

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan dan promosi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern. Iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dan metode promosi lainnya dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan. Berbagai bentuk usaha, mulai dari usaha eceran hingga perusahaan multinasional, mengandalkan iklan dan promosi untuk membantu mereka memasarkan barang dan jasa.[1] selain itu, Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan link dan tool yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi.[2]

Coffee shop kali petung merupakan sebuah tempat kedai kopi yang bertempat di Petung, Kepuharjo, Kec. Cangkringan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan peninjauan yang dilakukan penulis pada objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa saat ini media promosi yang di gunakan, Coffee shop kali petung melalui media sosial Instagram dengan memposting hasil pelayanan berupa foto.

Owner dari Coffee shop kali petung merasa bahwa media yang ada saat ini masih sangat monoton dan statis. Beberapa informasi dari perusahaan ini tidak bisa

ditampilkan melalui media cetak maupun gambar, seperti informasi detail Daftar menu, suasana dalam coffee shop, alamat coffee shop dan penawaran-penawaran produk kopi kali petung lainnya.

Dari permasalahan diatas maka penulis mengusulkan pembuatan video iklan dalam mendukung penyajian promosi dan informasi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*. Maka dari itu penulis mengambil judul

“ PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA COFFEE SHOP KALI PETUNG MERAPI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC ” Dalam penelitian ini diharapkan mampu menyampaikan informasi dan tampilan mengenai Coffee shop kali petung secara jelas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni, “Bagaimana merancang dan membuat video Iklan pada Coffee shop kali petung dengan Teknik Liveshoot dan Motion Graphics?”.

1.3 Batasan Masalah

Agar skripsi ini nantinya dapat mengarah lebih mendalam ke arah sasaran yang diharapkan dan agar tidak menyimpang dari topik penelitian, maka penulis memberikan Batasan – Batasan masalah dalam penulisan skripsi ini, Adapun Batasan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Objek penelitian langsung ke Coffee shop kali petung.
2. Video ini menggunakan teknik live shoot dan motion graphics.

3. Iklan ini di publikasikan melalui media sosial Instagram TV Coffee shop kali petung.
4. Perangkat lunak yang digunakan adalah windows 10, Adobe After Effects CC 2021, Adobe Premiere Pro CC 2021, Adobe Illustrator 2017, Adobe Audition 2017.
5. Resolusi dari video ini adalah Full HD 1080p resolusi 1920x1080p.
6. Penguji dari hasil penelitian ini adalah karyawan Coffee shop kali petung, Owner Coffee shop kali petung dan Masyarakat.
7. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah informasi dan kelayakan video.
8. Tahap penelitian video iklan ini hanya sampai pada tahap produksi iklan
9. dan hasil video akan diberikan kepada pihak Coffee shop kali petung.

1.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penyusunan penelitian ini:

1. Membuat video iklan yang menjelaskan produk, pelayanan, dan fasilitas yang ada pada Coffee shop kali petung.
2. Membantu Coffee shop kali petung meningkatkan kualitas promosi dan informasi.
3. Memudahkan pelanggan Coffee shop kali petung Mendapatkan Informasi Mengenai Coffee shop kali petung.
4. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 pada program studi Sistem Informasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian yang dikategorikan bagi mahasiswa dan bagi perusahaan dengan uraian sebagai berikut :

1.4.1 Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan ilmu yang dipelajari selama mengikuti Pendidikan kedalam aplikasi nyata, dengan harapan ilmu yang di peroleh bisa bermanfaat dan dapat diterapkan di dunia nyata.
2. Menambah pengalaman praktek kerja pada sebuah perusahaan.

1.4.2 Bagi Perusahaan

1. Perusahaan dapat memiliki keunggulan tersendiri dalam bersaing dengan bisnis lain.
2. Perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi dengan lebih efektif.
3. Perusahaan dapat mengenalkan lebih dalam perusahaan itu sendiri dan produk - produknya.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian untuk mendapatkan dan mencari fakta dalam pemecahan masalah yang ada meliputi :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Data yang diambil digunakan sebagai acuan dalam perancangan dan untuk mendukung skripsi ini. Tahap pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi dan melakukan pengamatan secara langsung di Coffee shop kali petung.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak pengurus, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

1.5.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT

Salah satu analisis untuk mengidentifikasi masalah adalah Analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi. [3]

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional yaitu jenis kebutuhan yang berisi proses-proses apa saja yang nantinya akan dilakukan serta kebutuhan fungsional juga berisi informasi – informasi apa saja yang harus ada dan dihasilkan

oleh sistem. Kebutuhan terkait dengan input, proses, output, dan data stored (penyimpanan data) sedangkan Kebutuhan Non Fungsional sistem terkait dengan performance sistem, kemudahan user dalam menggunakan sistem, biaya operasional, deadline, dokumentasi dan kebutuhan training, quality management, keamanan dan pengontrolan system.[1]

1.5.3 Metode Perancangan

Tahapan ini menggambarkan proses perancangan Video Iklan yang didalamnya terdapat beberapa langkah atau yang biasa disebut dengan Story Board. Berikut adalah tahapan produksi pembuatan Perancangan video iklan :[4]

1. Pra Produksi (Tema, Naskah, dan Storyboard).
2. Produksi (Pengambilan Gambar, Pembuatan Aset).
3. Pasca Produksi (Compositing, Editing, Rendering).

1.5.4 Metode Testing

Metode Testing merupakan aktivitas yang digunakan untuk dapat melakukan evaluasi suatu parameter ataupun kemampuan dari program atau sistem serta memastikan apakah sudah memenuhi kebutuhan ataupun hasil yang diharapkan. Video ini dapat diuji dengan dua cara, yaitu : [5]

1. Metode testing yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan perhitungan skala likert.
2. penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan, keseluruhan perancangan sistematika ini dibagi menjadi lima bab dengan pokok pikiran dari tiap – tiap bab sebagai berikut

:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang Coffee shop kali petung, analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video Coffee shop kali petung dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang refrensi yang berhubungan dengan skripsi ini, baik buku maupun artikel internet yang menjadi ajuan untuk digunakan dalam pembuatan skripsi ini

