

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Cafe King's berdiri pada saat pandemic covid-19 pada bulan Februari 2020 yang beralamatkan di jalan Yos Sudarso kompleks kuliner Kota Palangka Raya. *Cafe King'S* merupakan *cafe* yang menawarkan produk minuman dan makanan, seperti minuman boba, makanan takoyaki, grill dan lain-lain. Dari awal membuka usaha nya sampai saat ini, *Cafe King'S* telah melakukan beberapa media promosi, yaitu menggunakan media sosial, periklanan seperti brosur, famlet dan juga spanduk. *Cafe King'S* juga menyediakan layanan pesan antar online, dalam metode promosi yang dilakukan saat ini sudah berjalan dengan baik akan tetapi pemilik *cafe King'S* ingin meningkatkan hasil dan berinovasi lagi dalam mempromosikan *cafe* nya.

Namun, dalam hal media promosi selain yang disebutkan diatas, *Cafe King's* masih belum ada media promosi berupa video promosi yang dibuat dan diupload pada media sosial untuk menjadi ikon dari *Cafe King's* tersebut. Media sosial yang merupakan salah satu platform wadah perkembangan teknologi yang semakin pesat di era ini. Penggunaan media sosial yang gampang dan praktis terlebih lagi respon nya yang cepat dalam hal mendapatkan atau berbagi segala informasi membuat media sosial seakan tidak bisa dilepaskan dari kebutuhan bagi semua orang. Instagram, facebook, twitter dan lain-lain adalah wadah berbentuk aplikasi media sosial yang pada era ini banyak digunakan dengan jutaan user dan bertambahnya jumlah unduhan setiap hari.

Menurut data laporan survei internet APJII 2019 - 2020 Q2, pengguna internet di Kalimantan Tengah berjumlah 75,7%, dengan total jumlah pengguna internet 2,005,898 jiwa, dan di kota Palangka Raya sendiri persentase pengguna nya mencapai 90.0%. [1]

Sedangkan berdasarkan data yang dihimpun Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Palangka Raya. Persentase anggota rumah tangga berusia 5 tahun ke atas menurut karakteristik dan penggunaan teknologi informasi selama tiga bulan terakhir tahun 2020. Pengguna telepon seluler, personal computer, notebook, tablet berjumlah total 88.46%, sedangkan jumlah orang yang menggunakan internet termasuk Facebook, Twitter, Whatsapp dan lain-lain berjumlah total 70.84%. [2]

Berdasarkan data statistik pengguna internet di atas, pemilik *cafe King'S* mempunyai rencana untuk meningkatkan dan berinovasi untuk promosi *cafe* nya dengan membuat sebuah video promosi iklan melalui media sosial Instagram. Akan tetapi dikarenakan keterbatasan sumber daya yang dimiliki, promosi video melalui media sosial Instagram ini belum dapat dilakukan oleh pemilik *cafe King'S*.

Dari beberapa permasalahan di atas, Penulis mencoba untuk membantu pemilik *Cafe King'S* dengan membuat promosi melalui media video berupa iklan yang dapat ditayangkan di media sosial Instagram, video promosi iklan pada media sosial Instagram yang dibuat penulis ini diharapkan dapat membantu keinginan pemilik *cafe King'S* dalam meningkatkan hasil, berinovasi dalam mempromosikan nuansa *cafe*, produk makanan dan minuman pada *cafe King'S*. Media promosi ini juga ditujukan untuk pengguna Instagram sehingga dapat mengingat makanan dan minuman yang di promosikan, sehingga tercapai lebih banyak pelanggan *cafe King'S*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka secara garis besar dapat di rumuskan suatu masalah yang akan di selesaikan adalah "Bagaimana membuat iklan *Instagram Cafe King'S* dengan teknik *Live Shoot* dan *Motion graphics*".

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, Maka dibuatlah batasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

- a. Penelitian ini dilakukan di Kota Palangka Raya. Video iklan meliputi Produk dan nuansa *Cafe King'S*.
- b. Teknik yang digunakan untuk pembuatan iklan adalah, *Live Shoot* dan *Motion Graphics* sebagai teknik pendukung.
- c. Video iklan ditayangkan pada salah satu media sosial Instagram *Cafe King'S*, bernama *indomek_palangkaraya*.
- d. Video iklan *Cafe King'S* berdurasi maksimal 1 menit.
- e. Video dibuat dengan menggunakan *Adobe Premiere pro CC 2020*, *after effect CC 2019*, *Photoshop Cc 2020* untuk kebutuhan menggabungkan, mengedit video, suara, dan gambar.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk :

- a. membantu membuat video promosi iklan *Cafe King'S* untuk di kenal masyarakat di kota palangka raya.
- b. Membantu meningkatkan pengunjung dan penjualan produk makanan dan minuman *Cafe King'S*.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Menambah pengalaman dalam pembuatan video promosi dengan menggunakan Teknik *live shoot* dan *motion graphics*.
- b. Dapat berbagi pengalaman melalui proses pembuatan video promosi

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

- a. Menambah pengalaman dalam pembuatan video promosi dengan menggunakan Teknik *live shoot* dan *motion graphics*.
- b. Dapat berbagi pengalaman melalui proses pembuatan video promosi

1.5.2 Manfaat Bagi Masyarakat

- a. Dapat di jadikan sebagai referensi oleh masyarakat untuk membuat iklan produk sendiri maupun orang lain.
- b. Bisa menjadi referensi bagi para pembuat video promosi dan lain

1.5.3 Manfaat Bagi Objek Penelitian

- a. Dengan di buatnya video promosi ini, diharapkan dapat meningkatkan pengunjung dan hasil dari penjualan makanan dan minuman Cafe King'S.
- b. Mempunyai sarana publikasi dan promosi mengenai produk makanan dan minuman Cafe King'S dalam bentuk video.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah data menganalisis data hasil penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif dapat digunakan untuk kegiatan penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas social, dan ekonomi. Hasil kegiatan penelitian kualitatif, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan, konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang menyeluruh. [3]

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat di perlukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun metode penelitian yang di gunakan adalah :

1.6.2 Metode Wawancara (Interview)

Merupakan metode pengumpulan data yang melakukan tanya jawab secara langsung dengan pemilik Café King'S yaitu bapak Edry pada tanggal 24 desember 2021 untuk memperoleh data terkait objek penelitian dan masalah yang terjadi pada objek penelitian.

1.6.3 Metode Pengamatan Langsung (Observasi)

Merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung pada Café King'S pada tanggal 24 Desember 2021 terkait media promosi yang telah digunakan selama ini serta untuk mendapat data-data lain yang dibutuhkan pada objek penelitian.

1.6.4 Metode Pengembangan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC)

Metode yang digunakan untuk pengembangan multimedia adalah metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Pengembangan metode multimedia ini dilakukan berdasarkan enam tahap, yaitu *Concept* (pembuatan konsep), *design* (perancangan), *material collecting* (pengumpulan bahan), *assembly* (Pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (pendistribusian). [4]

1.6.5 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT yang digunakan untuk mengetahui kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Dengan menggunakan analisis SWOT, maka dapat dipilih strategi yang mendukung misi dan mengeksploitasi kesempatan dan kekuatan, menetralkan ancaman dan menghindari kelemahan. [5]

1.6.6 Metode Testing

Metode testing yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengujian alpha untuk memeriksa kesesuaian antara analisis dan desain dengan *prototype* yang dihasilkan, dan pengujian beta yang dilakukan dengan cara memberikan kuesioner untuk mendapat penilaian dan saran dari responden.

1.7 Sistematika Penulisan

Berdasarkan pedoman penulisan skripsi Universitas Amikom Yogyakarta, Maka sistematika penulisan dalam laporan penelitian ini sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penulisan. Metode pengumpulan data dan sistematika penulisan

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari beberapa konsep beserta dengan definisi dan juga referensi yang akan digunakan sebagai rujukan literatur ilmiah yang sangat relevan. Tersusun dari konsep dasar multimedia, definisi iklan, iklan sosial media, teknik iklan Instagram, pengertian teknik *live shoot*, *motion graphics*, *adobe*, serta Menjelaskan terkait tahapan - tahapan pra produksi video, serta penjelasan penentuan respondendan skala likert.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tinjauan teori yang mendeskripsikan objek penelitian, analisis, serta perancangan terhadap video promosi yang akan di buat termasuk langka-langkah, rancangan konsep, rancangan naskah, dan rancangan storyboard

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan implementasi dari hasil analisis dan perancangan dalam pembuatan media promosi video iklan Cafe King'S menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphics*, meliputi tahapan produksi, tahapan pasca produksi, dan evaluasi.

BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang poko-pokok kesimpulan dan saran-saran yang perlu di sampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku, referensi jurnal dan lain-lain yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan laporan penelitian.