

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan industri kopi di Yogyakarta memiliki kemajuan yang sangat pesat, menurut Badan Perancangan dan Pembangunan Daerah istimewa Yogyakarta atau di singkat BAPPEDA DIY mencatat jumlah bisnis kuliner di daerah istimewa Yogyakarta di tahun 2024 sudah mencapai 350,00 unit[1].dari hasil wawancara Bersama pemilik Atas Dasar Senang Coffee Street menginginkan media promosi berupa video promosi seperti video sinematik di social media mereka di Instagram dengan implementasi live shoot dan motion graphic agar bisa bersaing dengan bisnis lain namun terbatasnya sumberdaya mereka kurang mampu bersaing dengan pesaing mereka, terbatasnya sumberdaya manusia video promosi atau iklan tersebut sulit untuk di realisasikan.

Atas Dasar Senang coffee street (ADS) merupakan UMKM yang berdiri sejak juni 2024. Atas Dasar Senang Coffee Street berada di Daerah Istimewa Yogyakarta tepatnya berlokasi di Embung Tambakboyoy, Condong catur, Sleman Yogyakarta. ADS street coffee memiliki produk minuman yang ditawarkan dengan harga terjangkau dan di padukan pemandangan waktu sore yang indah di Embung Tambakboyoy menjadikan ADS coffee street jadi salah satu pilihan terbaik untuk menikmati sore hari yang indah dan santai di Tambakboyoy. ADS street coffee memiliki cita rasa kopi yang nikmat harum untuk di nikmati bersama teman dan kekasih.

Periklanan merupakan media komunikasi pemasaran yang di gunakan untuk kegiatan ekonomi yaitu memperkenalkan produk kepada konsumen. Dengan situasi pasar yang sangat kompetitif membuat bisnis tidak bisa bertahan lama tanpa adanya dukungan yang efektif, efisien dan komunikasi yang ditambah media pemasaran lainnya. Sebuah Iklan yang di sebarakan melalui media penyiaran dan media cetak, dasarnya memiliki struktur. Struktur dari kedua media yang sama namun memiliki karakteristik yang berbeda dari bentuk yang berbeda dari medianya[2].

Instagram adalah salah satu dari social media yang merupakan platform yang menjadi bagian dari salah satu kehidupan kita sehari-hari. Survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mencatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 79,5% populasi di Indonesia, atau mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia di tahun 2023. Berdasarkan gender yang, kontribusi Internet banyak bersumber dari laki-laki 50,7% dan perempuan 49,1% di Indonesia [3].

Dengan permasalahan seperti itu penulis tertarik membuat video iklan untuk ADS street coffe dengan menggunakan live shoot serta menyajikan laporan skripsi yang berjudul "Video Sinematik menggunakan Teknik Liveshoot dan Motion Graphic pada Atas Dasar Senang Coffe street" video iklan akan menyesuaikan dengan kebutuhan dan ketentuan ADS street Coffe serta dan syarat ketentuan Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan di bahas yaitu "Bagaimana memproduksi video sinematik ADS street Coffee dengan menggunakan Teknik liveshoot dan Motion graphic untuk mempromosikan ADS street Coffee kepada masyarakat Yogyakarta?"

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian tidak menyimpang dari rumusan masalah yang di ajukan, maka dari itu diberikan batasan-batasan sebagai berikut:

- a. Video sinematik akan di buat sebagai media promosi untuk ADS street coffe
- b. Video sinematik berisi tentang ADS street coffee dan produknya
- c. Video sinematik akan tayang di Instagram
- d. Video sinematik berdurasi kurang lebih 60 detik
- e. Video sinematik akan berformat mp4 dengan resolusi 1080p
- f. Video sinematik akan di tujuhan kepada masyarakat kota Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini di lakukan untuk mempromosikan ADS street coffee produk minumannya dengan bantuan video sinematik agar dapat dikenal masyarakat luas khususnya masyarakat kota Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat sebagai media promosi untuk ADS street coffee dalam mempromosikan tempat beserta produk minumannya yang di tawarkan untuk meningkatkan minat konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memahami dan mempermudah isi dalam penelitian ini Adapun sistematika penulisan sesederhana mungkin seperti berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian yang di gunakan untuk Menyusun skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II akan berisi pembahasan tentang dasar-dasar teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi

Mendeskripsikan tentang iklan teknik liveshoot dan segala teori yang bersangkutan pada penulisan skripsi

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III berisi pembahasan tentang metode analisis dengan sesuai metode yang ada

BAB IV HASIL DARI PEMBAHASAN

Bab IV berisi dari pembahasan dan juga implementasi beserta pengujian dari video iklan yang di buat

BAB V PENUTUP

Bab V merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dari isi penelitian dan juga saran perbaikan serta saran dari penambahan pengembangan untuk menyempurnakan hasil yang sudah di buat

