

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kopilot Coffee adalah satu dari banyaknya Coffeeshop yang berada di kota Yogyakarta. Kopilot Coffee berada di Jl. STM, Mrican no 4A. Pada tanggal 27 Juli 2016 Kopilot Coffee didirikan oleh seorang penerbang yang bekerja di salah satu maskapai Indonesia. Bernama Andreas Rio Ananta atau biasa di panggil Rio Choki. Karena tergolong baru Kopilot Coffee harus lebih ekstra dalam segi pemasaran dan promosi untuk mengenalkan kepada publik bahwa Kopilot Coffee termasuk salah satu tempat yang layak untuk dikunjungi dan dapat bersaing dengan coffeeshop lain.

Dalam upaya memenuhi target tersebut, Kopilot Coffee mencoba berbagai cara dalam promosi salah satunya melalui media sosial seperti Instagram. Akan tetapi, Kopilot Coffee belum mampu membuat media promosi dalam bentuk video dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka judul tugas akhir kami adalah "Perancangan dan Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Kopilot Coffee dengan Menggunakan teknik live shoot dan motion graphic.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Bagaimana Membuat Perancangan dan Pembuatan Iklan

Sebagai Media Promosi Kopilot Coffee menggunakan teknik live shoot dan motion graphic?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan masalah diatas, maka batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu :

1. Media Promosi Kopilot Coffee berupa video yang menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* yang berdurasi 59 detik.
2. Penelitian tertuju pada objek Kopilot Coffee.
3. Peneliti menawarkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* yang diterapkan dan memproduksi iklan serta ikut dalam mendistribusikannya.
4. Pembuatan video iklan ini digunakan sebagai media promosi untuk Kopilot Coffee.
5. Iklan hanya ditayangkan di media sosial Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah membuat dan merancang video iklan yang berfungsi sebagai media promosi Kopilot Coffee.

1.5 Manfaat Penelitian

Memberikan bantuan promosi kepada pemilik Kopilot Coffee agar dikenal masyarakat sekitar Yogyakarta dan meningkatkan konsumen bagi Kopilot Coffee.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode **Observasi**

Merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Penulis melakukan indentifikasi masalah dengan cara pengamatan dan wawancara dengan pemilik Kopilot Coffee mengenai promosi yang dilakukan dalam mempromosikan Coffeeshop tersebut.

b. Metode Kepustakaan

Metode yang diperoleh dari buku yang memiliki keterkaitan dengan Perancangan dan Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Kopilot Coffee dengan menggunakan teknik *Live Shoot dan Motion Graphic*.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam pembuatan video iklan ini menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode perancangan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis.

1.6.3 Metode Pembuatan

Metode ini menjelaskan tentang proses pembuatan iklan dengan menggunakan *Teknik Live Shoot* dan *Motion Graphic*.

1.6.4 Tahap Perancangan

Untuk memproduksi sebuah iklan harus melalui tiga tahap yaitu : Pra-produksi, tahap Produksi, dan Pasca-Produksi. Masing-masing tahapan tersebut akan mempengaruhi biaya dan kualitas.

1.7 Sistematisan Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah dan terstruktur pada permasalahan yang dibuat dalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menentukan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan metode penelitian, dalam proses pembuatan video sebagai media promosi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori konsep dasar *multimedia*, pengertian *live shoot*, konsep dasar *iklan dalam bentuk video*, proses dalam pembuatan *video* sebagai *media promosi*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang sejarah Kopilot Coffee, analisis video iklan yang dibuat, serta menjelaskan definisi analisis, kebutuhan fungsional & non fungsional dalam proses pembuatan *video* sebagai *media promosi*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas bagaimana perancangan dalam pembuatan video iklan secara teknis mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengumpulan data serta beberapa saran untuk bahan peninjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA