

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Lotsee Coffee adalah kedai kopi yang beralamat di Jl.Demangan Baru No.8, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Kedai kopi ini sudah berdiri sejak tahun 2015 dengan berbagai sajian kopi dan makananya. Metode penyeduhan kopi yang digunakan oleh Lotsee Coffee dapat dikatakan sudah layak seperti kedai kopi pada umumnya yaitu *Manual Brew* dan *Based Espresso*. Sepanjang berjalanya usaha kedai kopi ini Kopi Susu Lotsee adalah minuman *Based Espresso* yang menjadi menu *signature* atau ciri khas dari pada Lotsee Coffee.

Iklan merupakan media yang dipakai perusahaan dengan tujuan mengingatkan, membujuk dan memberi informasi. Selain itu iklan sebagai sarana memperkenalkan produk baru terutama kepada konsumen yang sesuai dengan sasaran. Dengan kata lain seperti awal mula pemasaran produk baru tersebut Media informasi iklan diciptakan agar dapat menarik khalayak dan orisinil, serta mempunyai karakteristik dan persuasif sehingga konsumen secara sukarela untuk melakukan tindakan seperti tindakan yang ada pada iklan. Dengan gaya meniru itu tadi secara tidak sengaja konsumen akan terpicat ataupun tertarik untuk membeli serta memakai produk yang diiklankan tersebut.[1]

Pembuatan Video Iklan ini menggunakan teknik *live shoot*, *motion graphic* dan *time lapse*. Dengan teknik ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan penyampaian informasi yang baik sehingga rencana dan tujuannya dapat tercapai. Lotsee Coffee dengan kebutuhannya dalam memperkenalkan produk kepada publik Penulis jadikan sebagai objek pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot*, *motion graphic*, dan *time lapse*, untuk memberikan

informasi dalam bentuk teks, audio, dan visual dengan durasi 35 detik mengenai produk ciri khas dari Lotsee Coffee yaitu Kopi Susu Lotsee. *Live shoot* digunakan sebagai teknik pertama dalam pembuatan video iklan ini kemudian *time lapse* adalah teknik selanjutnya untuk pencapaian informasi khusus didalamnya selanjutnya *motion graphic* adalah teknik ke tiga dalam pembuatan video iklan Kopi Susu Lotsee untuk mendukung data dan informasi visual lebih lanjut.

Pada penelitian di butuh kan informasi untuk menunjukkan tentang cara kerja mesin grinder kopi, dari biji kopi utuh hingga menjadi bubuk kopi yang halus sehingga dapat di gunakan untuk menjadi bahan utama Espresso. *Motion Graphic* merupakan gabungan dari potongan elemen-elemen desain/animasi grafis, dengan memasukan elemen yang berbeda-beda seperti objek 2D. Media yang dimasukan berupa still images atau gambar diam, dengan format gambar bitmap, maupun vector, dan data video maupun audio. [2]

Berdasarkan pembahasan di atas Lotsee Coffee membutuhkan alat atau konten pada akun sosial media yang sudah mereka kelola sepanjang ini untuk memberikan informasi pengenalan produk kepada publik sehingga konsumen yang pernah tau tentang Kopi Susu Lotsee akan teringat kembali, sementara itu "*Pembuatan Iklan Pada Produk Kopi Susu Lotsee Dengan Teknik Live shoot, Motion Graphic dan Time lapse*" dengan juga dapat memperkenalkan kopi ciri khas dari Lotsee Coffee kepada konsumen baru.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat ditarik sebuah rumusan masalah yakni: Bagaimana membuat video iklan Kopi Susu Lotsee menggunakan Teknik *live shoot, motion graphic, dan dan lapse* sebagai media promosi ?

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk memberi titik fokus pembahasan dalam hal ini penulisan membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan di Lotsee Coffee.
2. Video ini ditujukan untuk publik umum.
3. Iklan yang dibuat untuk kebutuhan konten sosial media.
4. Target durasi 33 detik.
5. Penelitian berakhir sampai tahap penyerahan akhir hasil Video.
6. Hasil dari video iklan diuji oleh pihak Lotsee Coffee.
7. Data dan aset video didapat dari pihak Lotsee Coffee.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini "Pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot*, *motion graphic*, dan *time lapse* adalah:

Membuat video iklan sebagai media penyampaian informasi produk Kopi Susu Lotsee .

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian adalah:

1. Dapat melengkapi kebutuhan konten pada sosial media Lotsee Coffee.
2. Sebagai media iklan produk bagi Lotsee Coffee.

### 1.6 Metode Penelitian

#### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Pada Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung pada Lotsee Coffee dan pengamatan terhadap referensi video iklan produk.

## 2. Metode Wawancara

Dalam metode wawancara (*Interview*) yaitu percakapan antara beberapa orang yang disebut pewawancara dan responden atau narasumber. Dengan kata lain, wawancara merupakan bentuk komunikasi secara lisan yang dilakukan oleh beberapa orang, baik secara langsung ataupun tidak langsung, untuk mengumpulkan informasi tertentu.

### 1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yaitu menguraikan iklan untuk diidentifikasi dan di evaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan dalam konsep iklan tersebut. Metode analisis yang digunakan adalah metode SWOT (*Straight, Weakness, Opportunity, Threat*) yaitu dengan menganalisa apakah video itu layak atau tidak digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan video iklan produk Kopi Susu Lotsee.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan adalah tahap menentukan ide cerita, pembuatan sinopsis, penulisan skenario, penentuan *shoot list* dan *storyboard*.

### 1.6.4 Pra Produksi

Dalam pra produksi peneliti melakukan pengembangan agar produksi terlaksana sesuai dengan rencana awal pembuatan video iklan. Menyatukan pemahaman antara peneliti dan objek agar mendapat visi yang sama serta hasil yang maksimal.

### 1.6.5 Produksi

Tahap produksi merupakan tahap rancangan video yang dibuat mengacu pada konsep yang telah ditetapkan sebelumnya. Tahapan produksi yang meliputi pembuatan aset dan pengambilan gambar. Setelah itu adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *voice over*, musik latar hingga tahap penyelesaian berupa *compositing*.

### 1.6.6 Pasca Produksi

Merupakan bagian terakhir dari proses pembuatan video iklan, video telah melalui proses *compositing*, *editing* dan *rendering* hingga didistribusi kepada pihak Lotsee Coffee.

### 1.6.7 Evaluasi

Merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengukur hasil dari penelitian yaitu berupa video iklan apakah sesuai dengan tujuan yang direncanakan atau tidak, serta mengetahui kekurangan yang nantinya dijadikan sebagai saran untuk perbaikan dan pengembangan penelitian yang akan datang.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yakni :

### BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah penulis dalam melakukan penelitian ini serta menjelaskan rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam skema penelitian yang didalamnya dapat dipelajari alasan juga tujuannya, menjelaskan pula tentang perangkat lunak yang digunakan dalam perancangan dan pembuatan video iklan ini.

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

Membahas latar belakang Perusahaan dan menklaskan tahap pra produksi yang meliputi analisis dan perancangan iklan.

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

Membahasa tentang proses pembuatan video iklan Kopi Susu Lotsee dan hasil iklan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan pembuatan iklan ini serta saran dan gagasan untuk pengembangan iklan kedepannya agar lebih baik lagi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang referensi-referensi yang telah di gunakan sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik dalam praktik maupun secara teoritis.

