

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Blanco Coffee berdiri pada tanggal 11 Mei 2015 yang beralamatkan di jalan kranggan no 30 yogyakarta. Berawal dari teman kuliah yang berkeinginan untuk membangun usaha bersama sehingga Blanco Coffee yang didirikan oleh 3 orang yaitu Gusseto Aji Bimo Pramana, Dimas Rangga, Surya Hamiseno. Dari membangun ruko, mencari mesin pengolah kopi, memilih biji kopi terbaik sampai dengan mencari barista mereka lakukan bersama sama hingga akhirnya blanco coffee menemukan pelanggannya. Hanya bermodal media social sebagai media promosi Blanco Coffee mulai dikenal oleh kalangan pemuda khususnya anak kuliah serta mulai dengan pegawai yang mampir hanya untuk minum kopi. Blanco Coffee kini sudah memasang wifi serta tempat yang nyaman membuat konsumen ingin berlama – lama nongkrong atau menyelesaikan pekerjaan. Blanco Coffee memiliki konsep yang memikat dari segi furniture yang di gunakan dan desain interior yang tak jarang membuat para pengunjung ingin berselfie. Melihat antusias dari para pengunjung dan keinginan untuk melebarkan penulisp di dunia bisnis, Gusseto dan kawan – kawan berniat membuka cabang baru dan menyuplai kopi ke beberapa tempat, salah satunya di Coffee Bar Hotel Royal Ambarukmo. Gusseto sendiri berniat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan

eksistensi, dan memperkuat marketing perusahaan. Dari niat gusseto tersebut penulis mempunyai ide untuk membuat media promosi berupa iklan yang dapat ditayangkan di televisi serta sebagai objek penelitian skripsi penulis di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

Video iklan merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia. Melalui video iklan, produk atau jasa dapat lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat luas. Periklanan merupakan penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat.

Televisi merupakan media audiovisual yang canggih. Dengan menggunakan dua elemen kekuatan sekaligus yaitu audio dan visual menjadikan televisi sebagai media promosi yang sangat mahal. Sebuah tayangan kurang dari 60 detik saja akan dapat disaksikan serentak oleh puluhan juta bahkan ratusan ribuan juta pasang mata di seluruh dunia. Televisi merupakan media audiovisual sehingga penonton dapat melihat produk yang diiklankan di televisi secara maksimal. Iklan di televisi memiliki sarana paling lengkap untuk eksekusi. Pesan dari produk dapat dikomunikasikan dengan total, yaitu audio, visual, dan gerak serta hal ini mampu menciptakan kelenturan bagi pekerja kreatif untuk mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, drama, humor, dan lain-lain.

Blanco Coffee Shop & Books merupakan Cafe yang menjual berbagai produk minuman berbahan dasar dari kopi yang berada di Kota Yogyakarta. Masalah yang dihadapi adalah ketika sebuah produk dipromosikan dengan media

yang lebih atraktif dengan tampilan dan *design* visual yang dikemas dengan baik, maka akan menambah daya tarik pembeli untuk mengetahui tentang produk. Sejauh ini, media promosi yang digunakan oleh Blanco Coffee hanya sebatas *leaflet*, mengikuti berbagai *event* pameran kuliner yang diselenggarakan di Yogyakarta, dan media sosial yang dirasa belum maksimal digunakan.

Oleh sebab itu penulis, melakukan penelitian dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi Blanco Coffee Shop Yogyakarta” untuk memecahkan masalah yang ada pada Blanco coffee shop dan menciptakan suatu terobosan terbaru untuk menjaga perusahaan tersebut tetap berkembang. Dalam melengkapi media promosi yang ada, maka Peneliti mencoba membuat iklan yang menarik dan mudah dipahami.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah “Bagaimana membuat iklan televisi Blanco Coffee Shop Yogyakarta dengan teknik *Live Shoot*?”

1.3 Batasan Masalah

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

1. Video iklan meliputi produk dan nuansa Blanco Coffee Shop.
2. Video iklan dibuat dengan menggunakan Adobe Photoshop dan Corel Draw untuk pengolahan gambar, Adobe After Effect untuk pembuatan Effect, Adobe Premiere menggabungkan Video.
3. Iklan ini di tayangkan di stasiun televisi lokal seperti RBTV serta untuk memperbaharui iklan media social Blanco Coffee Shop.
4. Iklan Blanco Coffee Shop berdurasi kurang dari 59 detik.
5. Tehnik yang diguakan untuk pembuatan iklan *Live Shoot*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video promosi iklan televisi untuk Blanco Coffee.
2. Mempermudah perusahaan untuk memperkenalkan produk serta perusahaan kepada calon rekan kerja, maupun masyarakat luas melalui televise
3. Membantu meningkatkan angka penjualan produk di Blanco Coffee.
4. Sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penyusunan penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis
 - a) Dapat berbagi pengalaman melalui proses pembuatan iklan.
 - b) Untuk menerapkan disiplin ilmu dalam pembuatan iklan.
 - c) Memberikan kepuasan pribadi dengan membuat sebuah sarana promosi bagi orang lain.
 - d) Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi Strata 1(S1) di UNIVERSITAS AMIKOM.
2. Bagi Masyarakat
 - a) Dapat dijadikan sebagai referensi oleh masarakat untuk membuat iklan produk sendiri maupun orang lain.
 - b) Menjadi sarana referensi yang baik bagi para pembuat video.
3. Bagi Mahasiswa
 - a) Dapat digunakan sebagai referensi mahasiswa lain yang sedang mengambil skripsi dengan topik pembuatan iklan televisi.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan dengan cara melakukan pengamatan terhadap Iklan Televisi yang mempunyai ciri yang sama.

2. Metode Kepustakaan

Mengumpulkan data dari buku-buku tentang iklan televisi atau dan literatur-literatur yang diperoleh dari internet yang semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil observasi/pengamatan dan wawancara, penulis menganalisis untuk mengetahui bagaimana membuat iklan televisi yang berkualitas dan menarik sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui produk dari Blanco Coffee.

1.6.3 Metode Perancangan

Merupakan tahapan perencanaan. Dalam pembuatan iklan televisi, hal ini meliputi perencanaan konsep, desain karakter, *background*, serta semua yang mencakup dalam pembuatan iklan hingga proses produksi.

1.6.4 Metode Pengembangan

Metode ini untuk pengecekan ulang dalam tahap produksi, untuk melihat dan mendokumentasi hasil yang ada sesuai dengan yang diharapkan.

1.6.5 Metode Implementasi / Evaluasi

Dalam tahap implementasi, peneliti mengamati kembali apakah ada kesalahan proses *editing* atau tidak. Apabila semua sudah sesuai maka peneliti menyerahkan *video* hasil *rendering* untuk dipublikasikan di stasiun televisi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan laporan skripsi ini di bagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

1.7.1 Bab I Pendahuluan

Bab ini mengurai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data serta sistematika penulisan.

1.7.2 Bab II Landasan Teori

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual film dan software yang digunakan dalam proses editing video.

1.7.3 Bab III Analisis dan Perancangan

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah, perancangan iklan yang dibuat, gambaran umum tentang iklan, membahas tentang kebutuhan apa saja yang di perlukan dalam membuat sebuah iklan.

1.7.4 Bab IV Implementasi dan Pembahasan

Bagian ini menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan, tahap analisis, implementasi, desain, dan hasil implementasinya

1.7.5 Bab V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang membangun dari seluruh bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh bahasan sekaligus manfaat dan kelebihan iklan serta kelemahan iklan yang di buat.

1.7.6 Daftar Pustaka

