kenal masyarakat luas.
- c. Menambah pengetahuan periklanan di televisi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat di ambil dari pelaksanaan skripsi, di antaranya :

1. Bagi Penulis :
 - a. Menambah wawasan dan pengalaman dalam pembuatan video iklan menggunakan bermacam – macam *software* Multimedia.
 - b. Menerapkan ilmu dan teori – teori selama mengikuti pendidikan di STMIK AMIKOM Yogyakarta ke dalam aplikasi nyata secara praktek.

- c. Mengembangkan ilmu dan membuka wawasan pengetahuan sesuai dengan bidang teknologi sistem informasi

2. Bagi Goeboex *Coffee*

- a. Dengan adanya iklan ini, di harapkan terjadi peningkatan minat masyarakat khususnya masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk berkunjung ke Goeboex *Coffee*.
- b. Mempunyai suatu sarana publikasi yang dapat di gunakan sebagai sumber informasi yang dapat di manfaatkan oleh Goeboex *Coffee*.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang di gunakan antara lain:

1. Pengumpulan Data

- a. Metode pengamatan langsung (*observasi*)

Metode *observasi* merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan di teliti. Misalnya di lokasi tempat penelitian dan beberapa obyek lainnya.

- b. Metode wawancara (*interview*)

Metode wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan mengadakan suatu tanya jawab secara langsung dengan ibu dwi kartika sari selaku pimpinan Goeboex *Coffee* untuk mendapatkan informasi maupun data yang diperlukan.

c. Metode Kepustakaan

Metode ini sebagai dasar dari penyusunan skripsi, dipergunakan buku kepustakaan yang meliputi literatur, catatan kuliah, serta sumber referensi lain yang mendukung penulisan skripsi ini.

d. Kearsipan (*Documentation*)

Pengumpulan data dengan pengumpulan dokumen-dokumen yang telah ada untuk dilakukan analisa.

2. Analisis

Yaitu menguraikan iklan televisi untuk diidentifikasi dan di evaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang di harapkan sehingga dapat di usulkan perbaikan-perbaikannya.

3. Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan di bentuk. Pad tahap ini di hasilkn perancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan Coffe Shop.

4. Pengambilan Gambar dan Editing

Menterjeahkan hasil proses perancangan menjadi suatu bentuk video untuk kebutuhan televisi.

5. Implementasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan televisi untuk di tayangkan. Tahapan ini meliputi pengoreksian dn penayangan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Pelaksanaan pembuatan skripsi ini meliputi beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini di jelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, pengenalan perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan dan penyelesaian video iklan yang akan dibuat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan yaitu analisa SWOT, analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan sistem baik secara fisik maupun logikal.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjabarkan langkah – langkah pembuatan video mulai dari pengambilan gambar, editing, rendering sampai tahap akhir.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah di lakukan dan saran.