

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan mengenai sebuah informasi dengan mudah didapatkan dari berbagai media seperti Youtube, Instagram, Facebook dan lainnya. Dengan media yang telah tersedia, seseorang dapat memanfaatkan media tersebut sebagai media pengiklanan untuk menyebarkan suatu informasi mengenai perusahaan mereka dalam bentuk video pengiklanan. Video Pengiklanan sangat membantu perusahaan untuk memasarkan sebuah produk dan jasanya yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi [1].

Blanco Coffe & Books merupakan sebuah coffee shop specialty yang berdiri pada tanggal 11 Mei 2015. Selama ini, pihak Blanco Coffe & Books hanya melakukan suatu pengiklanan dengan memposting 488 foto produk dan 3 video pengenalan biji kopi dengan 4.725 followers di akun instagram @blancoyok. Jika sebuah pengiklanan hanya dilakukan dengan memposting foto dan video tentang biji kopi saja, nantinya interaksi atau komunikasi yang dilakukan pihak coffe tidak tersampaikan secara maksimal.



Gambar 1. 1 Screenshot ID & followers



Gambar 1. 2 Screenshot postingan



Gambar 1. 3 Screenshot video pengenalan biji kopi 1



Gambar 1. 4 Screenshot video pengenalan biji kopi 2



Gambar 1. 5 Screenshot video pengenalan biji kopi 3

Liveshoot digunakan untuk mengambil gambar secara langsung pada lokasi objek sehingga seseorang lebih mudah mendapatkan gambar atau video yang sesuai dengan kejadian sebenar – benarnya yang terjadi di lokasi pengambilan gambar [2].

Seperti yang dijelaskan oleh Jeff Bezos bahwa branding merupakan reputasi dari suatu perusahaan. Sehingga dalam penyampaiannya harus dibuat semenarik mungkin, salah satunya dengan Teknik motion graphic [3].

1.2 Rumusan Masalah

Karena cafe tersebut dibuka 4 tahun yang lalu dan hanya melakukan pengiklanan dengan memposting foto dan video tentang biji kopi di Instagram

tanpa video pengiklanan coffe house itu sendiri. Maka dapat disimpulkan suatu permasalahan yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian yaitu “ Bagaimana membuat pengiklanan tentang Blanco Coffe & Books dengan mengimplementasikan teknik Liveshoot dan Motion Graphic ? “

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus dan maksimal, maka penulis melakukan pembatasan penelitian yaitu :

1. Membuat sebuah video pengiklanan Blanco Coffe & Books dengan durasi 1 menit.
2. Menggunakan teknik Liveshoot dan Motion Graphic dalam pembuatan video pengiklanan.
3. Publikasi video pengiklanan di upload di Instagram dengan format:
 1. Durasi 1 menit dikarena durasi maksimal video dapat dapat diupload pada feed Instagram adalah 1 menit.
 2. Resolusi 720p dikarenakan memiliki kualitas video bagus dan ukuran yang relative kecil.
 3. Ekstensi/format mp4 dikarenakan format mp4 memiliki keunggulan dimana video dapat ditonton secara streaming di internet,sehingga pengguna dapat langsung menonton tanpa

mengunduh video terlebih dahulu. Selain itu mp4 menggunakan codec video yang disebut H.264 yaitu video yang berkualitas tinggi dengan bitrate yang rendah.

4. Pembuatan video menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2019, After Effect 2019, Photoshop CC 2019.

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian tentunya ada tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai sarana publikasi dan pengiklanan yang dapat digunakan oleh pihak Blanco Coffe & Books.
2. Merancang video pengiklanan dan mengimplementasikan teknik Liveshoot dan Motion Grafik kedalam video pengiklanan Blanco Coffe & Books agar lebih menarik.
3. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh studi di Universitas Amikom Yogyakarta.

2. Mampu menimbang kemampuan dan sebagai tahap pengembangan diri dalam proses pembuatan iklan.
3. Diharapkan karya tulis ini dapat dijadikan referensi peneliti selanjutnya dalam pembuatan video pengiklanan.

1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Video tersebut dapat digunakan sebagai media pengiklanan Blanco Coffe & Books
2. Diharapkan Blanco Coffe & Books lebih dikenal masyarakat.
3. Diharapkan mampu meningkatkan daya saing Blanco Coffe & Books dengan coffee shop atau cafe lainnya diwilayah Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode penelitian kualitatif yang datanya berbentuk kata, skema, atau gambar. Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitian [5].

Adapun beberapa metode yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data [6].

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Mengumpulkan data dari berbagai sumber yang bersangkutan dalam pembuatan media pengiklanan yang dijadikan referensi dan kemudian dikembangkan dalam penelitian ini.

2. Wawancara

Melakukan tanya jawab dengan Blanco Coffe & Books secara langsung Dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan suatu informasi dari café tersebut.

3. Observasi

Melakukan pengamatan secara langsung pada Blanco Coffe & Books guna mengetahui lokasi dan menentukan bagian yang akan diambil untuk dijadikan video pengiklanan.

1.6.2 Metode Analisis

Untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan dalam perancangan video pengiklanan Blanco Coffe & Books ini maka digunakanlah analisis SWOT.

Fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman) [7].

1.6.3 Perancangan

Metode perancangan pengiklanan ini dilakukan dengan tiga tahapan (M. Suyanto, 2005) yaitu sebagai berikut : [8]

1. Praproduksi

Perencanaan produksi memegang peran penting sebelum memproduksi video pengiklanan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain menentukan konsep, memperkirakan biaya dan waktu, membuat jadwal produksi, menentukan lokasi syuting, dan mengadakan pertemuan pra produksi.

2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama video pengiklanan diproduksi. Tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera.

3. Pascaproduksi

Tahap pascaproduksi adalah periode di mana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pascaproduksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan video iklan.

1.6.4 Metode Testing

Metode testing pada penelitian ini menggunakan Screening Test, yaitu dengan melakukan Screening video yang telah dibuat sebelum akhirnya dipublikasikan. Metode ini digunakan untuk mengukur apakah video sudah sesuai dengan yang diharapkan. Jika terdapat kesalahan, maka dilakukan perbaikan hingga nantinya video benar – benar dipublikasian [9].

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah pada permasalahan dan terstruktur, maka dibuatlah penjelasan pada setiap bab berdasarkan pokok permasalahan yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan dan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi seputar ide cerita, naskah, dan storyboard pada video pengiklanan Blanco Coffe & Books

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai produksi video pengiklanan Blanco Coffe & Books

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan sarana yang ingin disampaikan oleh penulis.

