

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi Gajah Jogja berdiri sejak 3 tahun lalu tepatnya 27 Januari 2019. Kafe tersebut masih satu pemilik dengan Tengkleng Gajah Jogja yang sudah berdiri selama 12 tahun. Kopi Gajah Jogja merupakan sebuah usaha kafe yang digunakan sebagai tempat nongkrong kekinian. Berlokasi di Nglaban, Sinduharjo, Ngaglik, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Di kafe ini menyediakan berbagai macam menu seperti Menu Espresso Base, Special Blend, Italian Soda, Snack, dan masih banyak lagi.

Menurut wawancara peneliti kepada pemilik Kopi Gajah Jogja pada saat pandemic penjualan di Kopi Gajah Jogja mengalami penurunan. Hal itu disebabkan karena adanya pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah. Selama pandemic berlangsung Kopi Gajah Jogja pernah menutup usahanya kurang lebih selama 2 bulan. Saat ini operasional di Kopi Gajah Jogja sudah dilakukan secara normal dengan penerapan prokes. Pemilik Kopi Gajah ingin melakukan sebuah inovasi dalam bentuk video iklan di social media yang rencannya akan ditayangkan di IG Feed. Akan tetapi karena terbatasnya sumber daya yang dimiliki karena pengurangan karyawan, pemilik tidak sanggup membuat video iklan yang diharapkan.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk membuat video iklan motion graphic sebagai media promosi dengan "Implementasi Teknik Live Shoot dan Motion Graphic pada Pembuatan Iklan Kopi Gajah Jogja".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti dapat merumuskan masalah yaitu Bagaimana cara membuat iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic untuk postingan di IG Feed?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan naskah ini, peneliti membuat batasan masalah agar video yang dikerjakan bisa lebih terarah dan oembahasan tidak terlalu lebar sehingga memudahkan penulis dalam menyelesaikan naskah penelitian.

Berikut adalah batasan masalah yang diangkat oleh peneliti:

- a. Iklan yang dibuat menerapkan teknik live shoot dan motion graphic
- b. Informasi yang terdapat didalam iklan bertujuan untuk mempromosikan produk makanan dan minuman yang terdapat di Kopi Gajah Jogja
- c. Video yang dibuat akan ditayangkan di IG Feed
- d. Durasi video 59 detik hasil format akhir mp4 dengan menggunakan resolusi 1920x1080 dengan perbandingan aspek ratio 16:9

1.4 Maksud dan Tujuan Penelittian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengiklankan produk yang ada di Kopi Gajah Jogja kepada khalayak

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk membantu menambah jumlah pelanggan yang datang dan menambah omset penjualan di Kopi Gajah Jogja.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian digunakan untuk mencari sumber yang berkaitan dengan project yang dibuat. Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Penguumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung kejadian yang ada di lapangan.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mewawancarai narasumber langsung. Pada skripsi kali ini penulis mewawancarai narasumber dari pemilik Kopi Gajah Jogja.

1.6.1.3 Metode Studi Literatur

Pengumpulan data berdasarkan referensi dari jurnal, skripsi, ataupun artikel yang diperoleh dari internet, buku, maupun perpustakaan. Dengan memanfaatkan studi literature bisa sangat bermanfaat untuk mendapatkan dasar teori yang berhubungan langsung dengan penyusunan skripsi.

1.6.2 Metode Perancangan

Dalam metode perancangan pembuatan video iklan, ada tiga tahap yang dilalui oleh penulis. Tiga tahapan sebagai berikut:

a. Tahap Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, peneliti merancang gambaran secara umum video yang akan dibuat dalam bentuk storyboard. Storyboard disini digunakan untuk memberikan gambaran tentang bagaimana alur berjalan. Sehingga bisa memudahkan ketika memasuki masa produksi.

b. Tahap Produksi

Pada tahap produksi, peneliti melakukan proses shoot dan edit. Proses ini perlu dilakukan sebelum video iklan dipublikasikan ke IG Feed.

c. Tahap Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, video yang sudah melalui proses produksi sebelumnya akan dilakukan proses export. Proses export video menjadi format mp4 dengan resolusi 1920x1080. Hasil dari

video iklan, selanjutnya akan dipublikasikan di IG Feed. Sementara hasil video dalam bentuk fisik akan diserahkan kepada objek yaitu pemilik Kopi Gajah Jogja.

1.6.3 Analisis Kebutuhan

Dalam penelitian kali ini, analisis yang digunakan oleh peneliti adalah analisis kebutuhan. Tujuan analisis kebutuhan digunakan untuk mengetahui apakah video iklan yang dibuat oleh peneliti sudah sesuai dengan target yang diinginkan oleh pemilik Kopi Gajah Jogja.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran isi laporan ini, akan diuraikan susunan laporan secara garis besar yang terdiri dari 5 bab. Sistematika penulisan ini dibuat dengan tujuan agar mudah dipahami oleh semua pihak. Adapun susunan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori yang menjadi dasar dari penelitian yang sedang dilakukan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang objek penelitian, profil, visi dan misi, serta memaparkan metode analisis yang digunakan berdasarkan masalah yang ada hingga penjelasan tentang perancangan dan pembuatan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang implementasi (pembuatan) dari video iklan yang meliputi tahap produksi, tahap pasca produksi dan pengujian dari iklan yang telah dibuat

BAB V PENUTUP

Pada bab ini, berisi mengenai kesimpulan dari keseluruhan kegiatan serta beberapa saran untuk penulis tentang penelitian yang sudah dilakuka