

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Slow Bar Safari Coffee berdiri menjelang puasa tahun 2018 ini, yang beralamatkan di jalan cendrawasih nomor 16 Kota Madiun. Permasalahannya adalah banyak sekali bermunculan kedai-kedai kopi atau pun cafe yang menawarkan tempat yang lebih luas dan menu baru yaitu berbagai jenis kopi. Dan karna persaingan pasar yang sangat ketat, maka iklan sebagai media promosi sangat di perlukan. Slow Bar Safari Coffee merupakan warung kopi yang sangat terbilang baru, konsepnya pun masih sangat sederhana. Walau pun tempat terbilang kalah saing akan tetapi menu yang di tawarkan berani bersaing dengan kedai-kedai kopi lainya di Kota Madiun dan sekitarnya. Harganya pun juga berani bersaing dengan kedai-kedai kopi yang lainya.

Solusinya adalah menggunakan media periklanan, seperti media televisi, radio, sosial media, dan brosur atau selebaran yang di bagikan di setiap tempat keramaian. Saat ini pun promosi yang dilakukan Slow Bar Safari coffee yaitu dengan menggunakan media Billboard atau papan iklan yang ada di depan kedai dan brosur atau selebaran yang di bagikan di setiap tempat keramaian. Mereka belum pernah sama sekali menggunakan Iklan sosial media, televisi, radio ataupun koran yang dapat di gunakan sebagai media promosi untuk memperkenalkan ke masyarakat. Iklan televisi di era sekarang sudah tidak begitu optimal apalagi tujuan pasar dari safari coffee adalah anak muda di madiun dan sekitarnya dan anak- anak muda jaman sekrang sudah meninggalkan televisi. Iklan radio dan koran juga pastinya sudah tidak begitu efektif untuk kalangan muda jaman

sekarang. Dan diantara media-media periklanan penulis menemukan cara yang paling tepat untuk media periklanan kedai kopi safari coffee. Oleh karena itu penulis mempunyai ide untuk membuat media promosi berupa iklan yang dapat di tayangkan di sosial media khususnya di Instagram serta sebagai objek penelitian skripsi penulis di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

Video iklan merupakan salah satu produk yang di hasilkan dari multimedia. Melalui video iklan, produk atau jasa akan lebih mudah di kenalkan kepada masyarakat luas, khususnya Madiun. Periklanan merupakan penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengomunikasikan informasi persuasif. Tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat.

Cara periklanan yang paling tepat adalah dengan menggunakan iklan Instagram. Karena Instagram merupakan media promosi yang canggih. Dengan menggunakan dua elemen kekuatan sekaligus yaitu audio dan visual menjadikan Instagram sebagai media promosi yang sangat efisien. Sebuah tayangan 60 detik saja akan dapat disaksikan serentak oleh puluhan juta bahkan ratusan juta pasang mata di seluruh dunia. Instagram merupakan media audiovisual sehingga penonton dapat melihat produk yang diiklankan di Instagram secara maksimal. Iklan Instagram memiliki sarana yang paling lengkap untuk eksekusi. Pesan dari produk dapat di komunikasikan dengan total, yaitu audio, visual, dan gerak serta hal ini mampu menciptakan kelenturan bagi pekerja kreatif untuk mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, drama, humor, dan lain-lain. Slow Bar Safari Coffee Madiun harus dapat menciptakan suatu inovasi agar dapat terus berkembang memasarkan produk yang di milikinya. Untuk

melengkapi media promosi yang ada. Instagram di pilih sebagai tempat promosi yang efektif. Iklan ini nantinya akan di buat simpel dan mudah dipahami, agar konsumen dapat mengingat pesan yang di sampaikan. Diharapkan dengan adanya iklan Instagram ini dapat menarik minat konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat di rumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah "Bagaimana membuat iklan instagram Slow Bar Safari Coffee Madiun dengan teknik *Live Shoot*?"

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang diraikan diatas, maka penulis membuat batasan masalah untuk mempermudah penelitian, meliputi:

1. Video iklan meliputi produk dan nuansa Slow Bar Safari Coffee.
2. Video iklan di buat dengan menggunakan Adobe Photoshop dan Corel Draw untuk pengolahan gambar, dan Adobe Premiere untuk editing video.
3. Iklan ini di tayangkan di media sosial Instagram Slow Bar Safari Coffee.
4. Iklan Slow Bar Safari Coffee berdurasi 60 detik.
5. Teknik yang di gunakan untuk pembuatan iklan *Live Shoot*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video promosi iklan Instagram untuk Slow Bar Safari Coffee.
2. Mempermudah perusahaan untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada calon rekan kerja, maupun masyarakat luas melalui Instagram.
3. Membantu meningkatkan angka penjualan produk di Slow Bar Safari Coffee.
4. Sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penyusunan penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis
 - a) Dapat berbagi pengalaman melalui proses pembuatan iklan.
 - b) Untuk menerapkan disiplin ilmu dalam pembuatan iklan.
 - c) Memberikan kepuasan pribadi dengan membuat sebuah sarana promosi bagi orang lain.
 - d) Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi Strata 1 (S1) di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Bagi masyarakat
 - a) Dapat di jadikan sebagai referensi oleh masyarakat untuk membuat iklan produk sendiri maupun orang lain.
 - b) Menjadi sarana referensi yang baik bagi para pembuat video.

3. Bagi mahasiswa

- a) Dapat digunakan sebagai referensi mahasiswa lain yang sedang mengambil skripsi dengan topik pembuatan iklan televisi.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun metode penelitian yang di gunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan dengan cara melakukan pengamatan terhadap Iklan Televisi yang mempunyai ciri yang sama.

2. Metode Keputusan

Mengumpulkan data dari buku-buku tentang iklan televisi atau dari literature-literatur yang diperoleh dari internet yang semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil observasi/pengamatan dan wawancara, penulis menganalisis untuk mengetahui bagaimana membuat iklan televisi yang berkualitas dan menarik sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui produk dari Slow Bar Safari Coffee.

1.6.3 Metode Perancangan

Merupakan tahapan perencanaan. Dalam pembuatan iklan televisi, hal ini meliputi perencanaan konsep, desai karakter, background, serta semua yang mencakup dalam pembuatan iklan hingga proses produksi.

1.6.4 Metode Pustaka

Metode pustaka adalah metode pengumpulan data dengan mengutip buku buku yang berkaitan dengan penelitian.

1.6.5 Video Refrensi

Penulis menggunakan video cuplikan kejadian yang nantinya akan menjadi bahan referensi untuk pencapaian efek visual yang akan dikerjakan.

1.6.6 Sistematka Penulisan

Sistematika penyusunan laporan skripsi ini di bagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I. Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penulisan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II. Landasan Teori

Bab ini membahas mengenai konsep dasar dan proses yang digunakan untuk membuat iklan, efek visual dan penjelasan mengenai software yang digunakan untuk mengerjakan video klip.

BAB III. Analis Dan Perancangan

Bab ini menjelaskan tentang perancangan iklan mulai dari pembuatan serta tahapan pra produksi, seperti pembuatan ide cerita, tema, dan storyboard yang digunakan untuk video

BAB IV. Implementasi dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang implementasi dan proses pengerjaan iklan yang sesuai dengan teori pada bab 2, implementasi dari proses pengambilan bahan video, editing, compositing dan rendering.

BAB V. Penutup

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari selama proses analisis dan pembuatan iklan Safari Slow Bar Coffee.

