

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan multimedia kini mempermudah kehidupan manusia, selain dalam bidang Pendidikan, multimedia juga digunakan sebagai alat untuk bersaing dalam perusahaan yaitu dalam memasarkan sebuah produk.

Dengan dibuatnya iklan yang berunsur dari multimedia akan membantu mempertajam pesan tersebut, karena multimedia tidak hanya menyediakan lebih banyak teks dalam menyampaikan pesan melainkan juga menghidupkan teks dengan menyertakan bunyi, gambar, audio, animasi dan video. Kelebihan multimedia adalah menarik indera serta menarik minat, karena multimedia merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan.[1]

Oleh karena itu multimedia digunakan sebagai alat bersaing dalam sebuah bisnis atau perusahaan yang berbentuk video iklan untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat tentang bisnis tersebut. pada penelitian ini penulis membuat video iklan untuk salah satu produk *signature* dari *Koviku Coffee & Terrace* yaitu Es Kopi Susu Koviku Palm, dengan menggunakan teknik sinematografi, penggunaan teknik sinematografi bertujuan untuk mendapatkan estetika visual yang mampu menarik konsumen.

Koviku *Coffee & Terrace* adalah UMKM (usaha mikro kecil menengah) yang bergerak di bidang kuliner yaitu minuman kopi dengan banyak varian, Koviku *Coffee & Terrace* sendiri sudah berdiri sejak tahun 2021 yang beralamat di Jalan Gandu, Gandu, Sendangtirto, Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55573, namun Koviku Coffee & Terrace hingga saat ini belum mempunyai video iklan untuk salah satu produk andalan mereka yaitu Es Kopi Susu Koviku Palm.



Gambar 1. 1 Instagram koviku coffee & Terrace



Gambar 1. 2 Produk dan feed Instagram koviku coffee & terrace

Video iklan merupakan bagian dari multimedia. Dengan video iklan, produk atau jasa akan sangat mudah untuk diperkenalkan kepada masyarakat, iklan sendiri merupakan sarana yang digunakan untuk melakukan promosi barang dan jasa.

Dengan adanya pembuatan video iklan Es Kopi Susu Koviku Palm, Penulis mengharapkan semakin banyak minat pengunjung yang datang pada Koviku *Coffee & Terrace*. Atas dasar tersebut maka penulis mengambil judul “Pembuatan Video Iklan Es Kopi Susu Analog menggunakan Teknik sinematografi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan pada penelitian yakni “Bagaimana Membuat Video Iklan Es Kopi Susu Koviku Palm yang menarik dengan teknik sinematografi?”.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan ini tidak menyimpang dari rumusan masalah diatas maka dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu:

1. Peneliti hanya mengulas tentang bagaimana proses pembuatan iklan Es Kopi Susu Koviku Palm menggunakan Teknik sinematografi.
2. Menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2021.

3. Target durasi video iklan 1 menit.
4. Iklan ini akan tayang di Instagram Koviku *Coffee & Terrace* dengan durasi 1 menit, format .mp4 beresolusi 1280 x 720 (HD 720p).
5. Iklan hanya berfokus pada produk Es Kopi Susu Koviku Palm saja

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membantu mengiklankan Es Kopi Susu Koviku Palm agar lebih dikenal masyarakat.
3. Membantu Koviku *Coffee & Terrace* untuk bersaing dengan kompetitor.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menerapkan dan memahami ilmu-ilmu yang telah di pelajari di Universitas Amikom Yogyakarta dan diluar Universitas khususnya pada bidang pembuatan Video Iklan dan promosi.

2. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai penelitian bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta khususnya dalam pembuatan Video Iklan.

3. Bagi Analog Coffee Shop

Diharapkan dapat membantu Koviku *Coffee & Terrace* mengiklankan produk andalan mereka yaitu Es Kopi Susu Koviku Palm.

4. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat mengetahui salah satu produk andalan Koviku *Coffee & Terrace* yaitu Es Kopi Susu Koviku Palm.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan penelitian Sugiyono (2013). Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut : [2]

1.6.1.1 Metode Observasi

observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

1.6.1.2 Metode Wawancara

wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) agar dapat membantu menemukan permasalahan utama yang dihadapi, sehingga memudahkan dalam perencanaan pembuatan sebuah video iklan promosi.

1.6.3 Metode Perancangan

Tahapan-tahapan yang dibutuhkan untuk membuat Video Iklan ini yaitu :

a. Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahapan persiapan pembuatan video, diantaranya meliputi naskah dan storyboard.

b. Produksi

Tahap produksi merupakan tahapan pembuatan video dan implementasi teknik Cinematic pada video sesuai dengan naskah dan storyboard yang telah dibuat.

c. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan salah satu tahap dari proses pembuatan video. Tahap ini dilakukan setelah tahap produksi video selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti pengeditan video, pemberian efek khusus, pengoreksian warna, hingga pemberian musik latar,

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada penelitian skripsi ini dikelompokan menjadi 5 bab dengansistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Membahas teori secara umum mengenai hal yang berhubungan dengan pembuatan video iklan ini yang berasal dari sumber-sumber yang terpercaya.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang analisis mengenai apa saja yang dibutuhkan dalam pembuatan video iklan dan membahas tentang proses-proses pembuatan video iklan tersebut.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bab-bab sebelumnya, proses pengoprasian video iklan dan promosi yang sudah dibuat

BAB V. PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari proses pembuatan video iklan sehingga diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak lain untuk dikembangkan kembali oleh peneliti yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisi lampiran-lampiran dokumen yang berkaitan dengan penulisan bab.