

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi Informasi mengalami perkembangan yang sangat hebat, di era modern ini, masyarakat mulai dimudahkan dengan berbagai produk IT. Salah satunya di bidang multimedia, promosi dengan menggunakan multimedia juga semakin berkembang dari waktu ke waktu [1]. Promosi merupakan salah satu faktor penentu dalam keberhasilan suatu program pemasaran, karena promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Diantara berbagai bauran pemasaran yang ada, iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang banyak digunakan perusahaan dalam memperkenalkan produknya. Ada berbagai macam alternatif media periklanan yang dapat digunakan perusahaan untuk mempromosikan produknya, diantaranya surat kabar, radio, majalah, televisi, media sosial, dll [2].

Kedai Kopi Coger Maguwo merupakan cabang kedua dari Kedai Kopi Coger Yogyakarta. Kedai kopi ini berlokasi di Sleman tepatnya di Jl. Karang Sari, Karang Sari, Wedomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kedai kopi ini memiliki tempat yang strategis, dimana terdapat tempat umum seperti Stadion Maguwoharjo, Kampus III Sanata Dharma, Amikom, UII Dan

UPN. Fasilitas yang ada di Kedai Kopi ini juga cukup memadai, seperti tempat nongkrong yang enjoy, Tv di lantai 2, wifi dan Toilet.

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Kedai Kopi Coger Maguwo yang bernama Lalu Satria Abdi Negara, beliau mengatakan bahwa masih banyak orang yang belum mengetahui lokasi dan bagaimana beliau bisa memberikan informasi terkait kedai yang beliau dirikan dengan sepraktis dan seefisien mungkin di era modern seperti ini.

Berikut gambar riset yang terdapat pada halaman instagram dan google dari Kedai Kopi Coger. Dipaparkan pada gambar dibawah ini terdapat 1.251 pengikut di instagram dan 271 ulasan dihalaman google yang artinya masih banyak orang yang masih belum mengetahui Kedai tersebut.



Gambar 1.1 Halaman Instagram



Gambar 1.2 Halaman Google

Metode promosi yang digunakan saat ini masih menggunakan postingan foto di Instagram oleh karena itu, untuk meningkatkan metode promosi tersebut dengan membuat video iklan yang akan diupload di sosial media yang menjelaskan info fasilitas, lokasi dan sosial media. Akan tetapi dengan keterbatasan sumber daya manusia, video iklan yang dimaksud belum terealisasi.

Diuraian masalah diatas, penulis mengusulkan bagaimana video iklan tersebut dapat menyampaikan informasi mengenai Kedai Kopi Coger dengan menambahkan beberapa talent yang penulis persiapkan dan nanti memperlihatkan suasana, proses pembuatan kopi dan fasilitas yang ada. Pembuatan video iklan ini akan menggambarkan info lokasi, kontak dan social media yang akan dibuat menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Tracking guna memudahkan ilustrasi dalam penyampaian informasi tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu “Bagaimana perancangan video iklan sebagai media promosi pada Kedai Kopi Coger dengan menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Tracking?”.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan - batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu :

- a. Penelitian dilakukan di Kedai Kopi Coger Maguwo.
- b. Iklan Kedai Kopi Coger Maguwo berdurasi kurang lebih 60 detik.
- c. Video iklan Kedai Kopi Coger Maguwo tayang pada Instagram.
- d. Iklan ini menggunakan penggabungan Live Shoot dan Motion Tracking.
- e. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah Full HD 1080p memiliki besaran 1920x1080 Video size dengan type data (.mp4).
- f. Video iklan Kedai Kopi Coger ini dibuat menggunakan aplikasi Adobe Premier 2020, Adobe After Effect 2020.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini ialah “Membuatkan video iklan yang mampu memvisualkan informasi dari Kedai Kopi Coger Maguwo yang belum dapat tersampaikan pada media lama dengan menggunakan teknik live shoot dan motion tracking.”

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

- a. Sebagai media informasi mengenai Kedai Kopi Coger Maguwo kepada masyarakat terutama mahasiswa.
- b. Sebagai salah satu media promosi bagi Kedai Kopi Coger Maguwo.

1.6 Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat. Dalam hal ini pengamatan dilakukan langsung pada Kedai Kopi Coger Maguwo Yogyakarta.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Analisa SWOT merupakan metode perancangan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strenghts), kelemahan (weaknesses), peluang

(opportunities), ancaman (threats) dalam suatu proyek. 4 faktor tersebut dapat diterapkan menjadi bagaimana kekuatan mampu mengambil keuntungan dari peluang yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan yang mencegah keuntungan dari peluang, selanjutnya bagaimana kekuatan mampu menghadapi ancaman, dan yang terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan yang mampu menimbulkan ancaman baru maupun yang sudah ada [3].

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk Merancang konsep iklan : Merancang konsep iklan, Merancang isi iklan, yang tepat, karena masih jarang sekali media promosi yang menggunakan kedua teknik tersebut [4].

1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dapat dilakukan dengan langkah-langkah produksi, seperti shooting, record sound, pembuatan motion tracking. Selanjutnya untuk tahap produksi yang dilakukan adalah, editing, review hasil editing sementara, serta rendering dan publishing jika hasil sudah sesuai dengan apa yang diharapkan [5].

1.6.5 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 [6].

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab pertama ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

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

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

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

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.

