PERANCANGAN VIDEO IKLAN NON-KOMERSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI UPAYA PEMANFAATAN LIMBAH AMPAS KOPI MENJADI MEDIA DAUR ULANG

PENULIS

Ridho Maulana Putra
NIM: 3031910034

Dosen Pembimbing

Rizky Noviasri, S.Sn., M.Ds.

Rumusan Masalah

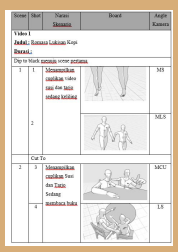
1. Bagaimana merancang media informasi tentang (ampas kopi) dan mengajak masyarakat agar dapat mengubah perilakunya melalui video iklan non-komersial
2. Bagaimana mengahasilkan suatu karya media daur ulang limbah ampas kopi yang akan berguna bagi orang-orang yang berprofesi di bidang kopi dan juga masyarakat para penikmat kopi?

Deskripsi

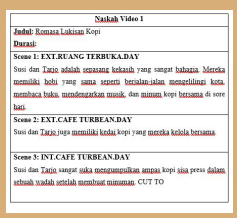
Kopi telah menjadi fenomena eksistensial, perkembangan industri kota Gresik menciptakan lahan untuk berkumpul dan interaksi dengan orang lain sangat minim, itulah sebabnya warga Gresik memanfaatkan warung kopi sebagai tempat bersosialisasi. Seringnya masyarakat mengkonsumsi kopi tersebut berimbas pada ampas kopi yang dibuang dan tidak didaur ulang kembali. Minimnya literatur dan pembudidayaan ampas kopi merupakan suatu masalah yang masih belum dapat dilakukan pengembangan tingkah laku dan pendaur ulangan terkait limbah ampas kopi dengan cara meluas dan masif pada warung dan kedai kopi yang ada di Gresik. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan sampel tiga kedai kopi yaitu AGP Coffe, Turbean Coffe, Cak Andus, dan dengan media video iklan non-komersial, serta hasil akhir dari riset akan diunggah melalui media publikasi yang merupakan channel youtube baru untuk DLH (Dinas Lingkungan Hidup). Maka dari itu peneliti mengedukasi masyarakat melalui perancangan video iklan-non komersial sebagai media informasi pemanfaa-tan limbah ampas kopi. Dengan harapan video iklan

Analisa dan Hasil

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang akan di dukung dengan data observasi, wawancara, kuisioner yang akan dilakukan kepada subjek dengan kualikasi.



Scene	Shot	Naration / Sketsa	Board	Angle / Kamera
Video 1				
Judul: Romasa Lukisan Kopi				
Durasi :				
Dip to black sepuas sesar pertama				
1	1	Menampilkan cuplikan video ini dan tata ruang ketiga		MS
	2			MLS
Cut To				
2	1	Menampilkan cuplikan Susi dan Tario Sedang		MCU
	2	membaca buku		LS



Naskah Video 1

Judul: Romasa Lukisan Kopi

Durasi:

Scene 1: EXT.RUANG TERBUKA.DAY

Susi dan Tario adalah sepasang kekasih yang sangat bahagia. Mereka memiliki hobi yang sama seperti berjalan-jalan mengelilingi kota, membaca buku, mendengarkan musik, dan minum kopi bersama di sore hari.

Scene 2: EXT.CAFE TURBEAN.DAY

Susi dan Tario juga memiliki kedai kopi yang mereka kelola bersama.

Scene 3: INT.CAFE TURBEAN.DAY

Susi dan Tario sangat suka mengumpulkan ampas kopi sisa press dalam sebuah wadah setelah membuat minuman. CUT TO

Metode Penelitian

Kesimpulan

Setelah melalui tahapan proses pengerjaan tugas akhir, dapat di Tarik kesimpulan bahwa perkembangan bisnis kedai kopi di Gresik maupun di luar Gresik semakin menjalar, hal tersebut dikarenakan banyaknya konsumen maupun penikmat kopi dari anak muda hingga dewasa yang gemar mengonsumsi kopi. Hal tersebut akan sangat bagus dalam segi perekonomian, namun jika dilihat dari sudut pandang waste management atau manajemen limbah, limbah yang dihasilkan dari kedai kopi dan kafe tidak banyak masyarakat yang memanfaatkan kembali untuk hal yang berguna selanjutnya. Seharusnya dengan menciptakan produk berbahan dasar limbah ampas kopi, akan menjadi peluang yang besar untuk masyarakat maupun orang-orang yang berprofesi di bidang kopi. Limbah ampas kopi merupakan bahan baku daur ulang yang mudah diperoleh dan terjamin ketersediannya. Dalam mendaur ulang limbah ampas kopi pun tidak harus memiliki keahlian khusus dan harusnya masyarakat luas mampu mengolah atau mendaur ulang limbah ampas kopi tersebut. Maka dari itu peneliti mengedukasi masyarakat melalui perancangan video iklan-non komersial sebagai media informasi pemanfaatan limbah ampas kopi terutama untuk wilayah Gresik.

Tahp-tahap yang dilalui untuk mencapai pengerjaan hasil akhir skripsi diawali dengan melakukan pengamatan melalui observasi secara langsung, pengumpulan analisa data melalui wawancara dan kuisioner sebagai acuan pembuatan video iklan non-komersial.