

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi covid-19 mempunyai dampak yang sangat luas di berbagai sektor. Indonesia saat ini di hadapkan pada situasi sulit terkait dengan penanganan dampak Covid-19, usaha-usaha yang dilakukan terkait dengan upaya untuk menekan angka kematian penduduk yang terinfeksi virus Covid-19, maupun upaya untuk menagani dampak sosial ekonomi dari penyebaran virus. [1]

Menurut hasil survey internal moka, bahwa industri Food & Baverge merupakan industry yang sangat terdampak. Hal ini terbukti berdasarkan hasil observasi di tujuh belas kota, industri Food & baverage pada 13 kota mengalami penurunan pendapatan harian yang signifikan. Surabaya dan Bali merupakan kota yang penurunan pendapatan paling signifikan setiap harinya dibandingkan dengan kota lain dengan masing-masing penurunan 26% untuk Surabaya dan 18% untuk Bali. [2]

Pada bulan Oktober 2021, peneliti melakukan observasi pada penelitian ini dengan melakukan pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti. Dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah, salah satu metode yang dapat dilakukan yaitu dengan metode observasi, metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung dan tidak langsung agar mendapat data yang objektif. Hasil dari pengumpulan data akan dijadikan data penunjang perancangan dan pembuatan dalam menentukan hasil akhir yang sesuai dengan kebutuhan. pengertian periklanan adalah:

Periklanan adalah suatu bentuk komunikasi tidak langsung yang didasarkan pada kelebihan dan kekurangan produk. Penataan tersebut untuk menciptakan perasaan yang menyenangkan dan membuat orang berubah pikiran untuk melakukan pembelian (Tjiptono, 2005). [3]

Singkatnya, periklanan adalah jenis informasi yang menyediakan produk yang dirilis ke publik melalui media seperti video iklan sebagai media promosi yang ditujukan kepada masyarakat luas untuk mendapatkan informasi tentang penawaran atas produk atau jasa yang telah disediakan. Tujuan utama pembuatan Video Iklan ini Untuk meningkatkan pemasaran, diperlukan fasilitas pendukung informasi dan promosi, seperti produksi karya video.

Live shoot diartikan sebagai teknik pengambilan gambar yang bergerak secara langsung dimana dalam pengerjaannya diperlukan *editing* untuk menyempurnakan hasil dari pengambilan video shooting. *Live shoot* adalah serangkaian rekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang menciptakan suatu adegan yang dramatis, yang dipadu dengan kejadian dramatis lainnya dan disusun pada suatu proses *editing*. [4]

Semuda Kopi merupakan salah satu *Coffee Shop* yang berdiri sejak tahun 2020 terletak di Jl. Raya Wedomartani, Jetis, Wedomartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan gaya hidup yang berkaitan dengan bagaimana seseorang menghabiskan waktu luangnya. Kesibukan yang tinggi akan berdampak pada perubahan budaya yang dimana itu membuat seseorang yang tinggal di daerah perkotaan mengalami kepenatan dalam menjalani rutinitas sehari-harinya. Sehingga masyarakat di daerah perkotaan mulai mencari hiburan yang dapat menghilangkan penatnya dengan hal tertentu, seperti pergi ke mall, tempat wisata, cafe dan bersantai ria dengan teman-temannya di *coffee shop*. Sekarang *Coffeeshop* atau cafe tepatnya di Yogyakarta menjadi andalan bagi para anak muda khususnya mahasiswa. Oleh karena itu Indra Sukmana selaku pemilik dari Semuda Kopi memiliki ide dan gagasan untuk membuat *Coffee Shop* yang sesuai dengan kantong mahasiswa karena Semuda Kopi dekat dengan kampus III Paingan - Universitas Sanata Dharma dan juga memiliki tempat yang tidak terpakai dan menjadikan *Coffee Shop* Semuda Kopi. Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara di Saat ini media promosi dan informasi yang digunakan oleh Semuda Kopi menggunakan media sosial, seperti Instagram dan

Tiktok dan Semuda Kopi juga dalam tahap berkembang dan sedang meningkatkan mutu dan kualitas dari perusahaan agar lebih dikenal oleh masyarakat umum sehingga dapat mencapai target sesuai visi dan misi Semuda Kopi. Menurut Indra Sukmana, selaku pemilik mengatakan bahwa *coffee shop* nya membutuhkan media promosi yaitu video iklan untuk memperkenalkan Semuda Kopi secara lebih luas akan tetapi karena kurangnya sumber daya yang ada maka pembuatan video iklan semuda kopi belum bisa dapat terlaksanakan, kemudian untuk meningkatkan citra perusahaan, dan jumlah pengunjung sosial media Semuda Kopi agar lebih di kenal masyarakat.

Dengan kurangnya sumber daya yang ada untuk membuat video iklan maka penulis memberikan solusi kepada pihak semuda dengan adanya penelitian ini bisa membantu pihak semuda kopi untuk membuat video iklan sebagai media promosi dan informasi agar semuda kopi dikenal secara luas.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang video iklan dengan teknik *Live Shoot* yang dapat menarik perhatian sebagai alat media promosi dan informasi dalam mempromosikan Semuda Kopi?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dilakukan di Semuda Kopi.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *live shoot*.
3. Sumber data diambil langsung dari Semuda Kopi.
4. Video iklan berdurasi maksimal 1 menit (60 detik).
5. Video iklan menggunakan format .mp4.
6. Media yang digunakan adalah sosial media Instagram.

7. Perangkat lunak yang digunakan adalah windows 10, Adobe Premiere CC.
8. Hasil video iklan hanya dipenruntukkan kepada Semuda Kopi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penellttian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam pembuatan karya ini adalah:

1. Merancang video iklan sesuai dengan kebutuhan objek agar dapat dijadikan media promosi dan informasi yang dapat menarik perhatian.
2. Dengan membuat video iklan dapat bermanfaat untuk meningkatkan *likes*, *followers*, dan *viewers* dari akun sosial media Semuda Kopi.
3. Membantu Semuda Kopi dengan membuat video iklan yang memvisualisasikan semua fasilitas yang ada untuk memberikan informasi lebih mendetail sehingga lebih di kenal oleh masyarakat.

1.5 Manfaat Penellttian

1.5.1 Bagi Pihak Objek

1. Membantu pihak Semuda Kopi untuk memberikan informasi mengenai produk-produk yang dijual Semuda Kopi kepada masyarakat.

1.5.2 Bagi Penelltti

1. Dapat memberikan pengalaman tentang pembuatan video iklan juga sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan multimedia dalam membuat video iklan.

1.5.3 Bagi Pengunjung

1. Memperkenalkan hal baru berupa video produk dengan *live shoot* kepada penonton di akun media sosial Instagram mengenai Semuda Kopi.

1.6 Metode Penellttian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Pada penelitian ini pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan

digunakan oleh peneliti, Dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah, salah satu metode yang dapat dilakukan yaitu dengan metode observasi, metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung dan tidak langsung agar mendapat data yang objektif. Hasil dari pengumpulan data akan dijadikan data penunjang perancangan dan pembuatan dalam menentukan hasil akhir yang sesuai dengan kebutuhan. Metode observasi ini dilakukan secara langsung mengamati yang sedang terjadi di lapangan dengan melalui tes, kuesioner, rekaman gambar dan rekaman suara.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Sumber informasi terpenting untuk memperoleh data dan fakta lapangan adalah dengan melakukan wawancara. Sehubungan dengan hal ini, peran penyedia informasi sangat penting, selain sebagai sumber data juga dapat mengakses lebih banyak informasi yang lebih mendetail. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara terhadap pemilik Semuda Kopi, menurut Indra Sukmana, selaku pemilik mengatakan bahwa *coffee shop* nya membutuhkan media promosi untuk memperkenalkan Semuda Kopi secara lebih luas, meningkatkan citra perusahaan, dan jumlah pengunjung sosial media Semuda Kopi agar lebih di kenal masyarakat.

1.6.1.1 Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang dipergunakan untuk mendokumentasikan beberapa hal yang meliputi rekaman gambar, rekaman audio, dan akan menjadi data penunjang dalam proses pembuatan video iklan ini. Dalam hal ini dokumentasi dilakukan langsung di Semuda Kopi.

1.6.1.2 Internet

Penggunaan sumber dari media online seperti website, dan blog juga merupakan salah satu metode dalam pengumpulan data, melalui website dan blog-blog yang dapat dipertanggung jawabkan kebenaran isinya dan informasi yang berhubungan dengan pembuatan video iklan.

1.6.1.3 Studi Pustaka

Dalam hal ini studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan pada pengumpulan informasi dari sumber pustaka berupa buku dan jurnal ilmiah, yang berguna untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan media video iklan Semuda Kopi.

1.6.2 Metode Analisis

Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, analisis SWOT, dan analisis kebutuhan.

1. Analisis masalah menggunakan metode SWOT

Setelah melakukan identifikasi masalah selanjutnya diperlukan tahap analisis dalam penelitian ini, yaitu berupa analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada Semuda Kopi. Analisis ini disebut dengan SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).

Pada penelitian ini, analisis SWOT digunakan karena merupakan metode perencanaan strategis yang pada dasarnya analisis ini berdasarkan faktor internal perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta faktor eksternal perusahaan yaitu peluang dan ancaman dari lingkungan luar perusahaan. Untuk mencari tahu masalah dari media video iklan yang digunakan saat ini peneliti menggunakan metode SWOT untuk menganalisisnya.

2. Analisis kebutuhan sistem

Dalam merancang video iklan diperlukan informasi kebutuhan dari pihak objek penelitian yaitu Semuda Kopi untuk menghindari kesalahan, selain itu informasi yang didapatkan dapat menjadi data penunjang untuk mendapatkan ide perancangan video iklan. Proses ini bertujuan untuk menentukan kebutuhan sistem, Menentukan kebutuhan sistem sangat penting, mengingat sistem tidak akan berjalan jika apa yang dibutuhkan oleh sistem tersebut tidak terpenuhi. Kebutuhan sistem dibagi menjadi 2 kategori

yaitu kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional. Kebutuhan Fungsional yaitu jenis kebutuhan yang berisi informasi - informasi apa saja yang harus ada dan dihasilkan oleh sistem. Kebutuhan Non Fungsional sistem terkait dengan kebutuhan performance sistem seperti kebutuhan hardware, kebutuhan software, kemudahan user dalam menggunakan sistem, biaya operasional, perancangan, dan penjadwalan.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada perancangan video iklan Semuda Kopi menjadi 3 tahap, yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi. Berikut merupakan alur dari perancangan ide video iklan:

1. Mempelajari jumlah dan video referensi yang berkaitan dengan video iklan.
2. Analisa permasalahan.
3. Penjadwalan
4. Perancangan dan pembuatan ide cerita (pra produksi).
5. Pembuatan video iklan menggunakan aplikasi penunjang pengolah video (produksi).
6. Menganalisa hasil, evaluasi dan pembahasan (pasca produksi).
7. Implementasi dari hasil perancangan ide cerita.

1.6.4 Metode Implementasi

Dalam penelitian ini metode implementasi yang digunakan adalah metode implementasi pengunggahan media video promosi yang berupa video iklan pada sosial media Instagram Semuda Kopi.

1.6.5 Metode Testing

Peneliti melakukan testing menggunakan metode kuisioner pada mahasiswa dan masyarakat guna mendapatkan hasil respon yang sesuai dengan informasi yang disampaikan, dan penayangan hasil akhir video iklan akan diberikan dan diperlihatkan kepada pihak objek penelitian dan diunggah di media sosial Instagram.

1.7 Sistematika Penulisan

URUTAN PENULISAN SKRIPSI

1. Bab I Pendahuluan

Bab Pendahuluan materinya sebagian besar berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Landasan Teori

Bab Landasan Teori diawali dengan Tinjauan Pustaka, yakni: membahas referensi-referensi yang pernah ada dengan tema sama, kemudian menguraikan teori-teori yang mendukung judul, dan mendasari pembahasan secara detail. Landasan teori dapat berupa definisi-definisi atau model yang langsung berkaitan dengan ilmu atau masalah yang diteliti. Pada Bab ini juga dituliskan tentang metodologi yang digunakan.

3. Bab III Analisis dan Perancangan

Bab ini berisi antara lain: deskripsi singkat tentang obyek penelitian, kemudian tinjauan terhadap sistem yang sedang berjalan saat ini di obyek penelitian (jika memiliki obyek penelitian), penulis perlu memaparkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada obyek penelitian, seperti proses bisnis perusahaan, khususnya bagian/departemen yang memiliki permasalahan, atau gambaran umum produk/jasa yang memerlukan pengembangan atau promosi, serta penyajian data-data yang dimiliki obyek, usulan solusinya, analisis kebutuhan terhadap sistem yang diusulkan, dan analisis kelayakan sistem yang diusulkan.

4. Bab IV Implementasi dan Pembahasan

Bab Implementasi dan Pembahasan merupakan paparan implementasi atau paparan hasil-hasil yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitian, serta menyajikan data dari hasil uji coba program atau produk hasil penelitian beserta pembahasannya. Untuk model development research atau pengembangan Sistem Informasi (RPL), peneliti harus menyajikan informasi hasil dari pengembangan sistem tersebut apakah sudah sesuai dengan rancangan atau ada

perubahan/pengembangan dari rancangan sebelumnya, hasil implementasi rancangan hingga testing. Selain itu, sebaiknya hasil penelitian juga dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu yang sejenis atau keadaan sebelumnya, sesuai dengan kondisi. Penelitian sebelumnya harus dipaparkan pada tinjauan pustaka (Bab II).

5. Bab V Penutup

Berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan dapat mengemukakan kembali masalah penelitian, menjawab pertanyaan di rumusan masalah dan mampu membuktikan capaian tujuan penelitian, menyimpulkan bukti-bukti yang diperoleh dan akhirnya menarik kesimpulan apakah hasil yang didapat (dikerjakan), layak untuk digunakan (diimplementasikan). Penulis harus menyimpulkan hasil penelitian secara objektif. Bila di Bab I penulis menggunakan hipotesis, maka jawaban hipotesis tersebut diterima atau ditolak tercantum kembali di kesimpulan.

Saran merupakan manifestasi dari penulis untuk dilaksanakan (sesuatu yang belum ditempuh dan layak untuk dilaksanakan). Saran dicantumkan karena peneliti melihat adanya jalan keluar untuk mengatasi masalah (kelemahan yang ada), saran yang diberikan tidak terlepas dari ruang lingkup penelitian (untuk objek penelitian maupun pembaca yang akan mengembangkan hasil penelitian).

1. Daftar Pustaka

Daftar pustaka memuat semua pustaka yang dijadikan acuan dalam penulisan skripsi yaitu semua sumber yang dikutip. Daftar ini berguna untuk membantu pembaca yang ingin mencocokkan kutipan-kutipan yang terdapat dalam skripsi. Penyusunan diurutkan berdasarkan urutan kutipan yang dicantumkan di Bab II (standard IEEE).

Pustaka yang dikutip dapat berupa buku, jurnal, majalah, surat kabar, atau internet. Semua unsur dalam pustaka harus dicantumkan dalam daftar pustaka. Jarak penulisan antarreferensi di daftar pustaka 1 (satu) spasi.

2. Lampiran

Lampiran berisi tabel yang panjang, surat keterangan, instrumen penelitian,

listing program, peraturan-peraturan dan sebagainya yang berfungsi melengkapi laporan penelitian. Lampiran diberi nomor halaman angka Arab (contoh 1, 2, 3 dst) di pojok sebelah kanan bawah halaman.

