

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Iklan dan Promosi merupakan bagian system yang tidak terpisahkan secara ekonomi dan social masyarakat sekarang. Saat ini iklan sudah menjadi salah satu system komunikasi yang sangat penting dan diandalkan untuk membantu perusahaan memasarkan produk atau jasa. Promosi adalah suatu kegiatan kampanye dari sebuah produk atau jasa yang selalu ditandai dengan pemberian insentif atau rewards untuk dapat meransang pasar agar melakukan tindakan membeli dengan segera, dimana promosi diadakan dengan memiliki batas waktu tertentu. Kemampuan iklan dan promosi dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran penting bagi keberhasilan dari sebuah perusahaan. Berbagai bentuk usaha eceran hingga perusahaan besar, mengandalkan iklan dan promosi untuk membantu mereka memasarkan barang dan jasa.

AlwaysCoffee adalah perusahaan yang bergerak dibidang kuliner dengan produk utamanya adalah kopi Manggarai. *AlwaysCoffe* didirikan pada tanggal 20 Juni 2019. Coffe ini terletak di Jl. Melon Mundusaren, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Sebagai perusahaan yang baru bergerak dibidang kuliner *Always Coffee* sangat membutuhkan media promosi atau iklan untuk memasarkan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Terutama Kopi Manggarai, karena Kopi Manggarai belum terlalu dikenal di daerah Istimewa Yogyakarta. Pada saat ini *Always Coffee* masih

menggunakan media promosi atau iklan menggunakan media brosur yang mana kurang efektif dalam menarik pelanggan karena jangkauan yang terbatas dan membutuhkan waktu yang lama untuk menyebarkan brosur tersebut.

Pemanfaatan multimedia dalam penyampaian sebuah iklan akan lebih menarik jika memiliki nilai tambah seperti teks, audio, gambar, animasi, dan salah satunya adalah video. *Motion Graphic* merupakan percabangan dari ilmu Desain grafis yang merupakan penggabungan dari Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik animasi untuk menyampaikan suatu pesan dan tujuan tertentu. Yang tidak bisa dilakukan oleh livenesshoot sebagaimana yang di butuhkan oleh Always Coffee untuk memperkenalkan produk.

Dari penjelasan di atas *AlwaysCoffee* sangat membutuhkan media promosi yang tepat untuk memasarkan produknya dan menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan terutama Kopi Manggarai karena Kopi manggarai belum terlalu dikenal masyarakat Yogyakarta. Oleh karena itu akan dibuat media promosi berupa video menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*. Penambahan efek *Motion Graphic* akan membuat video lebih indah dan enak dilihat. Sehingga dapat menarik konsumen untuk mencoba produk yang ditawarkan oleh *Always Coffe* terutama Kopi Manggarai. dengan demikian akan meningkatkan pendapatan dari *Always Coffe*.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas dapat ditarik suatu rumusan masalah yakni “Bagaimana membuat video iklan pada *AlwaysCoffe* agar menjadi media promosi yang menarik menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*”.

1.3. Batasan Masalah

1. Video dirancang menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
2. Video menggunakan format mp4.
3. Video berdurasi 60 detik dan menggunakan standar penayangan H264.
4. Pembuatan iklan dalam video ini meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi.
5. Pembuatan iklan ini hanya sampai pada tahap uji coba iklan pada *AlwaysCoffe*. Penayangan iklan akan dilakukan oleh *AlwaysCoffe* sendiri atas persetujuan penulis.
6. Video iklan hanya ditayangkan di media sosial seperti, Instagram, Facebook, Whastaap dan Youtube.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Memperbarui media promosi dari *AlwaysCoffe* dengan perkembangan teknologi sekarang.
2. Memperkenalkan produk kopi dari daerah Manggarai pada kalangan yang lebih luas.

3. Meningkatkan kemampuan dalam bidang multimedia dan menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

Tujuan yang ingin dicapai penulis adalah:

1. Terciptanya video *Live Shoot* dan *Motin Graphic* pada *AlwaysCoffe* yang dapat di tayangkan pada media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsaap dan Youtube.
2. Menunjukan produk pada Always Coffee kepada masyarakat, lebih khusus mahasiswa yang mau menikmati kopi.
3. Sebagai salah satu syarat kelulusan dan mempunyai gelar sarjana komputer dalam bidang informatika dan komputer di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5. Metode Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan untuk penulis dan penyelesaian video dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* melalui beberapa metode, yaitu:

1.5.1. Pengumpulan Data

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan kasus ini, maka diperlukan pemahaman bagaimana iklan tersebut nantinya dapat dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana iklan tersebut berjalan, diperlukan beberapa metode untuk

memproleh data yang akurat dan mengasikkan video yang lebih baik.

Metode-metode tersebut antara lain:

1.5.1.1. Metode Observasi

Metode pengamatan yang melibatkan semua indra (Penglihatan, pendengaran, penciuman, pembau, perasa). untuk mengumpulkan data dengan terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati serta menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan video iklan.

1.5.1.2. Metode Wawancara

Metode mengumpulkan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pemilik objek penelitian, yaitu *AlwaysCoffe*.

1.5.1.3. Metode Kepustakaan

Metode yang digunakan untuk mendapat informasi atau konsep – konsep teoritis menggunakan buku dan internet sebagai bahan referensi.

1.5.2. Metode Analisis

Pada tahap analisis, dilakukan proses identifikasi menggunakan model analisis SWOT dan analisis kebutuhan.

1.5.3. Metode Perancangan

Pada metode perancangan, dilakukan atau membuat gambaran iklan pada tahap pra produksi yang meliputi tentang pembuatan konsep, seperti naskah, dan *storyboard*.

1.5.4. Metode pengembangan

Pada metode pengembangan, dilakukan melalui tiga tahapan yaitu Pra Produksi, Produksi dan Paska Produksi. dengan mengambil kesesuaian konsep dalam pembuatan iklan.

1.5.5. Metode Testing

Hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan maka dilakukan uji kelayakan dengan membuat kusioner dan dibagikan kepada kosnumen.

1.5.6. Metode Implementasi

Pada metode implementasi, video iklan yang sudah dibuat akan ditayangkan pada media sosial seperti, Instagram, Facebook, Whastaap dan Youtube.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami lebih jelas tentang penulisan penelitian ini, maka peneliti mengelompokan materi penulisan menjadi (V) bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori dan konsep dasar yang melandasi permasalahan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan tentang objek penelitian serta analisis dan perancangan video iklan Always Coffe secara umum dan menjelaskan kelebihan dan kekurangan video promosi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah obeservasi dan analisis SWOT.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi pembuatan serta mengimplementasikan bahan-bahan iklan menjadi video utuh dengan metode Live Shoot dan Motion Graphic serta melakukan tahap pengujian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dapat diberikan oleh penulis dari hasil penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN