

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

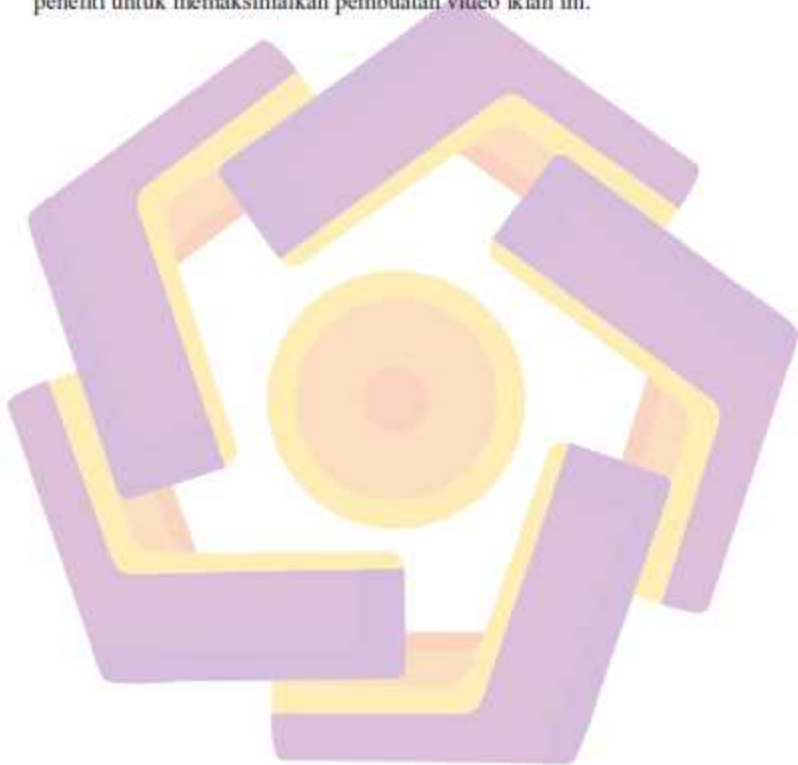
Media merupakan salah satu solusi untuk mempromosikan suatu usaha ; baik usaha di bidang jasa maupun nonjasa. Media promosi, dapat berupa media cetak yaitu iklan pada surat kabar, media suara yaitu iklan pada sebuah radio, dan media audio visual yaitu video iklan pada televisi ataupun sosial media.

Promosi dengan media audio visual merupakan cara yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan keunggulan produk dari sebuah perusahaan. Dengan cara ini maka perusahaan dapat menyebarluaskan informasi suatu produk kepada calon konsumen, serta dapat menaikkan penjualan sehingga dapat membentuk citra produk di mata konsumen.

Seperti yang diungkapkan oleh M.Suyanto dalam bukunya yang berjudul *Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. "Keunggulan bersaing perusahaan, sesungguhnya adalah keunggulan komunikasi sehingga masalah dalam bersaing adalah masalah dalam berkomunikasi. Jika Anda berhasil dalam periklanan, kemungkinan anda akan berhasil dalam bidang bisnis, agama, politik atau aktivitas lain yang membutuhkan komunikasi massa".

Kalua Coffee and Bubble Tea adalah badan usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman, namun promosi yang dilakukan oleh Kalua Coffee and Bubble Tea saat ini hanya berupa foto, dan testimony dari pelanggan pada aplikasi Instagram. Yang dimana itu dinilai masih kurang menarik minat konsumen.

Untuk menyelesaikan masalah ini, maka dibuat sebuah media promosi dengan menggunakan teknik macro shoot yang di dalamnya juga menggunakan motion graphic untuk memaksimalkan informasi yang ada pada "Kalua Coffee and Bubble Tea". Pembuatan video promosi ini memiliki guna dalam mendorong peneliti untuk memaksimalkan pembuatan video iklan ini.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah “Bagaimana merancang dan membuat Iklan Sebagai upaya memperkenalkan Kalua Coffee and Bubble Tea”.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Iklan dibuat untuk Kalua Coffee and Bubble Tea sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Teknik yang akan digunakan dalam pembuatan video, yaitu penerapan *Macro Shoot* dan *Motion Graphic* pada video promosi Kalua Coffee and Bubble Tea.
3. Pembuatan video ini hanya sampai pada uji kelayakan kepada pihak Kalua Coffee and Bubble Tea dan masyarakat.
4. Hasil pembuatan iklan ini akan berbentuk video berdurasi \pm 1 menit.
5. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Treath*).
6. Software yang digunakan *adobe photoshop*, *adobe after effect*, dan *adobe premiere*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penulisan penelitian ini, adalah :

1. Merancang dan membuat video promosi Kalua Coffee and Bubble Tea dengan menerapkan teknik *Macro Shoot* dan *Motion Graphic*.
2. Memperkenalkan Kalua Coffee and Bubble Tea kepada masyarakat melalui media promosi berupa video iklan.
3. Sebagai media informasi mengenai produk yang ada pada Kalua Coffee and Bubble Tea.
4. Sebagai sarana publikasi dan promosi tambahan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Kalua Coffee and Bubble Tea.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
 - a. Menambah pengetahuan dalam mempelajari sebuah video yang menggabungkan Teknik *Macro Shoot* dan *Motion Graphic*.
 - b. Mengasah kemampuan dalam mengolah *software editing*.
2. Bagi Objek
 - a. Masyarakat umum dapat lebih mengetahui oleh tentang Kalua Coffee and Bubble Tea.

1.6 Metode Penelitian

Dalam pembuatan dan penyusunan tugas akhir ini, dilakukan dengan beberapa metode penelitian, yaitu sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan tahap pengumpulan informasi berupa data-data yang akan digunakan untuk keperluan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode wawancara, dan metode observasi sebagai penunjang data-data yang valid :

1. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Kalua Coffee and Bubble Tea guna untuk mendapatkan data yang akan dipakai untuk keperluan pembuatan video dan penelitian.

2. Metode Observasi

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada Kalua Coffee and Bubble Tea, serta pengamatan pada media social yang dimiliki oleh Kalua Coffee and Bubble Tea.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis menggunakan model analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats), analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional. Analisis kebutuhan fungsional membahas tentang informasi-informasi yang dihasilkan oleh sistem. Sedangkan analisis kebutuhan non fungsional membahas tentang kebutuhan software, hardware dan brainware yang digunakan dalam penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan merupakan tahap awal dalam pembuatan video promosi yaitu tahapan pra-produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video dimana itu meliputi dari mulai merancang ide cerita, merancang konsep, rancangan narasi, dan *storyboard*.

1.6.4 Metode Pembuatan

Metode pembuatan merupakan tahap kedua dan ketiga dalam pembuatan video promosi ini yaitu tahap produksi dan tahap pasca produksi. Pada tahap ini peneliti melakukan pemilihan gambar, video, dan perekaman suara yang telah diambil dari tahap pra produksi tadi yang kemudian tahapan terakhir tahap pasca produksi yaitu, melakukan editing yang digabungkan dengan motion graphic, mixing audio dan video, hingga tahap finishing yang berupa rendering.

1.6.5 Metode Evaluasi

Metode evaluasi ini merupakan kegiatan membandingkan antara hasil implementasi dengan kriteria dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat sejauh mana kegiatan tertentu telah dicapai sehingga dapat diketahui bila terdapat selisih antara standar yang telah ditetapkan dengan hasil yang dapat dicapai.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan dapat mudah dimengerti dan terstruktur, maka sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode-metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian dasar teori multimedia, definisi iklan, tahapan pembuatan iklan, teknik yang digunakan dalam perancangan, dan pembuatan "Iklan Sebagai Video Promosi Pada Kalua Coffee and Bubble Tea menggunakan Teknik Macro Shoot Dan Motion Graphic".

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan umum atau deskripsi singkat objek serta analisis dan perancangan Video Promosi Kalua Coffee and Bubble Tea.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan Video Promosi Kalua Coffee and Bubble Tea, yaitu tahap produksi dan tahap paska produksi.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran pada hasil pengujian serta saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat keterangan buku dan jurnal literatur, yang menjadi acuan atau landasan dalam penulisan skripsi.

