

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kedai Kopi Kampoeng merupakan sebuah tongkrongan atau berkumpulnya orang – orang untuk saling bertukar cerita, mengerjakan tugas dan menikmati suasana Kedai Kopi Kampoeng. Yang dimana tempat tersebut dekat dengan persawahan, adanya udara sejuk yang menghampiri serta di lengkapi dengan bermacam-macam minuman dan makanan khas. Kedai Kopi Kampoeng terletak di Jl.Puncak V, BK 10 Gumawang, Kecamatan Belitang, Kabupaten Ogan Komerling Ulu Timur, Provinsi Sumatera Selatan.

Awal Mulai kedai kopi kampoeng berdiri pada tahun 2020, yang bermula lokasi kedai itu sebuah tanah yang kosong dan penuh rumput, beserta 1 toko yang tidak dihuni dan pemilik kedai tersebut berinisiatif untuk membuka salah satu tongkrongan didaerah Belitang. Dan pada tanggal 3 januari 2020, kedai kopi kampoeng diresmikan berdiri. Kedai mendominankan minuman-minuman yang bersangkutan-pautkan dengan kopi, karena penikmat kopi bukan cuma dari kalangan orang tua, melainkan dari anak sekolah sampai ke orang yang udah tua. Bukan hanya kopi, kedai juga memiliki menu yang sangat digemari warga disana, salah satunya nasi goreng patayaa dengan ayam bakar ciri khas padang, pertama berdiri kedai tersebut konsepnya sangat simpel dan apa adanya. Seiring berjalannya waktu demi waktu, satu persatu suasana cafe diubah tata bentuk penampilan, dengan marketing yang sangat giat mencari kosumen, pemilik kedai berpikir ingin membenahi semua konsep-konsep yang ada dikedai, agar menarik semua kalangan anak muda disana dan pada bulan agustus 2020, semua konsep kedai diubah,

sekarang konsepnya sangat unik dan menarik, kedai menjadi salah satu tongkrongan yang nyaman bagi muda-mudi kota Belitang.

Akan tetapi, di Kecamatan Belitang khususnya daerah Gumawang sudah sering kali banyak dijumpai para *cafe-cafe* baru, namun *cafe* baru tersebut sudah mempunyai letak yang strategis dan lokasi sangat ramai. Sedangkan Kedai Kopi Kampoeng letaknya memang belum sekelas *cafe-cafe* pada umumnya, namun kedai ini mempunyai sebuah daya tarik yang cukup kuat.

Permasalahan Kedai ini mempunyai daya tarik yang cukup kuat karena, ketika malam hari lampu-lampu hidup menerangi Kedai tersebut. Kemudian tempatnya tidak membosankan, ada yang di dalam gubuk (pondok), ada juga yang dibuat tempat duduk terbuka sehingga bisa merasakan udara sepoi-sepoi dari persawahan.

Namun kenapa penulis membuat sebuah video profil, karena Kedai ini kurang dikunjungi masyarakat. Memang sulit untuk membuat Kedai ini dikenal masyarakat namun, setidaknya penulis membantu pemilik Kedai untuk membuat sebuah video *company profile* yang nantinya bisa menjadi daya tarik lebih dikalangan masyarakat.

Dari pernyataan diatas, maka si penulis memberikan sebuah ide atau gagasan yaitu "Pembuatan *Video Company Profile* sebagai Media Promosi untuk Kedai Kopi Kampoeng". Maksud dari pembuatan video profil tersebut sebagai langkah untuk daya tarik serta minat para pengunjung untuk datang dan meramaikan. Kemudian, media promosi yaitu untuk menyebarkan video profil tersebut ke berbagai media sosial, seperti Instagram, facebook dan lain-lain.

## 1.2. Rumusan Masalah

Setelah penulis melihat latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana cara membuat video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi Kedai Kopi Kampoeng ?

## 1.3. Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka penulis membuat batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini, yaitu :

1. Hasil video *company profile* Kedai Kopi Kampoeng kurang dari 2 menit.
2. *Company profile* Kedai Kopi Kampoeng diproduksi sebagai media promosi.
3. Teknik yang digunakan untuk video ini adalah *live shoot* dan *Motion Graphics*.
4. Video ini dipublikasikan pada instagram resmi Kedai Kopi Kampoeng.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat dan merancang video iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media untuk mengenalkan Kedai Kopi Kampoeng ke masyarakat luas melalui media sosial Instagram. Supaya membantu calon konsumen untuk mengetahui lokasi Kedai tersebut.

## 1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai informasi kepada para pecinta tongkrongan.
2. Digunakan untuk membantu marketing dalam pemasaran di Kedai Kopi Kampoeng.

#### **1.6. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu :

##### **1.6.1. Metode Observasi**

Metode ini merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan langsung pada tempat nya, yaitu Kedai Kopi Kampoeng.

##### **1.6.2. Metode Wawancara**

Metode ini adalah metode wawancara dengan pemilik Kedai Kopi Kampoeng, karena metode ini bagian yang terpenting sebelum membuat video *company profile*.

#### **1.7. Metode Perancangan Company Profile**

##### **1.7.1. Merancang Konsep Iklan**

Merancang konsep 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 iklan yang menarik.

##### **1.7.2. Merancang Isi Iklan**

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

### 1.7.3. Merancang Naskah Iklan

Dalam merancang naskah 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-katayang akan disampaikan agar dapat membidik sasaran yang ditentukan.

### 1.7.4. Merancang Storyboard

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

### 1.7.5. 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.

## 1.8. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan dan secara garis besar penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

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

Bab ini menguraikan landasan teori yang ada berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu pengertian multimedia dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

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

Bab ini menjelaskan tentang kebutuhan analisis dan pembuatan video iklan tersebut.

### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Bab ini penulis menjelaskan tentang pembahasan proses pembuatan video iklan tersebut.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari bab-bab yang sudah penulis jelaskan sebelumnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang referensi-referensi yang telah digunakan si penulis sebagai penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini.