

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan, ditandai dengan semakin banyaknya jenis iklan yang berkembang pesat saat ini. Khususnya iklan di media sosial, penyampaian yang jelas dan menarik tentu akan berdampak baik pada tanggapan dari konsumen.

Saat ini, banyak sekali cafe – cafe yang berdiri di Kota Yogyakarta. Hampir disetiap jalan dapat ditemui cafe baik yang berbentuk sederhana maupun yang besar. Kebanyakan cafe dilengkapi dengan fasilitas untuk menarik para pengunjung khususnya kalangan mahasiswa yang lebih suka menghabiskan waktu mereka untuk bersantai di sebuah cafe. Fasilitas saat ini yang ditawarkan cafe adalah wifi. Fenomena saat ini, banyak mahasiswa yang memilih cafe dengan wifi sebagai fasilitas gratis. Hal ini semakin membuat cafe sebagai pilihan utama mahasiswa menghabiskan waktu mereka bersama teman – teman. Selain itu, makanan yang ditawarkan oleh cafe biasanya berjenis makanan ringan seperti kentang goreng, roti bakar, pisang goreng, pancake dan lain – lain. Sedangkan jenis minuman yang ditawarkan juga minuman ringan seperti coffee, tea, milk, juice dan lain – lain. Dekorasi cafe juga disesuaikan dengan minat dan kesukaan dikalangan mahasiswa.

Kedai Sastra yang beralamat di Jl. Jogja - Wonosari No.2013, Plumbon Lor, Logandeng, Kec. Playen, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55861, merupakan sebuah kedai kopi yang mengangkat konsep minimalis, nyaman dan memiliki fasilitas buku bacaan.

Saat ini Kedai Sastra mengeluarkan produk menu baru namun dari Kedai Sastra belum membuat promosi maupun iklan untuk mengenalkan produk menu baru tersebut. Maka dari itu penulis berpendapat untuk membuat sebuah video iklan yang diharapkan dari video tersebut dapat mencapai sasaran yang diinginkan oleh pemilik Kedai Sastra.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pembuatan Iklan Produk Minuman Menu Baru di Kedai Sastra Menggunakan Teknik Live Shot". Menurut Prakoso (2010), dalam bukunya yang berjudul *Animasi Pengetahuan Dasar Film Animasi Indonesia*, *Live Shot* dapat diartikan sebagai teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya. Teknik ini digunakan untuk menampilkan suasana, tempat, serta fasilitas yang ada disana. Dengan penerapan teknik *Live Shot* tersebut diharapkan dapat menarik minat konsumen dan informasi tentang Kedai Sastra beserta fasilitas – fasilitas yang ditawarkan dapat tersampaikan dengan menarik<sup>[1]</sup>.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat video Iklan Produk Minuman Menu Baru di Kedai Sastra Menggunakan Teknik Live Shot?.

## 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengambilan gambar hanya dilakukan di lingkungan Kedai Sastra.
2. Informasi yang disampaikan mencakup menu baru yang akan di promosikan.
3. Video iklan menu baru Kedai Sastra akan ditayangkan di media sosial seperti instagram.
4. Video iklan ini dibuat dengan durasi maksimal 60 detik, dengan format video PAL dan di render H.264/MP4.
5. Teknik yang digunakan Live Shot.
6. Software yang digunakan Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effects.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Disusun sebagai syarat kelulusan S1 Sarjana Komputer di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Sebagai sarana publikasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Kedai Sastra.
3. Mengimplementasikan teknik Live Shot pada pembuatan video iklan menu baru Kedai Sastra.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari kegiatan penelitian ini sebagai berikut:

1. Dapat menerapkan pengetahuan dan teori yang telah diperoleh selama kuliah.
2. Dapat memberikan informasi tentang Kedai Sastra mengeluarkan menu baru secara visual melalui video iklan.
3. Sebagai alternative baru bagi pihak Kedai Sastra dalam menyampaikan informasi melalui video iklan.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Observasi**

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lokasi serta pengamatan terhadap video iklan sejenis untuk menambah pengetahuan sebagai wawasan dalam pengumpulan skripsi.

#### **2. Metode Wawancara**

Pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan pengelola Dimsbrew Coffee untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan penulis.

#### **3. Metode Studi Pustaka**

Metode studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari informasi- informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Menggunakan model analisis SWOT yaitu suatu upaya yang dilakukan dalam kegiatan usaha untuk penetapan strategi bisnis. Biasanya, analisis ini menggunakan panduan yang sistematis atau kerangka dalam menjalankan diskusi agar lebih terarah dan fokus pada hal yang ingin dicapai.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menggunakan metode storyboard untuk menggambarkan deskripsi tiap scene.

### 1.6.4 Produksi

Ada tiga tahapan untuk memproduksi sebuah iklan, yaitu:

1. Pra produksi

Praproduksi merupakan tahap mempersiapkan atau rancangan untuk produksi. Bahan yang dipersiapkan yaitu *storyboard*.

2. Produksi

Tahap ini merupakan tahapan pembuatan video serta mengimplementasikan *Live Shot* pada video iklan sesuai rancangan yang sudah dibuat.

3. Pasca produksi

Tahap ini adalah tahap dimana dilakukan proses editing terhadap file hasil produksi. Pada tahap ini akan dilakukan penggabungan file hasil produksi dan penambahan suara pendukung yang kemudian akan divisualisasikan menjadi video iklan.

### 1.6.5 Evaluasi

Pengujian dan pembahasan hasil video iklan Kedai Sastra sehingga dapat tersampaikan kepada penonton dengan jelas.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini disusun secara sistematis dan dibagi menjadi lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

1. **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab landasan teori menguraikan mengenai teori - teori yang mendukung judul dan mendasari pembahasan.

3. **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini akan membahas tinjauan umum, analisis kelemahan sistem, analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan.

4. **BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan tahapan yang penulis lakukan dalam pembuatan video mulai dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

5. **BAB V : PENUTUP**

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian.