

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mulakala *Coffee* adalah sebuah cafe yang beralamat di Jalan Karang Sari No.23, Gedongan Lor, Wedomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang didirikan pada tahun 2022. Upaya promosi guna mendapatkan konsumen bukanlah proses yang mudah. Melalui penelitian yang dilakukan di objek penelitian Mulakala *Coffee*, penulis menemukan bahwa promosi melalui iklan di media cetak seperti surat kabar dan brosur, serta iklan di radio atau televisi dirasa kurang efektif mengingat di era yang digital ini masyarakat terutama kaum muda sekarang lebih memilih sosial media seperti Instagram, Twitter, Youtube untuk mendapatkan informasi.

Dengan maraknya Cafe di Yogyakarta, penulis memikirkan hal apa yang dapat menunjang promosi yang mampu menarik minat pengunjung. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membantu untuk membuat video iklan menggunakan teknik pengambilan gambar *one shot*. Karena dengan teknik tersebut yang jarang dipakai oleh cafe lain untuk menunjang promosi maka diharapkan mendapat perhatian lebih dari penonton yang berdampak pada ketertarikan penonton untuk datang ke Mulakala *Coffee*.

Dengan maraknya kaum muda yang menggunakan Instagram, maka penulis memilih Instagram sebagai media promosi yang akan ditunjang dengan video iklan dengan teknik *one shot*. Laporan *We Are Social* menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri.[1]

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat video iklan pada Mulakala *Coffee* menggunakan teknik pengambilan gambar *One shot*.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

Membuat Video iklan menggunakan teknik *one shot* untuk Mulakala *Coffe* guna menunjang promosi.

1.4. Batasan Masalah

Ada beberapa batasan masalah yang ada pada penelitian ini, yaitu :

- a. Penelitian ini dilakukan di Mulakala *Coffee*.
- b. Pembuatan video berfokus pada pengambilan gambar yang menarik dan informasi yang ditampilkan.
- c. Video *one shot* yang berdurasi kurang lebih 1 menit sesuai dengan ketentuan postingan video di media sosial.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh penulis.
 - b. Menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang proses pembuatan Video iklan dengan teknik pengambilan gambar *one shot*.
2. Bagi Objek Penelitian
Dapat digunakan Mulakala *Coffee* sebagai media promosi.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian / skripsi, penulis merancang sebuah sistematika penulisan yang terdiri dari :

a. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini membahas secara ringkas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

b. Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas tentang pengertian *One shot*, pengertian Promosi, pengertian Iklan, Pengertian Sosial Media, *Software* yang digunakan.

c. Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini membahas tentang langkah-langkah pembuatan video iklan menggunakan teknik *one shot*.

d. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang hasil perancangan yang telah diimplementasikan dan pembahasan hasil implementasi.

e. Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan memberikan saran-saran untuk tercapainya hasil yang lebih baik.