

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kebiasaan duduk-duduk sambil makan-minum di cafe telah menjadi gaya atau pergaulan dikalangan anak muda, para profesional dan keluarga modern. Di kota-kota besar cafe bukanlah tempat yang baru, karena dalam perkembangannya cafe yang dulu dianggap sebagai tempat pergaulan yang mewah, kini telah menjamur dan memiliki pasar untuk kelas menengah bawah. Saat ini sudah banyak cafe-cafe yang bermunculan, begitu juga di kota Yogyakarta. Menawarkan berbagai macam menu andalan, desain-desain interior yang menarik, fasilitas-fasilitas yang disediakan diharapkan akan menarik target audience atau para konsumennya untuk datang ke cafe-cafe tersebut. Salah satunya yaitu Waroeng Kafein Yogyakarta yang beralamatkan di Jalan Wonocatur No.93 Kota Yogyakarta.

Teknologi informasi sudah semakin berkembang, kebutuhan akan informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang periklanan. Dalam sebuah periklanan, tentulah sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menyampaikan informasi tentang nama perusahaan dan suatu produk baik jasa ataupun barang. Pada media periklanan sendiri dapat

mencakup lima unsur multimedia di dalamnya, yaitu : video, gambar, audio, *text*, dan animasi.

Media yang digunakan untuk periklanan, antara lain televisi, radio, koran, majalah, internet dan sebagainya. Pada kali ini penulis lebih memilih media internet karena saat ini internet menjadi media yang banyak digunakan menurut survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Waroeng Kafein adalah sebuah tempat dimana berkumpulnya masyarakat dari Kalimantan Barat yang merantau ke kota Yogyakarta. Selain itu Waroeng Kafein memiliki khas menu spesial makanan dan minuman tradisional Kalimantan Barat yang berada di Kota Yogyakarta. Tepatnya di Jalan Wonocatur No.93 Kota Yogyakarta, namun disini peneliti melihat kurangnya dukungan dalam segi promosi/iklan untuk pemasarannya sehingga tidak semua masyarakat Kalimantan Barat khususnya yang merantau ke Kota Yogyakarta maupun yang tinggal di Kota Yogyakarta mengetahui adanya Waroeng Kafein Khas "Kalimantan Barat" dengan menu special makanan dan minuman tradisionalnya.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, maka penelitian dan penyusunan skripsi ini di buat dengan judul "Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Waroeng Kafein Khas "Kalimantan Barat" Di Yogyakarta Dengan Teknik *Camera Cinematic*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan dari latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana cara membuat Video Iklan Waroeng Kafein Khas "Kalimantan Barat" Di Yogyakarta Dengan Teknik *Camera Cinematic*?

1.3 Batasan Masalah

Acuan batasan masalah yang digunakan dalam penelitian membuat video iklan ini adalah :

1. Pembuatan Video Iklan Waroeng Kafein Khas "Kalimantan Barat" Di Yogyakarta Dengan Teknik *Camera Cinematic* menggunakan *software Adobe Premiere dan Adobe After Effect*.
2. Video Iklan ini diterapkan untuk semua masyarakat dan masyarakat asal Kalimantan Barat khususnya masyarakat yang merantau di Kota Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Memproduksi sebuah Video Iklan/media promosi yang berjudul Waroeng Kafein Khas "Kalimantan Barat" Di Yogyakarta Dengan Teknik *Camera Cinematic* sehingga mampu menyampaikan pesan moral dan dapat diterima oleh masyarakat.
2. Menciptakan iklan ataupun media promosi pendukung yang tepat guna meningkatkan tanggapan yang positif dari masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Sebagai video iklan dan media promosi untuk Waroeng Kafein Yogyakarta.
2. Mempunyai suatu iklan dan media promosi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengunjung di Waroeng Kafein Yogyakarta tersebut.

1.6 Metode Penelitian

1. Metode Kuantitatif: Melakukan pengumpulan data penelitian yang berhubungan dengan objek masalah yang dikaji.
2. *Study Literatur*: Mencari informasi dari berbagai sumber, jurnal, buku dokumentasi, internet dan pustaka.

1.7 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan dan pengumpulan data dalam penyusunan rancangan pembuatan video iklan adalah :

1.7.1 Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti secara cermat dan sistematis tepatnya di Waroeng Kafein Yogyakarta.

1.7.2 Metode Kepustakaan

Melakukan studi kepustakaan yaitu dengan mengumpulkan data yang dipelajari dan dibaca dari buku dan sumber informasi lain yang ada di perpustakaan Universitas Amikom Yogyakarta.

1.7.3 Metode Dokumentasi

Dalam metode ini dengan cara terjun langsung ke Waroeng Kafein untuk mengambil gambar atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian untuk dirangkum menjadi satu.

1.7.4 Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan – pertanyaan yang di tujukan secara langsung kepada Waroeng Kafein dengan Owner Ilham Kurniawan.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini disusun penulis dengan maksud agar pembaca memperoleh gambaran yang jelas mengenai isi laporan dan mempermudah dalam memahami isi penulisan secara keseluruhan, maka dari itu penulis mengajukan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta langkah - langkah pembuatan video iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini memberikan penjelasan tentang perancangan konsep video periklanan dan menjelaskan gambaran pembuatannya.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi permasalahan yang dihadapi, alternatif pemecahan masalah, analisa proses.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa dan optimalisasi sistem berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

