

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini telah dimanfaatkan dalam berbagai macam media, salah satunya adalah penggunaan internet sebagai media pemasaran *online*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan *survey* tentang jumlah pengguna internet yang kian meningkat dari tahun ke tahun. *Survey* ini menunjukkan peningkatan pada tahun 2018 jumlah pengguna internet menyentuh angka 171,17 juta jiwa pengguna internet, sedangkan pada tahun 2019-2020 jumlah penggunaan internet menyentuh angka 196,71 juta jiwa pengguna internet.[1]

Banyak *Platform* internet yang menyediakan media untuk promosi yaitu facebook, twiiter, kaskus, dan instagram. Instagram dilirik oleh beberapa perusahaan besar sebagai media sosial untuk memasarkan produk mereka karena instagram memiliki fitur yang lengkap. Selain upload foto, video, dan *story* instagram sekarang memilki fitur promosi.

Kabupaten Berau merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Kalimantan Timur. Kabupaten Berau kini terbilang cukup metropolitan, anak-anak mudanya memiliki tradisi nongkrong malam seperti di ibukota. Hal ini didukung dengan banyaknya anak-anak muda Berau yang menempuh studi di kota-kota besar di indonesia, seperti Samarinda, Surabaya, Yogyakarta, Malang dan Jakarta. Hal tersebut menjadikan peluang bisnis bagi para pelaku usaha

dibidang kuliner dan *coffee shop*. *Coffee shop* dijadikan tempat nongkrong favorit karena hanya dengan membeli kopi, lantas bisa berdiskusi, main game, bahkan tertawa bersama teman-teman. Sejak dulu, Berau sebenarnya memang sudah mengenal tradisi ini dengan berkumpul di tepian sungai dan bercengkrama hingga larut. Namun sejak banyaknya anak-anak yang menempuh studi diluar kota tadi, dan karena berkembang informasi terhadap kemajuan maka *coffee shop* pun mulai menjamur, mulai dari *franchise coffee shop* ternama atau pun *coffee shop* lokal yang di buat oleh anak-anak muda yang ada di Berau.

Candutawa cafe adalah salah satu cafe dari sekian banyak cafe yang ada di Kabupaten Berau. Candutawa cafe merupakan *coffee shop* yang juga menyediakan makanan dan minuman lain selain olahan *coffee*. Tidak seperti *coffee shop* lain nya, dengan mengusung konsep alam Candutawa cafe menjadi pilihan cafe yang dapat dikunjungi oleh semua kalangan. Candutawa cafe berdiri sejak tahun 2020 yang hingga saat ini masih konsisten bertahan dengan konsep yang dibangun sejak awal. Konsep alami yang diusung Candutawa cafe sangat memungkinkan untuk dikunjungi semua kalangan.

Meskipun Candutawa cafe masih terbilang baru, Penjualan cafe ini terbilang cukup baik hal ini dibuktikan dengan ramainya pengunjung setiap harinya terutama di hari Sabtu dan Minggu. Namun, karena lokasi Candutawa cafe cukup jauh dari pusat Kota Berau, maka cafe ini sebenarnya banyak belum diketahui oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, peneliti ini ingin membantu memperkenalkan dan mempromosikan Candutawa cafe kepada masyarakat sekitar

melalui media promosi dan informasi yang cukup baik dengan mengikuti perkembangan teknologi.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik memilih Candutawa cafe untuk dipromosikan, karena adanya peluang besar yang dimiliki Candutawa Cafe sehingga nantinya akan menjadikan sebuah media promosi yang baik dan efektif serta mencapai target penjualan dan menginformasikan kepada masyarakat umum bahwa Candutawa cafe merupakan cafe yang memiliki konsep, suasana dan keunggulan dari cafe lain yang ada di Kota Berau.

Dengan di buatnya video iklan ini guna mempromosikan Candutawa Cafe dengan Teknik *Live shoot* dan *Motion Graphic* kepada masyarakat umum serta di harapkan akan banyak orang yang semakin tahu mengenai keberadaan Candutawa Cafe dan juga memenuhi target penjualan bagi cafe tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penulis di atas, dapat di rumuskan permasalahan penelitian ini Bagaimana Merancang dan Membuat Video Iklan Promosi Candutawa Cafe dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* sehingga dapat menarik masyarakat umum untuk berkunjung ke Candutawa Cafe.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai objek penelitian adalah Candutawa Cafe.

2. Video iklan menampilkan informasi berupa lokasi cafe, produk yang dijual, dan susana Candutawa cafe.
3. Video iklan ini menggunakan penggabungan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
4. Video iklan akan di tayangkan di akun Instagram Candutawa Cafe.
5. Lingkup penelitian hanya di Candutawa Cafe.
6. *Software* yang di gunakan dalam proses pembuatan video iklan adalah *Adobe Premiere Pro*, *Adobe After Effect*, dan *Adobe Audition*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan ini adalah merancang dan membuat video iklan pada Candutawa Cafe sebagai Media Promosi dan Informasi dengan menggunakan Teknik *Live Shoot*.

1.4.1 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat Pembuatan Video Iklan pada Candutawa Cafe sebagai Media Promosi dan Informasi dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* penulisan ini adalah:

1.4.2 Manfaat Bagi Penulis

1. Menambah pengetahuan dan wawasan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan tentang pembuatan iklan.
2. Guna mendapatkan syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata 1 pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

3. Mendapatkan wawasan tentang penerapan ilmu Multimedia kedalam Video Iklan.
4. Dapat mengimplementasikan hasil dari masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta pada jurusan Strata I Sistem Informasi, dan dapat memahami apa yang telah didapat pada masa kuliah teori maupun praktikum yang merupakan hasil dari mata kuliah konsentrasi selama masa kuliah.

1.4.3 Manfaat Bagi Candutawa Cafe

1. Menjadi media untuk mempromosikan produk Candutawa Cafe.
2. Membantu meningkatkan kualitas promosi Candutawa Cafe.
3. Memperkenalkan Candutawa Cafe kepada masyarakat umum.
4. Meningkatkan penjualan produk Candutawa Cafe.

1.5 Metode Penelitian

Penulisan skripsi ini tentunya harus mempunyai data dan informasi yang lengkap dan benar agar sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menguji hasil data yang diperoleh menggunakan kuisioner. Dalam pembuatan skripsi ini penulis mengumpulkan data dengan metode sebagai berikut:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek penelitian yaitu

Candutawa Café yang akan di teliti pada tanggal 27 Agustus 2021. Metode ini berguna untuk melengkapi data agar informasi yang diperoleh lebih akurat.

2. Motode wawancara

Dilakukan dengan cara bertanya langsung dengan Responden yang bedasar kepada tujuan penelitian. Penulis melakukan tanya jawab kepada *Owner* Candutawa Café pada tanggal 27 Agustus 2021 untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai Produk dan konsep yang ada di Candutawa Café.

3. Metode Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku refrensi dan internet pada bulan Agustus Hingga September untuk melengkapi kelengkapan data. Penulis akan menguraikan referensi pada daftar pustaka.

1.5.2 Metode Perancangan

Perancangan video iklan menggunakan standar produksi yang didalamnya terdapat beberapa tahap sebagai berikut[10]:

1. Tahap praproduksi adalah tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktifitas sebelum iklan diproduksi secara nyata. Tahap dalam pembuatan video iklan ini yaitu:

1. Ide.
2. *Storyboard*.

2. Tahap produksi adalah periode selama iklan diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera. Tahap dalam pembuatan video iklan ini yaitu:

1. Pembuatan bahan.

2. Narasi/suara.

3. Tahap pascaproduksi adalah periode di mana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan televisi diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pascaproduksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran *audio* dan video. Tahap ini meliputi:

1. *Editing*.

2. *Rendering*.

1.5.3 Metode Evaluasi

Peneliti melakukan testing terhadap video iklan promosi Candutawa Cafe dengan cara melakukan penayangan di media sosial instagram sehingga mendapatkan hasil respon yang maksimal.

Sistematika Penulisan

Agar lebih mengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematis penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan promosi untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini adalah gambaran dari Candutawa cafe. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian dari mulai objek pembuatan iklan tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan.

DASFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagian acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun teoritis.