

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kedai Kisana adalah usaha yang bergerak dibidang kuliner, berlokasi di jalan Magelang-Purworejo no 48. Kedai Kisana adalah sebuah café sederhana yang didirikan dengan tujuan untuk mengenalkan berbagai macam kopi asli dari daerah-daerah di Indonesia. Kedai Kisana sangat cocok bagi konsumen yang sekedar menikmati kopi. Kedai Kisana memiliki menu kopi campuran baik panas maupun dingin, misalnya beberapa minuman yang sangat terkenal *caffe latte*, *cappuccino*, *caramel macchiato*, *hazelnut latte*, *vanilla latte*. Untuk yang tidak menyukai kopi, tersedia pilihan teh, minuman, dan berbagai makanan ringan.

Iklan menggunakan teknik *Liveshoot* dan *Motion Graphic* sudah menjadi *trend* dan sering dijumpai di berbagai media. Video iklan menggunakan dua teknik sekaligus menyajikan hasil visualisasi yang dapat menyampaikan informasi secara jelas dengan dilengkapi narasi dan backsound agar mudah diterima *audience*.

Menurut pemilik Kedai Kisana pihaknya saat ini melakukan promosi produknya dengan menggunakan media sosial Instagram untuk meningkatkan penjualan produk. Pemilik Kedai Kisana saat ini melakukan promosi hanya dengan memposting foto dan fitur story yang ada di Instagram untuk meningkatkan jumlah penjualannya. Pada perkembangan teknologi saat ini media sosial Instagram sangat berpengaruh terhadap berkembangnya sebuah bisnis. [1] Pemilik Kedai Kisana ingin membuat video iklan untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan

jumlah penjualannya. Namun, pemilik Kedai Kisana tidak dapat melakukannya karena keterbatasan sumber daya manusia.

Dengan menggunakan video, harapannya iklan yang akan tayang dapat menjadi media promosi dan informasinya akan mudah diterima dengan jelas. Hal ini dapat dilihat dengan berkembangnya teknologi dan memasuki era globalisasi yang mana transformasi sistem informasi menjadi semakin canggih. Maka, diperlukan video promosi melalui media sosial yang sedang *trend* saat ini seperti *Instagram, Facebook, Twitter* dan *Youtube*.

Dari latar belakang diatas, maka mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul "Pembuatan Video Iklan Sosial Media pada Kedai Kisana".

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang di rumuskan adalah "Bagaimana merancang dan membuat video iklan pada sosial media untuk kedai kisana?" dan "Bagaimana membuat iklan yang dapat mengenalkan produk?"

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penulisan penelitian ini terdapat batasan-batasan masalah sebagai berikut.

- a. Penelitian ini dilakukan di Kedai Kisana.
- b. Video iklan berdurasi 1 menit.
- c. Video iklan akan ditayangkan di Instagram.
- d. Video iklan hanya diterapkan pada sosial media.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ditulis di atas, tujuan yang ingin di capai adalah membuat video iklan pada sosial media untuk Kedai Kisana.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Membantu Kedai Kisana dalam pembuatan video iklan untuk promosi di media sosial Instagram. Membantu masyarakat untuk menemukan informasi dari produk Kedai Kisana.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Berdasarkan metode penelitian ini menggunakan metode Research & Development (penelitian dan pengembangan). Metode penelitian dan pengembangan adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk, lalu menguji produk tersebut.

Adapun langkah-langkah untuk menerapkan metode penelitian ini sebagai berikut.

##### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan metode pengumpulan data, penulis menggunakan metode sebagai berikut.

##### **a. Metode Pengamatan Langsung (observasi)**

Metode observasi merupakan proses mengumpulkan data dengan pengamatan secara langsung terhadap Kedai Kisana.

**b. Metode Wawancara (Interview)**

Metode wawancara merupakan proses mengumpulkan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan pemilik Kedai Kisana guna mendapatkan data dan informasi yang diperlukan.

**c. Studi literatur**

Studi literatur merupakan metode pengumpulan data dengan membaca buku, artikel, jurnal dan laporan penelitian. Tujuannya adalah sebagai bahan referensi atau panduan dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

**1.6.2 Metode Analisis**

Berdasarkan metode yang digunakan penulis untuk membuat video iklan adalah dengan menggunakan analisis *SWOT*. *SWOT* merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Treaths* (ancaman), yang secara sistematis membantu dalam mengidentifikasi faktor di luar perusahaan (O dan T), faktor di dalam perusahaan (S dan W).

**1.6.3 Metode Perancangan**

Sesuai video iklan yang akan dirancang penulis untuk menentukan hasil yang akan dicapai. Video iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui tiga tahapan yaitu : pra produksi, produksi dan pasca produksi.

**1.6.4 Metode Testing**

Setelah proses pembuatan video selesai, maka dilakukan pengujian dengan kuisisioner, yang mana kuisisioner akan dibagikan kepada pihak Kedai Kisana dan

masyarakat umum untuk mengetahui apakah isi konten di dalam video iklan sudah sesuai dengan yang di inginkan oleh objek penelitian.

## **1.7 Analisis Kebutuhan**

### **1.7.1 Analisis Kebutuhan Fungsional**

Sesuai dengan masalah dalam penelitian ini, maka analisis kebutuhan fungsional dalam pembuatan video iklan ini adalah menentukan dan menetapkan ide cerita dari naskah yang telah dibuat.

### **1.7.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional**

Analisis kebutuhan non fungsional dalam pembuatan video iklan ini meliputi perangkat lunak (*software*), perangkat keras (*hardware*), dan manusia (*brainware*).

#### **1.7.2.1 Kebutuhan Perangkat Lunak (Software)**

Dalam pembuatan video iklan ini software yang digunakan harus sesuai dengan fungsi dalam pembuatan video iklan. Software yang digunakan merupakan perangkat lunak editing dan perangkat lunak pendukung lainnya.

#### **1.7.2.2 Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware)**

Perangkat keras merupakan sistem fisik yang ada didalam computer digunakan untuk menjalankan *software* dalam pembuatan video iklan ini.

#### **1.7.2.3 Kebutuhan Manusia (Brainware)**

Kebutuhan manusia merupakan sekelompok orang yang terlibat dalam proses pembuatan video iklan ini.

## 1.8 Sistematis Penulisan

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

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematis penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dimana teori-teori yang berkaitan dengan masalah penulis tersebut akan menjadi acuan penulis untuk merancang dan membuat video iklan.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini akan berisi tentang analisis kebutuhan dan tahapan pra produksi yang berupa ide iklan, naskah dan storyboard.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan berisi tentang tahapan produksi, tahapan pasca produksi, dan pembahasan mengenai iklan yang dibuat.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini akan berisi kesimpulan dari hasil akhir produk yang telah dibuat penulis dan berisi saran yang harus dilakukan bila ada penulis lain yang ingin mengembangkan masalah yang sama dengan masalah yang di ambil penulis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisikan tentang sumber-sumber yang menjadi refrensi penulis atau acuan dalam penyusunan skripsi.

