

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat di dunia banyak cara dan strategi untuk memperkenalkan suatu produk maupun perusahaan, sehingga mampu mencapai target dalam meningkatkan daya tarik penjualan, salah satunya adalah dengan video iklan. Video iklan saat ini dapat menjadi solusi yang tepat untuk promosi karena dapat lebih menarik perhatian para pelanggan selain memperkenalkan produk, pelanggan juga dapat mendapatkan informasi tentang perusahaan. Dalam video yang saya buat ini terdapat *motion graphic* dan pengambilan videonya secara *live shoot a-roll dan b-roll* agar lebih menarik dan mudah tersampaikan lebih jelas. Video iklan adalah suatu media memperkenalkan objek dengan format audio visual berupa cuplikan-cuplikan video yang dipercantik dengan tampilan animasi dan grafis, ilustrasi musik yang sesuai, dan narasi. Genah kopi merupakan sebuah kedai kopi yang menyediakan berbagai macam kopi tradisional hingga moderen. Genah kopi berdiri pada tanggal 1 Januari 2017 dengan pemilik bernama Febri, terletak di Kanoman 2, Banjararum, Kalibawang, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun sasaran pelanggannya adalah para remaja hingga orang-orang dewasa yang menyukai kopi. Sejak genah kopi didirikan, promosi yang dibuat oleh pemilik menggunakan komunikasi mulut antar pelanggan yang datang dan media sosial untuk promosi seperti facebook dan instagram. Media yang digunakan telah dianggap cukup

sehingga pengelola kedai ingin meningkatkan metode promosi dengan menggunakan video agar visualisasi produk menjadi lebih baik.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka penulis merumuskan permasalahan yang akan di hadapi yaitu “Bagaimana membuat video iklan Genah Kopi agar edukatif dan informatif sebagai sarana penguatan profil kepada masyarakat luas?”

## 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia yang lebih kecil yaitu:

1. Video Genah Kopi ini dibuat dengan durasi 5 menit.
2. Video ini berisi tentang informasi Genah Kopi dan ajakan untuk masyarakat agar datang ke Café tersebut.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan video profile ini yaitu, Adobe Premiere, Adobe After Effect, Adobe Illustrator.
4. Teknik yang digunakan dalam pembuatan *video profile* adalah *live shoot b-roll* dan *a-roll* serta *motion graphic*.
5. Video Profile ini akan ditayangkan melalui Instagram dan Youtube.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Membuat penelitian perancangan dengan teknik *b-roll* dan *motion graphic*.

2. Membantu meningkatkan promosi bagi Genah Kopi agar lebih dikenal masyarakat luar.
3. Membantu Genah Kopi menciptakan branding tempat kuliner yang terpercaya dan mampu bersaing dengan tempat kuliner lainnya dimata klien dan masyarakat luar.
4. Memperbarui media promosi pada Genah Kopi dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

##### **1.5.1 Bagi Penulis**

1. Menerapkan ilmu yang didapat selama di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang Informatika dan Multimedia dengan menggunakan aplikasi Adobe Premiere dan Adobe After Effect.
2. Diharapkan dapat menjadi pengetahuan yang dijadikan refrensi bagi mahasiswa Universitas Amikom lainnya dalam membuat video profile.

##### **1.5.2 Bagi Genah Kopi**

Dapat memperkenalkan Genah Kopi lebih luas dikalangan masyarakat luar.

##### **1.5.3 Bagi Masyarakat**

Memberikan Infomrasi tentang Genah Kopi dan bagaimana kondisi lokasi dan menu makanan yang disediakan.

## 1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dilakukan untuk membantu dalam mendapatkan informasi tentang objek penelitian antara lain:

### 1.6.1 Metode Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk menanyakan informasi yang terkait Genah Kopi yang dapat digunakan untuk membuat video iklan.

### 1.6.2 Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap video-profile iklan perusahaan yang terkat dengan menggunakan teknik *live shoot*, *b-roll* dan *motion graphic* yang dapat digunakan sebagai referensi.

### 1.6.3 Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi, dan buku sebagai referensi dan panduan untuk melakukan perancangan video iklan.

### 1.6.4 Metode Analisis

Analisis SWOT (*Strenght*, *Weakneses*, *Oportunity*, *Threat*) Merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor *internal* (dalam) dan faktor *eksternal* (luar).

### 1.6.5 Metode Perancangan

Pembuatan video iklan dapat digunakan standar produksi animasi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti:

#### 1. Pra Produksi

2. Produksi

3. Pasca Produksi

#### **1.6.6 Metode Evaluasi**

Pada Tahap ini menggunakan kuisioner pada mahasiswa dan masyarakat umum guna memperoleh hasil respon yang maksimal.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar Penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahnya, yaitu sebagai berikut:

##### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah yang mendasari penelitian yang akan dibuat, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian.

##### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar video iklan, teori promosi, dasar-dasar editing video, dan software yang digunakan dalam proses editing video.

##### **BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAIN**

Bab ini menjelaskan terkait dengan perancangan video yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan yang diperlukan dalam pembuatan sebuah video.

#### **BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan lebih rinci mengenai implementasi dari perancangan dan hasil perancangan video iklan Genah Kopi.

#### **BAB V. PENUTUP**

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saransaran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan yang telah diuraikan sekaligus manfaat dan kelebihan dari video yang dibuat. Saran adalah kekurangan dan kelemahan video itu sendiri yang dapat dijadikan sebagai acuan perbaikan untuk kemungkinan pengembangan masa yang akan datang.

