

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital seperti sekarang ini, promosi melalui media visual memiliki peran yang sangat penting dalam memperkenalkan suatu produk atau tempat usaha kepada masyarakat. Promosi merupakan sebuah taktik yang dimanfaatkan perusahaan untuk meyakinkan konsumen agar menggunakan produknya dengan memberikan informasi mengenai keunggulan produk tersebut (Hasugian, 2018). Dengan kemajuan teknologi dalam bidang multimedia, promosi produk tidak lagi terbatas pada tulisan dan gambar, namun telah berkembang menjadi video, yang memperluas jangkauan pemasaran dan membuat informasi lebih menarik serta mudah dipahami oleh konsumen (Sari et al., 2021). Video promosi sangat efektif sebagai media promosi yang dapat meningkatkan penjualan produk (Rosetia et al., 2021).

Kopi Sembilan adalah satu dari sekian banyak cafe di Jogja yang menawarkan suasana berbeda serta memiliki signature minuman yang tak boleh dilewatkan. Kopi Sembilan mengusung konsep desain interior semi industrial yang dikelilingi oleh banyak tanaman hias sehingga membuat cafe ini jadi lebih hidup. Berdasarkan wawancara dengan owner Kopi Sembilan yang bernama Ihwan Susanto beliau mengatakan bahwa masih banyak orang yang belum mengetahui Kopi Sembilan. Dimana Kopi Sembilan selama ini cukup tertinggal dalam hal promosi karena strategi mereka hanya terbatas pada usaha untuk meningkatkan penjualan tanpa sentuhan kreatif yang menarik. Unique Selling Proposition (USP)

dari Kopi Sembilan tidak ditonjolkan dalam setiap produk yang dipromosikan, sehingga promosi yang dilakukan hanya sebatas memberikan informasi tentang menu kopi yang tersedia dan coffee shop tersebut di sosial media. Akibatnya, usaha promosi ini kurang efektif dalam meningkatkan kesadaran merek. Maka dalam rangka meningkatkan keberadaan Kopi Sembilan di media sosial, diperlukan strategi promosi sebagai metode untuk memperkenalkan Kopi Sembilan dimasyarakat.

Sebagai perbandingan, kafe yang tidak jauh dari Kopi Sembilan yaitu Lantai Bumi Coffee sudah lebih dahulu menggunakan video untuk mempromosikan produk mereka, memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Oleh karena itu, Kopi Sembilan meminta kepada peneliti untuk membuat video promosi yang akan diunggah akun media sosial Instagram mereka. Dengan strategi video promosi melalui Instagram, Kopi Sembilan berharap dapat meningkatkan kesadaran pelanggan tentang keberadaan Kopi Sembilan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pembuatan video profil sebagai media promosi Kopi Sembilan di pengguna media sosial Instagram.

Pembuatan video promosi menggunakan teknik live shoot dan motion graphic merupakan solusi dalam penyampaian informasi pada video iklan dengan durasi yang cukup singkat. Hal ini dipaparkan pada penelitian tentang penggabungan kedua teknik tersebut memiliki hasil pengujian di mana sebanyak 87% pihak lembaga pendidikan menyatakan sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan dalam video profil RA Ar-Rasyid Tanjungpinang mudah dipahami dan tampilan video profilnya tidak monoton serta terlihat menarik. Menurut Yulianti

(2020), motion graphic adalah suatu teknik animasi yang melibatkan penyatuan elemen-elemen seperti ilustrasi, tipografi, dan fotografi ke dalam rangkaian desain komposit yang menggunakan alat bantu visual. Untuk efektif dalam menggunakan video promosi, penting untuk memilih dengan cermat media mana yang akan digunakan (Muktiana & Nurfaizal, 2022). Menurut Yudani (2018), promosi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat pembelian. Salah satu cara pelaksanaan promosi iklan adalah melalui platform sosial media seperti Instagram, Youtube, dan TikTok (Primasari & Wibisono, 2021). Aldilla yulandina, dkk., 2018)

Dari uraian latar belakang diatas, maka penelitian diberi judul **“Pembuatan Video Profil Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic Untuk Media Promosi di Kopi Sembilan Yogyakarta”** Dengan mempelajari aspek kreatif dan teknis di balik pembuatan video profil yang menggunakan teknologi ini, diharapkan dapat ditemukan panduan praktis bagi industri kafe dan bisnis sejenis dalam memanfaatkan media promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah seperti di 1.1, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu :

1. Bagaimana proses pembuatan video promosi yang menggabungkan teknik live shoot dan motion graphic dapat meningkatkan pemahaman konsumen terhadap keunggulan produk dan suasana di Kopi Sembilan?

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah diatas, maka Batasan masalah yang digunakan dalam

penelitian adalah sebagai berikut

1. Video profil ini hanya menampilkan video yang berisikan tempat, iklan produk coffee dan menu makanan yang ada di Kopi Sembilan Yogyakarta.
2. Penelitian dilakukan hanya pada Kopi Sembilan Yogyakarta.
3. Media promosi Kopi Sembilan Yogyakarta akan diterapkan pada media online yaitu Instagram.
4. Perangkat lunak yang digunakan adalah windows 11, *Adobe Premier pro 2024* untuk editing video dan *Adobe After Effect CC 2024* untuk motion graphic.
5. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video yaitu live shoot dan motion graphic.
6. Resolusi video untuk Instagram FHD 1080x1920px.
7. Durasi untuk di Instagram 43 Detik.
8. Tahapan penelitian berakhir ketika video diserahkan ke Kopi Sembilan Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya adalah untuk pembuatan video profil menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* menggunakan aplikasi *Adobe Premier Pro 2024* untuk media promosi di Kopi Sembilan Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari skripsi ini sebagai berikut:

1. Syarat untuk mendapatkan gelar sarjana komputer di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Untuk meningkatkan kreativitas serta menciptakan suatu karya dengan memanfaatkan teknologi dan membuka wawasan tentang ilmu pengetahuan baru yang sesuai dengan bidang teknologi informasi.
3. Secara langsung penelitian ini diharapkan dapat membantu Kopi Sembilan Yogyakarta sebagai objek penelitian untuk menjadikan promosi menjadi semakin menarik dan semakin luas.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dijelaskan dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menguraikan kajian terdahulu, landasan teori dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan PEMBAHASAN

Menyajikan hasil dari penggunaan teknik live shooting dan motion graphic dalam pembuatan video promosi cafe Kopi Sembilan dan Mendiskusikan temuan-temuan dari hasil penelitian, termasuk keefektifan strategi promosi yang diimplementasikan.

BAB V : PENUTUP

Kesimpulan: Menyimpulkan temuan-temuan penting dari penelitian ini.

Saran: Memberikan saran untuk pengembangan selanjutnya dan penerapan hasil penelitian dalam industri promosi kafe dan sejenisnya.

