

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan *Motion Graphic* begitu pesat, seiring dengan banyaknya software *motion graphic* yang menawarkan berbagai kemudahan dan keistimewaan. Dengan *motion graphic* beberapa informasi bisa disampaikan sekaligus dalam satu *scene* video. Saul Bass adalah orang yang pertama kali mencoba mengkomunikasikan pesan melalui permainan grafik diawal film. Dengan pendekatan pendekatan simbolis, film yang dibuatnya bisa menyampaikan esensi dan representasi seluruh film. Selain pada film, munculnya industri televisi mendorong perlunya identitas melalui aplikasi *motion graphic*. Harry Marks yang bekerja pada ABC, BS dan NBC di Amerika Serikat merupakan salah satu pionir yang memanfaatkan *motion graphic* untuk dunia televisi. Tentu saja semua itu tidak lepas dari peran *live shoot* yang menjadi objek nyata.

Setiap perkembangan yang baru pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, oleh karena itu walaupun *motion graphic* bisa menyampaikan informasi dengan lengkap tanpa adanya *live shoot*, video yang dihasilkan akan terlihat *monoton*, karena hanya berupa animasi 2D. akan tetapi jika Ditambahkan dengan adanya *motion graphic* pada *live shoot* akan memperkuat dan memperjelas serta memberikan informasi alur cerita dan maksud dari sebuah video tersebut.

Kafe “Cats and Coffe” Yogyakarta adalah perusahaan yang bergerak dibidang kuliner yang dimana didalam kafe tersebut tidak hanya menyediakan tempat yang nyaman tetapi juga meyuguhkan beberapa kucing untuk menghibur para pengunjung. Dalam pemasarannya “Cats and Coffe” Yogyakarta menggunakan beberapa cara yaitu *flyer, brosur*, serta media promosi berupa *Social media*. Cara tersebut belum bisa mengilustrasikan informasi dengan maksimal.

Untuk menyelesaikan masalah ini, perlu dibuat sebuah iklan berupa video *live shoot* yang didalamnya juga menggunakan animasi *motion graphic* untuk memaksimalkan informasi dan produk apa saja yang ada di “Cats and Coffe” Yogyakarta. Video sendiri mempunyai keunggulan yang mana pada sebuah media pemsaran dapat mencakup 5 unsur *multimedia* sekaligus yaitu : video, teks, gambar, animasi, dan suara yang tidak disampaikan lewat media cetak.

Iklan yang akan dibuat nantinya akan ditayangkan di televisi Yogyakarta, karena menurut penulis penayangan di televisi lokal tepat sasaran dalam segmentasinya yaitu mahasiswa.

Dari masalah dan solusi yang telah diuraikan di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Pada Cats and Coffe Dengan Metode *Live Shoot* dan *Motion Graphic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah “Bagaimana merancang dan membuat iklan

televisi untuk kafe “Cats and Coffe” Yogyakarta, menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* ?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pembuatan Iklan ini sebagai sarana untuk membantu pihak pemasaran dalam mengembangkan mutu periklanan.
2. Menginformasikan produk dan fasilitas yang terdapat di kafe “Cats and Coffe” Yogyakarta.
3. Teknik yang dibahas yaitu penerapan *live shoot* dan *motion graphic* pada iklan Kafe “Cats and Coffe” Yogyakarta.
4. Ditujukan Kepada lapisan masyarakat umum dan mahasiswa-mahasiswa kampus Yogyakarta.
5. Durasi dari video yang dibuat 45 detik.
6. *Software* utama yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah *Adobe Premiere CC*, *Adobe After effect CC*, juga menggunakan beberapa *software* multimedia lain seperti *Adobe Photoshop CC*, dan *Adobe Photoshop Lightroom*, serta *software* pendukung lainnya.
7. Penelitian ini hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak pemasaran kemudian diserahkan untuk dijadikan sebagai bahan promosi pihak Kafe “Cats and Coffe” Yogyakarta.

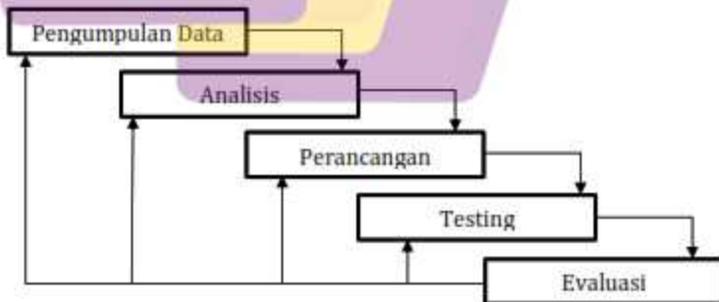
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan Tujuan yang ingin dicapai adalah :

1. Membuat dan merancang iklan televisi untuk pihak pemasaran kafe "Cats and Coffe" Yogyakarta.
2. Menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam perancangan iklan televisi Kafe "Cats and Coffe" Yogyakarta.
3. Memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang terdapat di Kafe "Cats and Coffe" Yogyakarta melalui iklan televisi tersebut.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini adalah model *Waterfall*. Alasan penulis menggunakan model ini karena model ini sangat terorganisir, setiap fase harus terselasaikan dengan lengkap sebelum melangkah fase berikutnya, sehingga tidak terfokus pada tahapan lainnya. Model *Waterfall* ini meliputi:



Gambar 1.1 Model *Waterfall*

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk metode Pengumpulan data yang digunakan penulis hanya menggunakan wawancara dan kuisoner saja.

1. Studi Pustaka

Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga/institusi. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

2. Wawancara

Melakukan wawancara kepada pihak Kafe Cats and Coffe Yogyakarta agar data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai kebutuhan dalam proses pembuatan iklan menggunakan *live shoot* dan *motion graphic* ini.

3. Observasi

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

4. Kuisoner

Kuisoner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuisoner kemudian dicatat/direkam.

1.5.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan analisis *SWOT*. *SWOT* itu sendiri merupakan singkatan dari *Strenght* (S), *Weaknes* (W), *Opportunities*(O), dan *Threats*(T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W).

1.5.3 Metode Perancangan

Penulis merancang *iklan* mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* agar tujuan *iklan* ini dapat tersampaikan sesuai dengan yang diharapkan.

1.5.4 Metode Testing

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian apakah video yang telah dibuat sesuai keinginan pihak pemasaran, serta apakah pesan dan isi yang disampaikan dalam video tersebut dapat dimengerti dan dipahami.

1.5.5 Metode Evaluasi

Evaluasi merupakan kegiatan yang membandingkan dengan kriteria dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat keberhasilannya. Dari evaluasi kemudian akan tersedia informasi mengenai sejauh mana

suatu kegiatan tertentu telah dicapai sehingga bisa diketahui bila terdapat selisih antara standar yang telah ditetapkan dengan hasil yang bisa dicapai.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan dalam berkembangnya teknologi periklanan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan metode pengumpulan data, seperti metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang pengertian multimedia, jenis media promosi, dan teknik apa saja yang dipakai dalam perancangan iklan televisi Kafe "Cats and Coffe" Yogyakarta.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan televisi pada Kafe "Cats and Coffe" Yogyakarta.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil perancangan iklan televisi pada Kafe "Cats and Coffe" Yogyakarta

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan.

