

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi informasi yang semakin luas kita dapat memanfaatkannya terutama dalam dunia bisnis seperti melakukan promosi. Media social menjadi tempat yang tepat untuk mempromosikan perusahaan atau produk ke konsumen. Instagram merupakan salah satu media sosial yang potensial untuk digunakan sebagai media promosi. Semakin berkembangnya jaman banyak konsep dan ide kreatif media untuk menyampaikan informasi. Media seperti iklan mempunyai waktu yang singkat, namun memiliki area yang luas serta ide dan konsep menarik untuk menyampaikan informasi dalam bentuk video (Indika and Jovita 2017).[1]

Kafe Asta Java merupakan sebuah kafe yang terletak di Tambak Rejo, Sariharjo, Ngaglik. Jam buka kafe mulai dari pukul 09.00 hingga pukul 00.00. Kafe Asta Java mulai operasional pada bulan Januari tahun 2021. Kafe Asta Java bisa dijadikan tempat nongkrong dan mengerjakan tugas. Kafe Asta Java mengusung konsep industrial green garden, dengan tema indoor dan outdoor. Kafe ini menyediakan banyak pilihan kopi yang nikmat, dan dari biji kopi yang diolah sendiri. Saat ini kafe Asta Java sudah melakukan promosi dengan memposting 62 foto dan video di akun instagram @astajava. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan owner Kafe Asta Java yang bernama Oky beliau mengatakan bahwa sejauh ini promosi di Kafe Asta Java masih kurang, karena memang yang diupload di media instagram hanya foto adapun video hanya potongan foto seadanya dan belum bisa memvisualisasikan secara jelas tentang kafe tersebut,

dengan adanya video iklan penonton tidak akan bosan dengan media promosi kafe Asta Java dan dengan video iklan informasi yang disampaikan akan lebih banyak dari pada media promosi foto.

Berdasarkan masalah diatas, penulis mengusulkan membuat sebuah video yang berguna untuk memperkenalkan kafe Asta Java dengan mengimplementasikan teknik *sinematografi* dan B roll dengan menggunakan aplikasi editing video *Adobe premiere pro* dan *Adobe Audition*. Penulis berharap dengan adanya video ini bisa meningkatkan minat konsumen, dan Kafe Asta Java bisa berkembang pesat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana pembuatan video iklan menggunakan teknik *sinematografi* dan B roll untuk media promosi di Kafe Asta Java dan bagaimana hasil evaluasi yang dilakukan terhadap video iklan tersebut?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas penulis memfokuskan permasalahan pada hal berikut ini:

1. Menggunakan kafe Asta Java sebagai tempat untuk pengambilan video.
2. Video iklan ini menggunakan teknik *sinematografi* dan B roll.
3. Media promosi Kafe Asta Java akan diterapkan pada media online Instagram (kafe Asta Java)
4. Durasi video 60 detik.
5. Perangkat lunak yang digunakan adalah windows 10 dan *Adobe premiere pro*, *Adobe Audition*.

6. Video menggunakan format H.264 dengan resolusi *Full HD* (1920 x 1080 *pixel*).

1.4 Tujuan Penelitian

Ditinjau dari rumusan masalah tersebut, tujuan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai :

1. Pembuatan video iklan menggunakan teknik *sinematografi* dan B Roll untuk media promosi di Kafe Asta Java.
2. Video iklan dibuat guna memperkenalkan kafe Asta kepada masyarakat terutama anak muda atau mahasiswa.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan dan berbagi ilmu yang penulis dapatkan disaat kuliah ini.
2. Bagi penulis, mendapatkan pengalaman dari proses pengimplementasian teknik *sinematografi* dan B roll pada iklan kafe Asta Java .
3. Bagi pembaca, dapat menambah ilmu pengetahuan terhadap pengimplementasian teknik *sinematografi* dan B roll pada iklan kafe Asta Java di kota Yogyakarta.
4. Bagi obyek, sebagai salah satu media promosi Kafe Asta Java.

1.6 Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi metode sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk membantu kelancaran penyusun skripsi ini, maka diperlukan data – data dan informasi yang cukup mengenai

permasalahan yang akan dibahas agar sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

A. Metode studi pustaka

Metode studi pustaka yaitu metode mencari data referensi yang sesuai dengan kebutuhan skripsi dari internet, serta membaca skripsi

B. Metode pengamatan (Observation)

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap obyek serta pencatatan secara cermat. Dalam pengamatan dilakukan langsung di kafe Asta Javn.

C. Metode wawancara

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

1.6.2 Metode Analisis

Menggunakan metode analisis SWOT, SWOT merupakan singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Oppurtunities (O), dan Threats (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor didalam (S dan W) dan diluar cafe (O dan T).

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan adalah metode yang dilakukan sebelum kegiatan produksi (pra-produksi) yang di dalamnya terdapat beberapa persiapan, yaitu merancang konsep, scheduling dan storyboard.[2]

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukannya review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap paska produksi (editing).

1.7 Metode Testing

Merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di sosial media Instagram dengan membuat sebuah kuesioner.

1.8 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang skripsi yang akan dibuat yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan , metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian Pustaka, menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video iklan ini

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi deskripsi singkat objek penelitian, menguraikan tentang perancangan pembuatan video iklan dengan Teknik Sinematografi dan B roll.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

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

