

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi merupakan sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan, ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Dimana dengan adanya promosi ini diharapkan seseorang dapat mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan diri pada suatu barang, jasa, produk, image, atau perusahaan yang menjadi sasarannya. [1]

Saat ini media promosi tidak hanya melalui media cetak saja, namun sudah banyak sekali media promosi yang menggunakan media berupa video. Video dapat digunakan sebagai media promosi atau periklanan, contohnya video blog, film, media dalam presentasi, dan lain sebagainya. Penggabungan teknik *Live shoot* dan *Motion graphic* dalam sebuah video juga sangat menarik karna dapat memvisualisasikan sesuatu dengan lebih jelas dan mudah dipahami.

Tuang Candu Coffee merupakan sebuah kedai kopi yang baru saja di buka tepatnya bulan September 2019. Berlokasi di Jl. Raya Banteng 3, Ngabean Wetan, Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, atau berjarak kurang lebih 500 meter dari PLN Gardu Induk Kentungan kearah timur. Kedai kopi ini sendiri menawarkan konsep coffee-work-relaxed, yaitu dimana orang-orang dapat menikmati kopi, bekerja, dan bersantai di satu tempat yang sama. Tuang Candu Coffee juga menawarkan wifi akses untuk pelanggan yang membutuhkan sebuah jaringan internet yang cepat dan stabil.

Dalam melakukan promosinya Tuang Candu Coffee hanya promosi melalui mulut kemulut, dan memposting foto menggunakan media sosial Instagram. Promosi ini sudah berjalan cukup baik namun ada beberapa keunggulan dari kedai yang tidak dapat ditampilkan melalui sebuah foto dan juga belum dapat menginformasikan secara detail fasilitas dan suasana yang ditawarkan. Sehingga Tuang Candu Coffee membutuhkan sebuah video untuk menginformasikan atau mengilustrasikan tentang konsep, menu yang ditawarkan dan pengolahannya, fasilitas, dan juga informasi tentang interior dan eksterior, menggunakan teknik *Live shoot* yang dikombinasikan dengan teknik *Motion graphic*. Penggunaan dari kedua teknik tersebut sendiri bertujuan agar dapat menjelaskan konsep dan juga informasi tentang Tuang Candu Coffee agar lebih mudah dipahami dan menarik minat pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul "Pembuatan Iklan Tuang Candu Coffee Sebagai Media Promosi dan Informasi". Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi secara mendetail dan jelas, sehingga masyarakat dapat mengenal Tuang Candu Coffee lebih dalam dan luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis merumuskan masalah "*Bagaimana merancang dan membuat video iklan tuang candu coffee sebagai media promosi dan informasi ?*".

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut perlu beberapa batasan masalah agar memudahkan dalam penelitian serta membatasi pekerjaan yang akan diselesaikan guna menghindari adanya kegiatan diluar tujuan yang akan dicapai dalam penelitian, maka dari itu dibutuhkan beberapa batasan masalah yang dimaksudkan agar pembahasan tidak melebar dan menyimpang dalam penyelesaian nantinya. Batasan masalah tersebut meliputi:

1. Objek penulisan dilakukan pada Tuang Candu Coffee.
2. Video iklan Tuang Candu Coffee digunakan sebagai media periklanan, promosi, informasi, presentasi, dan hal lain yang berhubungan dengan Tuang Candu Coffee. Pada pembuatan video iklan ini hanya berfokus pada penerapan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
3. Pembuatan video iklan ini akan di uji coba kepada pihak Tuang Candu Coffee apakah materi yang disampaikan sudah sesuai atau belum.
4. Video iklan akan diunggah disosial media Instagram Tuang Candu Coffee dikarenakan kemudahan akses dan penyebarannya.
5. Video iklan ini berdurasi 1 menit.
6. Informasi yang disampaikan pada video iklan hanya mencakup 4 jenis menu minuman dan 1 jenis menu makanan favorit, serta fasilitas pada Tuang Candu Coffee Yogyakarta.
7. Penerapan video iklan akan melalui tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

8. Software yang digunakan untuk membuat video iklan ini adalah Adobe Premiere CC 2018, Adobe After Effects CC 2018, Adobe Media Encoder CC 2018.
9. Video iklan ini dikemas menggunakan format file .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p resolusi 1920x1080p 50FPS

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan dan telah diidentifikasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video iklan pada Tuang Candu Coffee sebagai media promosi dan informasi dengan menerapkan teknik *Live shoot* dan *Motion graphic*, sehingga mampu meningkatkan minat pelanggan untuk mengunjunginya.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penulisan tentu harus memiliki sebuah manfaat, baik untuk penulis maupun untuk pihak-pihak yang terkait dengan penulisan. Berikut beberapa manfaat yang diperoleh dari penulisan tersebut:

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Menambah wawasan dari hasil penulisan dan sebagai syarat kelulusan pendidikan Strata 1 (S1) pada Universitas Amikom Yogyakarta Jurusan Sistem Informasi.

1.5.2 Manfaat Bagi Tuang Candu Coffee

1. Dapat digunakan sebagai media periklanan dan promosi bagi Tuang Candu Coffee kepada masyarakat luas.

2. Dapat digunakan sebagai media atau materi presentasi kepada *client* atau relasi.

1.6 Metode Penelitian

Adapun metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data sebagai bahan penulisan tugas akhir atau skripsi dan pembahasan masalah, maka penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut, diantaranya:

1. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang dituju, yaitu Tuang Candu Coffee. Agar mendapatkan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

2. Metode Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara kepada pihak yang berkepentingan di Tuang Candu Coffee dengan tujuan memperoleh informasi dan data yang jelas dan benar tentang Tuang Candu Coffee.

3. Metode Studi Literatur

Mengumpulkan data berdasarkan referensi, buku-buku, jurnal, artikel, informasi didapat dari mana saja. Memanfaatkan fasilitas internet untuk mendapatkan dasar teori yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

1.6.2 Metode Analisis

Metode ini dilakukan untuk menggambarkan permasalahan yang sedang dihadapi sehingga dapat diselesaikan dengan mudah. Metode analisis yang digunakan adalah SWOT yang terdiri dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman). [2]

1.6.3 Metode Perancangan

Berdasarkan perancangan yang digunakan penulis untuk menentukan hasil yang akan dicapai. Video iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui tiga tahapan, yaitu:

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahapan persiapan pembuatan video, diantaranya meliputi naskah dan *storyboard*.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahapan pembuatan video dan implementasi teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada video sesuai dengan naskah dan *storyboard* yang telah dibuat.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan salah satu tahap dari proses pembuatan video. Tahap ini dilakukan setelah tahap produksi video selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti pengeditan video, pemberian efek khusus, pengoreksian warna, pemberian musik latar, hingga penambahan animasi *motion graphic*.

1.6.4 Metode Evaluasi

Metode evaluasi menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang pengujian dan pembahasan teknik *Live shoot* dan teknik *Motion graphic* yang diterapkan pada video iklan Tuang Candu Coffee dalam memvisualisasikan informasi.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pemahaman laporan penelitian ini maka penyusunannya harus terstruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu penulis membagi kedalam beberapa bab sesuai dengan pokok pembahasan masing-masing, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai masalah yang diangkat dalam penulisan seperti, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang berhubungan dengan video atau multimedia. Teori tersebut bersangkutan dengan penulisan yang dilakukan oleh penulis yang bertujuan memberikan penjelasan lebih dalam dari judul yang diangkat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi mengenai perancangan mengenai video iklan Tuang Candu Coffee. Perancangan tersebut berisi konsep, desain, dan pengumpulan bahan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai produksi video dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari video iklan Tuang Candu Coffee yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang daftar sumber informasi data dan teori baik dari buku maupun dari internet dengan mencantumkan nama penulis, tahun, penerbit.

LAMPIRAN

Berisi lampiran-lampiran dokumen yang berkaitan dengan penulisan.

