

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Belakangan ini maraknya perkembangan inovasi coffee shop yang meningkat pesat dengan kehadiran teknologi digital, memiliki nilai praktis, mudah dijangkau dan kenyamanan yang ditawarkan. Hal ini terbukti dari hampir semua coffee shop memanfaatkan sosial media sebagai salah satu media untuk promosi. hal tersebut membuat masyarakat ingin mencari tahu lebih dalam melalui sosial media dengan meng-update atau mengikuti hal yang sedang trending dapat meningkatkan jiwa sosial dan inovasi baru bagi anak muda.[1]

Kebutuhan sebuah informasi dengan mudah didapatkan dari berbagai media seperti Tiktok, Instagram, Youtube dan lainnya. Dengan media sosial, seseorang dapat memanfaatkan media tersebut sebagai media pengiklanan untuk menyebarkan suatu informasi terkait perusahaan mereka dalam bentuk video pengiklanan. Video Pengiklanan yang menarik sangat membantu perusahaan untuk memasarkan sebuah produk dan jasanya yang memungkinkan pemakai melakukan berinteraksi dan berkomunikasi.[2]

Time remapping merupakan sebuah fitur yang biasanya ada di program editing video professional, yang memungkinkan kita memanipulasi durasi dari setiao poin atau moment di klip video kalian. Ini bertujuan supaya terdapat variasi 2 kecepatan di setiap moment tersebut, sehingga video panjang kalian tidak lagi

terlihat membosankan.[3]

Sepakat coffee adalah sebuah kafe di Jogja dengan konsep baru dan estetik. Sepakat Kafe baru mulai dibuka dari 11 Maret 2022. Sepakat Coffee membawa suasana baru modern industrial. seperti outdoor, indoor, semi outdoor, maupun rooftop. Selama ini, pihak Sepakat Coffe hanya melakukan suatu pengiklanan dengan baru memposting 23 foto produk maupun ilustrasi dan 13 cuplikan video yang masih tergolong baru dengan 2.230 followers di akun instagram @Sepakat\_coffee dengan memposting foto dan video berdurasi singkat, sehingga belum banyak yang dapat ditampilkan selain itu. sehingga orang kurang mengenal atau mengetahui sepakat coffee.



Gambar 1.1 Screenshot Id & Followers



Gambar 1.1 Screenshot Postingan



Gambar 1.2 Screenshot Video Pengenalan Menu Minuman 1



Gambar 1.3 Screenshot Video Pengenalan Menu Minuman 2



Gambar 1.4 Screenshot Video Pengenalan Menu Minuman 3

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada diatas, penulis berkeinginan untuk membuat iklan yang dituangkan dalam skripsi dengan judul : “Pembuatan Video Iklan Pada Sepakat Coffe Sebagai Media Promosi Menggunakan Time Remapping” yang diharapkan dapat mengatasi masalah yang ada pada Sepakat Coffee.

## 1.2 Rumusan Masalah

Karena Sepakat Coffee hanya melakukan pengiklanan dengan memposting foto dan video durasi pendek di Instagram dan masih kurangnya video yang menampilkan coffee itu sendiri. Maka dapat disimpulkan suatu permasalahan yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian yaitu “Bagaimana membuat pengiklanan tentang Sepakat Coffee dengan mengimplementasikan time remapping ?

### 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Video Iklan ini dibuat dengan menggunakan Time Remapping.
2. Video iklan menggunakan format .mp4 dengan kualitas Full HD 1920 X 1080 60fps
3. Video berdurasi 60 detik dan diupload pada *platform* instagram.
4. Video iklan memperlihatkan tentang suasana baru dan bangunan yang ada pada Sepakat Coffee.
5. Untuk Software editing menggunakan *software* Sony Vegas Pro 15, Inkscape

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari Tujuan dari penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah :

1. Sebagai sarana publikasi dan promosi yang dapat digunakan oleh pihak Sepakat Coffee.
2. Merancang video pengiklanan dan mengimplementasikan Time Remapping kedalam video pengiklanan Sepakat Cofee agar lebih menarik.

3. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Bagi Penulis**

1. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh studi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mampu menimbang kemampuan dan sebagai tahap pengembangan diri dalam proses pembuatan iklan.
3. Diharapkan karya tulis ini dapat dijadikan referensi peneliti selanjutnya dalam pembuatan video pengiklanan.

### **1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan**

1. Video tersebut digunakan sebagai media pengiklanan Sepakat Coffee.
2. Diharapkan Sepakat Coffe semakin lebih dikenal masyarakat luas.
3. Diharapkan mampu meningkatkan daya saing Sepakat Coffe dengan coffee shop atau cafe lainnya diwilayah Yogyakarta.

## **1.6 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode penelitian kualitatif yang datanya berbentuk kata, skema, atau gambar. Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan



data penelitian [4].

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi tentang objek dalam permasalahan :

#### 1. Metode Observasi

Dalam metode ini penulis mengunjungi lokasi Sepakat Coffee secara langsung untuk mendapatkan visualisasi seperti apa saja yang harus dimasukkan isi video, dalam merancang dan membuat video iklan.

#### 2. Metode wawancara

Dalam metode ini penulis melakukan wawancara terkait objek kepada Manager Sepakat Coffee Ignatius Afryan untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan.

#### 3. Metode Studi Pustaka

Sebagai bahan referensi tertulis, penulis mengumpulkan data dari berbagai sumber jurnal, literatur dan buku sebagai bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian.

### 1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. SWOT berfungsi Untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan dalam perancangan video pengiklanan Sepakat Coffee ini maka digunakanlah analisis SWOT.

Fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman) [5].

### 1.6.3 Metode Perancangan Sistem

Metode perancangan pengiklanan ini dilakukan dengan tiga tahapan (M. Suyanto, 2005) yaitu sebagai berikut : [6]

#### 1. Praproduksi

Perencanaan produksi memegang peran penting sebelum memproduksi video pengiklanan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain menentukan konsep, memperkirakan biaya dan waktu, membuat jadwal produksi, menentukan lokasi syuting, dan mengadakan pertemuan pra produksi.

#### 2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama video pengiklanan diproduksi. Tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman video, foto yang dibutuhkan, pemilihan waktu syuting, dan pemilihan kamera.

#### 3. Pascaproduksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana dilakukan proses editing terhadap file hasil produksi pada kegiatan ini intisari penelitian ini disusun, Pada tahap ini akan dilakukan penggabungan file hasil produksi,



dan mengimplementasikan *Time Remapping* serta menerapkan dengan penataan waktu yang lain sehingga menjadi satu video. dan proses editing dengan sound yang kemudian akan dijadikan file video sehingga dapat diputar pada software video player.

#### **1.6.4 Metode Testing**

Pada Tahap ini penulis menggunakan metode skala likert . skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial . Dengan skala likert, variabel yang akan diukur menjadi indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun yang berupa pertanyaan dan pernyataan [7]

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar penyusunan laporan lebih terstruktur dan mempermudah pemahaman kita terhadap isi karya ilmiah ini. Adapun susunan sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, pembuatan segmen video yang dibuat berdasarkan pemaparan teori termasuk teknik dan pembuatan video yang digunakan.

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

Bab ini berisi seputar ide cerita, naskah, dan storyboard pada video pengiklanan Sepakat Coffee.

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

Bab ini menjelaskan mengenai produksi dan pasca produksi video pengiklanan Sepakat Coffee.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang ingin disampaikan oleh penulis.

