

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan banyaknya pesaing dibidang kuliner di Yogyakarta diperlukan strategi pemasaran dengan cara promosi untuk memberikan informasi yang menarik dan produknya dapat diterima masyarakat secara luas. Salah satunya dengan iklan, iklan memiliki peran yang cukup penting bagi sebuah perusahaan atau instansi karena dapat mempresentasikan produk perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen dengan lebih deskriptif. Selain itu, iklan juga bermanfaat sebagai sarana penawaran produk ataupun cara kerjanya secara detail. Video iklan merupakan marketing tool yang efektif karena mengandung kelima unsur multimedia yaitu teks, gambar, audio, video dan animasi. Penggabungan antara unsur-unsur multimedia itu pun telah banyak digunakan seperti penggabungan teknik live shoot dan motion graphic, dimana kedua teknik tersebut saling mengisi dalam menampilkan informasi. Teknik live shoot untuk menampilkan sesuatu yang bersifat nyata sedangkan teknik motion graphic memvisualkan sesuatu yang bersifat ilustrasi atau imajinatif.

Enak'e Moro Resto & Coffee merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kuliner yang memberikan suasana alam yang tenang menjadikan kenyamanan tersendiri bagi pelanggan yang mengunjungi Enak'e Moro Resto &

Coffee tersebut, dengan fasilitas yang diberikan cukup lengkap dengan pelayanan untuk memuaskan pelanggan.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Enak'e Moro Resto & Coffee, belum ada upaya promosi yang dilakukan. Banyaknya persaingan dalam bidang kuliner di Yogyakarta tentu saja hal ini dapat menghambat tercapainya kenaikan dalam tingkat penjualan.

Dengan menggunakan media promosi di Instagram diharapkan Enak'e Moro Resto & Coffee mampu menarik pelanggan dari dalam maupun luar kota Yogyakarta dan mampu bersaing dengan para pelaku usaha kuliner yang ada di Yogyakarta. Berdasarkan hal diatas penulis tertarik untuk membantu Enak'e Moro Resto & Coffee membuat iklan *Instagram* dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul : **"Perancangan Dan Pembuatan Iklan Pada Enak'e Moro Resto & Coffee dengan Teknik Liveshoot Dan Motion Graphics"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : **"Bagaimana merancang dan membuat iklan pada Enak'e Moro Resto & Coffee dengan Teknik Liveshoot dan Motion Graphics?"**.

1.3 Batasan Masalah

Agar Untuk pembahasan ini penulis menentukan batasan masalah dengan sebagai berikut:

1. Video iklan Enak'e Moro Resto & Coffee berdurasi 60 detik.

2. Video iklan akan di tayangkan melalui promosi di *social media Instagram*.
3. Obyek penelitian video iklan di Enak'e Moro Resto & Coffee.
4. Proses pengambilan gambar akan dilakukan dengan menerapkan teknik *live shoot*.
5. Tahap penelitian akan berakhir setelah pembuatan video iklan diserahkan kepada pihak Enak'e Moro Resto & Coffee.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Membuat video iklan *Instagram* di Enak'e Moro Resto & Coffee.
2. Mengenalkan Enak'e Moro Resto & Coffee ke masyarakat melalui media promosi berupa iklan di *Instagram*.
3. Memenuhi prasyarat skripsi jenjang Strata-I Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan informasi dan data yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan hasil yang di inginkan sesuai dengan tujuan, maka dalam pembuatan perancangan ini perlu adanya data yang benar , lengkap dan tentunya akurat. Untuk itu perlu di lakukan beberapa teknik dalam pengumpulan data agar tercapai tujuan tersebut sebagai berikut :

1.5.1.1 Metode Wawancara

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui wawancara atau secara lisan langsung dengan pihak terkait untuk mendapatkan data dan informasi tentang Enak'e Moro Resto & Coffee.

1.5.1.2 Metode Observasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke Enak'e Moro Resto & Coffee untuk mengamati dan menentukan point-point yang akan dijadikan pembuatan iklan.

1.5.1.3 Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

1.5.2 Metode Analisis Data

Menganalisis bagaimana membuat iklan *Instagram* yang berkualitas dan menarik sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui produk yang ditawarkan Enak'e Moro Resto & Coffee. Dengan menggunakan beberapa analisis yaitu:

1.5.2.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang

berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*.

1.5.2 Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti merancang video iklan ini melalui metode produksi sebagai berikut:

- a. Tahap Pengembangan, dalam pengembangan ini peneliti membuat *storyboard*, menyiapkan yang dibutuhkan dan menyiapkan tim untuk membantu kelancaran pengambilan gambar dalam video.
- b. Tahap Produksi, dalam tahap ini peneliti mulai dari pemilihan kamera dan alat bantu yang lain untuk menentukan alat pengambilan gambar agar sesuai kebutuhan yang di perlukan, perekam suara, pengaturan cahaya, dan melakukan syuting berupa pengambilan objek dalam bentuk video sesuai dengan *storyboard* yang telah di buat.
- c. Tahap Pasca Produksi, pada tahap ini di mulai peneliti dari penyusunan video, melakukan proses *editing*, pembuatan *motion graphic*, penambahan narasi dan *background*. Kemudian peneliti melakukan *rendering* secara keseluruhan.

1.5.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik live shoot dan motion graphic yang dapat diterapkan pada video iklan Enak'e Moro Resto & Coffee sehingga visualisasi informasi dapat dengan mudah dimengerti audien.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Enak'e Moro Resto & Coffee, perancangan iklan yang dibuat, gambaran umum tentang iklan, membahas apa saja yang dibutuhkan untuk membuat sebuah iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan Enak'e Moro Resto & Coffee dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

