

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi dan informasi semakin meningkat mengikuti perkembangan pesat teknologi. Periklanan berbasis visual merupakan salah satu jenis media promosi yang bisa digunakan untuk perusahaan, organisasi atau para pebisnis. Iklan sendiri memiliki beberapa tujuan khusus diantaranya untuk membentuk kesadaran akan suatu produk atau merek baru; menginformasikan fitur dan keunggulan produk atau merek pada konsumen; membentuk persepsi tertentu akan produk atau merek; membentuk selera akan produk atau merek ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk atau merek yang diiklankan. [1]

Live shoot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada suatu proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut.[2] Teknik motion graphic (Iman Satriaputra Sukarno, 2014) merupakan teknik yang terdiri dari dua kata yaitu motion yang berarti gerak dan graphic yang berarti grafis. Jadi animasi motion graphic dibentuk dari modelmodel yang dibuat secara grafis yang kemudian digerakan. Tujuannya dimaksudkan untuk menipu mata manusia agar mempercayai bahwa memang terjadi gerakan. Misalkan sebuah benda yang mati, lalu digerakan melalui gerakan yang sedikit demi sedikit dan teratur sehingga memberi kesan hidup.[3] A/B roll editing. Konfigurasi editing melibatkan seperangkat alat yang terdiri dari dua VCR player, satu VCR recorder, lima TV monitor (setiap sumber gambar satu TV monitor), audio mixer dan editing controller. Dalam A/B roll editing ini semua jenis transisi dapat dilakukan. [4] Dari latar belakang diatas, Mahalo Coffee and Chill merupakan kafe yang hadir dengan mengusung konsep cinta alam untuk menghadirkan kesehatan alami. Dengan

mengedepankan misi menciptakan produk dan memberikan layanan yang penuh kebahagiaan. Media promosi yang ada saat ini pada Mahalo Coffee and Chill dirasa sudah cukup, akan tetapi ada beberapa keunggulan-keunggulan dari cafe ini yang tidak bisa ditampilkan secara maksimal. Seperti informasi tentang produk unggulannya yaitu coffee, penulis mengusulkan membuat dan merancang sebuah video iklan yang dapat dijadikan sebagai penunjang promosi saat ini dengan melibatkan unsur Multimedia yang lain yaitu suara dan video. Unsur-unsur tersebut mampu memvisualisasi dan mengilustrasikan keunggulan-keunggulan di Mahalo Coffee and Chill. Dari uraian diatas, penulis mencoba merancang dan membuat video iklan menggunakan teknik live shoot, b - roll dan motion graphic untuk media promosi di mahalo coffee and chill. Perancangan ini diharapkan menjadi solusi untuk promosi dan informasi tentang pembuatan minuman yaitu coffee.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan yaitu, bagaimana pembuatan video iklan menggunakan teknik live shoot, b - roll dan motion graphic untuk media promosi di mahalo coffee and chill?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Video iklan ini hanya menampilkan video yang berisikan iklan produk coffee yang ada di Mahalo Coffee and Chill
2. penelitian dilakukan hanya pada Mahalo Coffee and Chill.
3. Media promosi Mahalo Coffee and Chill akan diterapkan pada media online terutama Instagram
4. Software yang digunakan Adobe Premiere Pro CC 2019 untuk editing video, Adobe After Effect CC 2019 untuk motion graphic.

5. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video hanya live shoot, B Roll dan motion graphic.
6. Resolusi video untuk Instagram 1080x720px mp4.
7. Durasi untuk Instagram 30 detik.
8. Tahap penelitian berakhir ketika video diserahkan ke Mahalo Coffee and Chill.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini adalah

1. Pembuatan video iklan menggunakan teknik live shoot, b - roll dan motion graphic untuk media promosi di mahalo coffee and chill.
2. Ingin menaikan insight Instagram Mahalo Coffee and Chill

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari skripsi ini sebagai berikut:

1. Syarat mendapatkan gelar sarjana komputer di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu dan teori selama mengikuti Pendidikan ke dalam aplikasi nyata secara praktis guna membantu dan mendukung kemampuan beraktualisasi dalam penerapan ilmu di dunia nyata Sebagai bahan referensi untuk pengembangan selanjutnya
3. Untuk meningkatkan kreativitas menciptakan suatu karya dengan memanfaatkan teknologi komputer serta mengembangkan pola keilmuan dan membuka wawasan tentang ilmu pengetahuan baru yang sesuai dengan bidang teknologi informasi.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi atau data yang relevan dan akurat sebagai sumber dalam menyusun laporan ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data, seperti:

1. Metode studi pustaka yaitu metode mencari data referensi yang sesuai dengan kebutuhan skripsi dari internet, buku-buku serta membaca skripsi.
2. Metode pengamatan (Observation) yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek, agar memperoleh data yang akurat dan terbukti kebenarannya.
3. Metode Wawancara yaitu digunakan untuk memperoleh data yang akurat dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian dengan mengadakan tanya jawab secara langsung yang berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti.

1.6.2 Metode Analisis

Yaitu menguraikan video Iklan untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya dengan menggunakan metode kebutuhan sistem dan analisis kelayakan yaitu menggunakan analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Dalam tahap ini penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan awal dalam pembuatan video iklan yaitu tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan persiapan-persiapan yang dibutuhkan dalam pembuatan video iklan meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data, pembuatan storyboard dan pembuatan naskah.

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukan ulasan sementara produksi dan pasca produksi untuk menyesuaikan dengan konsep kebutuhan video dan menentukan hasil untuk masuk ke tahap selanjutnya yaitu pasca produksi.[4]

1. Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini syuting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur, dan kamera dipilih.
2. Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek spesial, perekaman efek suara, percampuran audio dan video, dan penyerahan atau penayangan.

1.6.5 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video untuk menentukan kelayakan penayangan di Instagram

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman bagi membaca dan penulisan dalam skripsi ini dibagi menjadi 5 bagian yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini membahas berupa definisi-definisi berkaitan dengan ilmu atau masalah yang diteliti. Menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video iklan ini.

BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi deskripsi singkat objek penelitian, menguraikan tentang analisis dan perancangan video company profile secara umum.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas paparan hasil-hasil yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitian, serta menyajikan data dari hasil uji coba produk hasil penelitian beserta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian berdasarkan teori dan teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan.

