

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wistara Coffee and Space merupakan kedai kopi yang terletak di Sleman, Yogyakarta tepatnya di Krodan, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kedai kopi ini memiliki lokasi yang cukup strategis, dimana lokasi tersebut memang banyak di dirikan kedai kopi dan restoran. Fasilitas yang ada di Wistara Coffee and Space ini juga cukup memadai, seperti tempat nongkrong yang santai di dalam maupun luar ruangan dan ada juga ruangan AC, area Wifi dan Toilet.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer Wistara Coffee and Space yang bernama Aji, beliau mengatakan Wistara Coffee and Space adalah kedai kopi yang di bangun agar bisa digunakan untuk event dan acara lainnya, contohnya seperti perayaan ulang tahun dan pesta pernikahan, sebelumnya Wistara Coffee and Space memang pernah ramai namun dikarenakan ada beberapa faktor yang akhirnya membuat tempat ini cenderung memiliki pengunjung yang sedikit, oleh karena itu tentunya perlu sebuah promosi untuk memperkenalkan kembali Wistara Coffee and Space.

Berikut gambar riset yang terdapat pada halaman instagram dan google Wistara Coffee and Space. Dari gambar dibawah ini terdapat 13.7 ribu pengikut di instagram dan 1.000 ulasan dihalaman google.



Gambar 1.1 Halaman *Instagram*



Gambar 1.2 Halaman *Google*

Metode promosi yang digunakan Wistara Coffee and Space saat ini memang sudah menggunakan video sebagai media promosi, namun Wistara Coffee and Space belum pernah menggunakan teknik *motion tracking* pada video iklan instagram Wistara Coffee and Space, penulis memilih teknik *motion tracking* di karenakan menurut penulis teknik dapat menandai objek sehingga membuat detail informasi yang ingin di sampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan jelas, dan tentunya akan menjadi keunikan tersendiri bagi Wistara Coffee and Space. Video iklan nantinya juga akan di upload di Instagram Wistara Coffee and Space yang mana dengan harapan dapat menambah daya tarik pembeli. Akan tetapi dengan

keterbatasan sumber daya manusia, video iklan yang dimaksud belum terealisasikan.

Diuraian masalah diatas, penulis mengusulkan video iklan tersebut dapat menyampaikan informasi mengenai Wistara Coffee and Space dengan menambahkan beberapa model dan tentunya dengan teknik editing video yang baru bagi Wistara Coffee and Space yang nantinya akan memperlihatkan suasana dan proses pembuatan kopi di Wistara Coffee and Space. Pembuatan video iklan ini akan menggambarkan beberapa sisi dari Wistara Coffee and Space yang akan dibuat menggunakan teknik *motion tracking* dan *live shoot*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu “Bagaimana perancangan video iklan sebagai media informasi untuk Wistara Coffee and Space dengan menggunakan teknik *motion tracking* dan *live shoot*?”.

1.3 Batasan Masalah

Penulis memberi batasan - batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu :

- a. Penelitian akan dilakukan di Wistara Coffee and Space.
- b. Iklan Wistara Coffee and Space berdurasi 60 detik.
- c. Video iklan Wistara Coffee and Space tayang pada Instagram.
- d. Iklan ini menggunakan teknik *motion tracking* dan *live shoot*
- e. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah Full HD 1080p memiliki besaran 1080x1080 Video size dengan tipe data (.mp4).
- f. Video iklan Wistara Coffee and Space ini dibuat menggunakan aplikasi Adobe Premier 2020 dan Adobe After Effect 2020.

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan yang akan disampaikan oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah “Membuatkan video iklan untuk menarik perhatian konsumen terkait Wistara Coffee and Space dengan menggunakan teknik *motion tracking* dan *live shoot*.”

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Bagi Peneliti

- a. Menambah pengalaman dan portofolio dalam pembuatan video iklan.
- b. Membantu memenuhi persyaratan dalam menempuh pendidikan S1 (Strata 1).

1.5.2 Bagi Akademik

- a. Menambah khasanah pustaka UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5.1 Bagi Wistara Coffee and Space

- a. Menjadi salah satu media informasi mengenai Wistara Coffee and Space kepada masyarakat luas terutama mahasiswa.
- b. Menjadi salah satu media promosi bagi Wistara Coffee and Space.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar laporan penelitian ini terstruktur, rapih dan mudah dimengerti, maka penulis membuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang dibahas, sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada Bab kedua menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian Pustaka, konsep dasar pembuatan video iklan dengan Teknik live shot dan motion tracking.

BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ketiga ini menguraikan tentang pembuatan iklan video dengan Teknik live shot dan motion tracking serta perancangan iklan.

BAB IV: PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI

Pada Bab keempat menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan kedai kopi coger maguwo serta pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab terakhir merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran dan daftar Pustaka.

DAFTAR PUSTAKA

