

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Kopi Wolu Babarsari yang terletak di Jl. Kledokan Babarsari, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan sebuah kafe yang bermitra kerja dengan kopi wolu yang berada di Jakarta yang didirikan oleh Oddysius Suwanto sejak Januari 2019. Kopi Wolu Babarsari ingin mengenalkan cita rasa minuman kopi atau non kopi yang beda dari yang lain. Target utama pemasaran kopi wolu sendiri saat ini adalah semua golongan terutama anak muda tentu dengan menu yg dijamin unik dan beda dari yang lain mungkin bisa menarik hasrat untuk mencoba. Kopi Wolu Babarsari sendiri ingin terus mengembangkan perusahaannya dengan memberikan pelayanan produk yang baik dan tentunya ingin bersaing dengan kedai kopi lainnya yang marak berkembang di Yogyakarta dan tentunya ingin mengenalkan Kopi Wolu Babarsari kepada masyarakat yang lebih luas.

Selama Kopi Wolu Babarsari berjalan promosi Kopi Wolu Babarsari masih mengalami kesulitan untuk mengenalkan produknya. Kopi Wolu Babarsari sendiri ingin memberikan sesuatu yang baru dan tentunya bisa menarik perhatian masyarakat luas agar bisa dikenal oleh masyarakat luas. Sebelumnya Kopi Wolu Babarsari sudah mengunggah foto dan video produknya untuk promosi di akun Instagramnya. Ditahun ini Kopi Wolu Babarsari ingin membuat sebuah inovasi baru dengan membuat video iklan yang lebih kreatif, unik dan memberikan sebuah informasi pelayanan dan juga produk apa saja yang ditawarkan oleh Kopi Wolu Babarsari akan tetapi dengan terbatasnya sumber daya manusia Kopi Wolu Babarsari belum bisa merealisasikannya.

Kopi Wolu Babarsari kenapa memilih menggunakan media promosi video daripada media yang lainnya adalah dunia promosi sekarang berubah dengan cepat. Akses internet yang semakin luas dan popularitas media sosial semakin mengubah strategi menuju promosi konten. Khususnya, promosi video menjadi alat yang ampuh untuk menjangkau banyak pelanggan. Pemasaran video tidak mudah, tetapi jika dilakukan dengan baik, tidak ada cara yang lebih baik mengubah pemirsa menjadi pelanggan. Dan juga, media video itu lebih menarik, lebih mudah diingat, mendorong lebih banyak pengunjung, dan memiliki hampir semua keunggulan lain dibandingkan teks.

Kopi Wolu Babarsari joga pun ingin membuat sebuah video iklan yang menampilkan suasana tempat dari Kopi Wolu Babarsari dan juga tidak lupa untuk menampilkan produk dari Kopi Wolu Babarsari yang mudah dipahami oleh calon konsumen. Dalam proses pembuatan video iklan Kopi Wolu Babarsari ini menggunakan teknik kamera *liveshoot* untuk pengambilan gambar. Teknik kamera *liveshoot* merupakan teknik dimana cara menggunakan kamera dengan yang merekam apa yang terjadi saat itu, Dan nantinya akan menampilkan apa yang benar-benar ada disana.

Dari masalah diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pembuatan video iklan sebagai media promosi pada Kopi Wolu Babarsari menggunakan teknik *liveshoot*". Video iklan yang akan dibuat menggunakan media video dan menerapkan teknik *liveshoot* menyesuaikan kebutuhan pada Kopi Wolu Babarsari.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah" Bagaimana cara pembuatan video iklan sebagai media promosi pada Kopi Wolu Babarsari menggunakan teknik *liveshoot*"

1.3.Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembatasan, sebagai berikut :

- a. Video dibuat penulis untuk mempromosikan Kopi Wolu Babarsari
- b. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *live shoot*
- c. Hasil video tidak lebih dari 60 detik
- d. Video dirancang menggunakan software *Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe After Effects CC 2018.*
- e. Video iklan diiklankan pada instagram Kopi Wolu Babarsari

1.4.Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat dan merancang Pembuatan video iklan sebagai media mengenalkan Kopi Wolu Babarsari ke masyarakat luas melalui media sosial dan supaya membantu calon konsumen untuk mengetahui produk yang dijual oleh Kopi Wolu Babarsari.

1.5. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

- a. Membantu Kopi Wolu Babarsari untuk menampilkan informasi produk ke masyarakat.
- b. Membantu masyarakat untuk mengetahui produk yang ditawarkan Kopi Wolu Babarsari

1.6. Metode Penelitian

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan iklan diantaranya yaitu :

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Metode Observasi

Metode observasi ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang dituju, Kopi Wolu Babarsari. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

1.6.1.2. Metode Wawancara

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan pemilik Kopi Wolu Babarsari.

1.6.1.3. Metode Kepustakaan

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi teori dari buku, jurnal yang bersangkutan dengan penelitian ini.

1.6.2. Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.6.3. Metode Perancangan

1.6.3.1. Merancang Konsep Video Iklan

Merancang konsep video iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi agar menghasilkan video iklan yang menarik.

1.6.3.2. Merancang Isi Video Iklan

Merancang isi video iklan merupakan penerapan atau implementasi dari perancangan konsep video iklan. Video iklan harus menarik dan memiliki informasi seputar hal yang di iklankan.

1.6.3.3. Merancang Naskah Video Iklan

Dalam merancang naskah video iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang akan disampaikan agar dapat membidik sasaran yang ditentukan.

1.6.3.4. Merancang Storyboard

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

1.6.3.5. Memproduksi Iklan

Tahap ini adalah penerapan dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses penting yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.7.Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, konsep dasar iklan, jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan menggunakan teknik live shoot sebagai media promosi Kopi Wolu Babarsari.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, metode pengumpulan data dan yang terakhir adalah metode analisis data.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses dan perancangan video iklan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang bersifat membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.

LAMPIRAN