

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis cafe di Indonesia khususnya Yogyakarta saat ini sedang berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat banyaknya cafe yang bermunculan dikarenakan cafe telah menjadi lifestyle bagi kebanyakan orang dijamin sekarang, dengan menyediakan tempat dengan desain interior yang menarik serta menawarkan suasana nyaman dan menyenangkan. Menyediakan berbagai macam konsep seperti alunan musik.[1]

Salah satunya cafe Titik Nol Kopi yang berada di Yogyakarta, tidak jauh dari kawasan Molioboro dan Titik nol km. Titik Nol Kopi adalah sebuah cafe yang beralamat di jalan Pangurakan No. 2 daerah kota Yogyakarta satu gedung dengan Loops Station dan Titik Nol Kopi didirikan pada 2016. Titik Nol Kopi mempunyai filosofi "Meracik kopi secara manual". Sebagai cafe baru di Jogja tentunya Titik Nol Kopi memiliki banyak pesaing sehingga pemilik cafe berkeinginan agar cafe yang baru di rintisnya ini dapat di kenal oleh masyarakat luas. Titik Nol Kopi selama ini belum memiliki video iklan yang dapat digunakan sebagai media promosi.

Maka dibuatlah video iklan untuk mempromosikan Titik Nol Kopi di media sosial Youtube dengan konsep menginformasikan lokasi, menu, dan cara pembuatan kopi dari Titik Nol Kopi. Dalam pembuatan video iklan, penulis menggunakan Teknik Motion Graphic dengan menggabungkan Live Shoot. Motion Graphic media yang menggunakan rekaman video atau teknik animasi

yang menciptakan ilusi gerak dan biasanya digabungkan dengan audio[2]. Live Shoot pengambilan gambar langsung lewat kamera film/video dan editing yang baik[3]. Dengan menggabungkan teknik ini maka video iklan dikemas dalam bentuk design grafis, audio dan video live shoot yang dipadukan dengan menarik. Teknik motion graphic ini akan memunculkan design logo, denah lokasi, dan akan muncul teks pada saat menu produk dari Titik Nol Kopi ditampilkan dan live shoot akan menampilkan gambar nyata dari menu tersebut. Perancangan video iklan yang menarik ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi Titik Nol Kopi. Dengan demikian, penulis mencoba untuk mengimplementasikan dalam bentuk video iklan dengan judul "**Pembuatan Video Iklan Cafe pada Titik Nol Kopi dengan Teknik Motion Graphic dan Live Shoot**".

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dirumuskan yaitu, Bagaimana membuat video iklan pada Titik Nol Kopi dengan teknik *motion graphic* dan *live shoot*?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka penulis membuat batasan masalah untuk memudahkan penelitian, meliputi:

1. Video iklan meliputi lokasi, menu dan cara pembuatan kopi pada Titik Nol Kopi.
2. Video iklan dibuat dengan menggunakan Adobe After Effect CC 2017 untuk membuat Effect, Adobe Premiere CC 2017 menggabungkan

Video, Adobe Photoshop CC 2017 sebagai desain grafis.

3. Iklan di tayangkan di media online Youtube
4. Teknik yang digunakan untuk membuat iklan menggunakan Motion Graphic dan Live Shoot.
5. Video iklan berdurasi 46 detik
6. Resolusi dari video 1280 x 720 pixels format MP4

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

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video iklan promosi media online Youtube untuk Titik Nol Kopi
2. Memudahkan pemilik cafe untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas melalui Youtube
3. Sebagai salah satu syarat untuk penulis menyelesaikan pendidikan program Strata 1 (S1) Sistem Informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Pemilik Cafe

Penelitian ini bermanfaat sebagai media promosi untuk menginformasikan cafe Titik Nol Kopi.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat sebagai studi perbandingan, dan bekal yang nantinya akan digunakan peneliti apabila telah terjun ke masyarakat. Serta melatih peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama dibangku kuliah.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Metode Pengumpulan data yang di gunakan dalam studi kasus ini, yaitu :

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan pada penelitian ini dengan melakukan pengamatan secara langsung pada cafe Titik Nol Kopi dari pengamatan yang dilakukan dibuat beberapa catatan kemudian menjadi refrensi dalam perancangan penulis

2. Metode Wawancara

Wawancara berhadapkan langsung antara interview dengan responden, dan kegiatan dilakukan secara lisan. Wawancara dilakukan kepada pemilik Titik Nol Kopi

3. Metode Literatur

Pengumpulan data dengan membaca buku-buku pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

4. Kuesioner

Pengambilan suara yang diberikan pada responden dari hasil pembuatan video iklan apakah sudah layak untuk dipublikasikan.

### 1.6.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan analisis SWOT. SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau bisnis yang berdasarkan Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), Threats (Ancaman).

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode.

#### 1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi semua hal yang berkaitan dengan proses pembuatan video iklan seperti, membuat konsep cerita, storyboard, menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan dalam produksi video iklan, teknik tersebut meliputi, live action, animasi, dan efek-efek optis

#### 2. Produksi

Pada tahap produksi, penulis milih spot yang cocok untuk mengambil gambar dan video dengan konsep yang sudah dibuat, perekaman suara, pengaturan cahaya agar sama dengan tujuan awal yaitu mengenalkan Titik Nol Kopi pada masyarakat.

#### 3. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, proses pengeditan, pemberian efek-efek special, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, penyerahan atau penyiaran (untuk iklan TV).[4]

## 1.7 Sistematika Penulisan

### **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 pembuatan video iklan, serta software apa yang akan digunakan dalam pembuatan video iklan.

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

Bab ini menguraikan tentang profil Titik Nol Kopi, visi, misi, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

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

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran