

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun sudah semakin berkembang, seiring dengan perkembangan zaman, baik kecanggihannya ataupun software yang digunakan dengan keunggulan yang ada, termasuk perkembangan video saat ini. Kebutuhan akan informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang periklanan. Periklanan merupakan salah satu kegiatan promosi yang banyak dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan diferensiasi produknya kepada konsumen melalui suatu media. Komunikasi ini dilakukan agar konsumen menyadari dan mengetahui keunikan dan keunggulan produk sehingga produk menempati posisi yang berarti dan berbeda di benak konsumen. Iklan dapat mengkomunikasikan produknya melalui beberapa media, yaitu : majalah, tabloid, radio, surat kabar, spanduk, selebaran dan televisi [1].

Tempat Kopi Nuri berada di jalan Anggajaya2, Sanggrahan, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta, Kopi Nuri merupakan salah satu tempat nongkrong yang memiliki suasana dekat persawahan yang nyaman dan sejuk. Tempat ini memang tergolong masih sangat baru, yang berdiri tahun 2021. Sebagai tempat nongkrong Kopi Nuri juga menyediakan beberapa fasilitas yang mampu membuat konsumen merasa nyaman dan senang, untuk mengerjakan tugas maupun sekedar berkumpul bersama teman menghabiskan waktu luang. Kafe Kopi Nuri memiliki fasilitas yang berbeda-beda, tetapi secara umum fasilitas yang tersedia diantaranya adalah wifi, stop kontak, ac, musik band, area dalam, area luar, mushola dan lahan parkir yang luas. Setiap kafe Kopi Nuri memiliki warna, bentuk bangunan, tata letak, pelayanan dan fasilitas yang berbeda-beda. Sehingga para konsumen akan merasakan pengalaman yang berbeda ketika berkunjung ke Kopi Nuri yang satu dengan yang lain.

Persaingan dalam meningkatkan penjualan produk maka dengan memanfaatkan multimedia dalam penyampaian suatu informasi yang dapat menarik indera manusia yang merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, teks, animasi dan video [2]. Sehingga dengan multimedia Kopi Nuri dapat menyampaikan informasi dengan baik. Dengan demikian multimedia sangatlah efektif sebagai media pemasaran. Maka dari yang dihadapi kafe Kopi Nuri yaitu dari segi promosi yang sudah ada membutuhkan kenaikan pelanggan yang signifikan, sehingga pihak Kopi Nuri ingin menambahkan promosi dalam bentuk video untuk lebih menarik perhatian pelanggan. Dari masalah yang telah dipaparkan maka penulis mempunyai ide untuk menjadikan Kopi Nuri sebagai obyek penelitian. Teknik live shoot adalah inti dari skripsi penulis, maka penulis mengangkat judul “ Perancangan dan Pembuatan Video Iklan pada Kopi Nuri Yogyakarta dengan *Live Shoot* ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka penulis merumuskan masalah yang akan diselesaikan yaitu: “Bagaimana merancang dan membuat video iklan pada kafe Kopi Nuri Yogyakarta dengan menerapkan teknik *live shoot*?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada peneliti ini di paparkan sebagai berikut.

1. Penelitian ini dilakukan di Kopi Nuri Yogyakarta.
2. Iklan Kopi Nuri berdurasi 60 detik.
3. Iklan Kopi Nuri nantinya akan menggunakan teknik *live shoot* dengan tambahan beberapa efek .
4. Iklan ini menggunakan format file video*.Mp4 dengan ukuran 1920 x 1080 pixels.
5. *Software* yang digunakan *Adobe Premier Pro 2020*, *Adobe After Effect 2020*, dan *Pro Tools 12*.

6. Video Iklan ini akan diunggah dimedia sosial *Instagram*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah membuat sebuah video iklan informatif untuk membantu Kopi Nuri memperkenalkan profil mereka agar menarik perhatian pelanggan.

Dalam pembuatan laporan skripsi ini, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar sarjana pada program studi SI Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mengenalkan dan menginformasikan kepada masyarakat tentang Kopi Nuri Yogyakarta agar berminat untuk mengunjungi Kopi Nuri dengan fasilitas, tempat, waktu dan jenis menu yang ada.
3. Dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Kopi Nuri yaitu belum adanya video yang mencakup Kopi Nuri.
4. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang perancangan teknik *live shoot* menjadi sebuah iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan hasil penelitian yang berbasis multimedia dengan menggunakan video iklan sebagai media informasi ini diharapkan menjadi salah satu alternatif untuk membantu masyarakat agar mengetahui dan tertarik mengunjungi Kopi Nuri Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Dalam pembuatan skripsi ini, Penulis menggunakan beberapa metode sebagai dasar penyusunan dalam melakukan penelitian. Metode tersebut antara lain sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Pengamatan (*Observation*)

Merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian.

2. Metode Wawancara (*Interview*)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pihak Kopi Nuri untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian, baik dengan cara tatap muka maupun via whatsApp.

3. Metode *Literature*

Merupakan metode penelitian dengan mencari referensi dengan memanfaatkan buku-buku, jurnal serta memanfaatkan internet yaitu dengan mengunjungi situs-situs web yang berkaitan dengan skripsi yang dibuat.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan metode yang akan menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, mulai dari faktor *internal* (dalam) dan faktor *external* (luar) yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat*. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dengan faktor intern kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini menggambarkan bagaimana iklan dibentuk dengan menentukan ide cerita, identifikasi masalah atau kebutuhan, pembuatan naska, pembuatan *storyboard* video iklan.

1.6.4 Metode Pengembangan

Pengembangan dapat dilakukan dengan langkah-langkah dalam pembuatan video iklan, seperti *shooting*, *record sound*, pembuatan *motion tracking*. Selanjutnya untuk tahap produksi yang dilakukan adalah, *editing*, *review* hasil

editing sementara, serta *rendering* dan *publishing* jika hasil sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.

1.6.5 Metode Testing

Dalam penelitian ini, penulis melakukan testing terhadap video dengan menayangkan hasil akhir video kepada pihak Kopi Nuri dan kuisisioner guna mengevaluasi apakah ada perbaikan atau tidak.

1.6.6 Metode Implementasi

Tahap produksi dan pasca produksi dalam pembuatan video iklan yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan pada *instagram* Kopi Nuri.

1.7 Sistematika Penulis

Untuk memperjelas penyusunan skripsi ini, maka penulis akan menyajikan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, Metode pengumpulan data, dan sistematika penulis.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan pembahasan mengenai teori-teori dan referensi yang menjadi pengetahuan dasar penelitian secara umum yang digunakan penulis sebagai penyusunan skripsi.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini merupakan pembahasan tentang pembuatan dan perancangan video iklan secara umum. Yang berisi tentang tinjauan umum, ide cerita, storyboard pada video iklan Kopi Nuri.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil penelitian yang telah disampaikan dalam bagian sebelumnya proses pengoprasian video iklan yang telah dibuat. Yang

menjelaskan tentang tahapan produksi pada pembuatan video iklan Kopi Nuri.

BAB V PENUTUP

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

