

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Untuk mengangkat makanan khas di Indonesia dalam dunia bisnis kuliner banyak sekali terciptanya ide baru, terutama di kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota kulinernya Indonesia. Banyak sekali warung makan, restaurant, street food yang menarik berlomba-lomba memperkenalkan dan memasarkan produk dalam bentuk video iklan. Kekuatan utama iklan terletak pada Bahasa, gambar, serta ide yang kreatif.

Iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk dengan perkembangan teknologi saat ini, salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk, dan dalam memasarkan makanan gudeg ayam kampung mbak wiek dibutuhkan sebuah media promosi yang salah satunya dapat dibuat dengan iklan, gudeg ayam kampung mbak wiek selama ini sudah dikenal oleh sebagian masyarakat di daerah sekitar Ambarukmo Yogyakarta sebagai salah satu tempat makan yang menyediakan menu gudeg ayam kampung yang sangat khas dan enak yang merupakan salah satu makanan khas dari kota Yogyakarta, akan tetapi media promosi yang menerangkan tentang gudeg ayam kampung mbak wiek tersebut masih kurang.

Pengelola Gudeg Ayam Kampung Mbak Wiek saat ini belum memiliki video iklan yang berisikan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Sehingga butuh pihak lain yang dapat membuat iklan dengan menggunakan teknik tersebut. Video

iklan ini nantinya digunakan untuk memperkenalkan Gudeg Ayam Kampung Mbak Wiek kepada masyarakat umum. Dengan dibuatnya iklan Media Sosial via posting ini diharapkan dapat menjadi salah satu media promosi yang dapat membantu mendatangkan banyak pengunjung, karena Gudeg Ayam Kampung Mbak Wiek memiliki makanan khas dari Yogyakarta yang enak serta memberikan pelayanan yang ramah.

Tetapi di era kecanggihan teknologi saat ini tidak cukup jika hanya berbekal video dengan gaya yang umum dan kuno. Keunikan yang ada di dalam video yang nantinya sebagai nilai tambah dan dapat memberi citra baik bagi isi video, Salah satu keunikan video Gudeg Ayam Kampung Mbak Wiek mengangkat trend millennials saat ini dengan gaya teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*, dan juga teknik ini sangat populer dalam kalangan periklanan. sehingga peneliti sangat antusias membantu Gudeg Ayam Kampung Mbak Wiek untuk dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat. Dari latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul **“Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Gudeg Ayam Kampung Mbak Wiek Menggunakan Teknik *Live Shoot* Dan *Motion Graphic*”** Dalam meningkatkan pemasaran promosi Gudeg Ayam Kampung Mbak Wiek.

1.2 Rumusan Masalah

“Bagaimana perancangan dan pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sampai informasinya kepada penonton?”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu :

- a. Bagaimana membuat video makanan yang berisikan tentang informasi Gudeg Ayam Kampung Mbak Wiek
- b. Pembuatan dan perancangan video iklan via posting Media Sosial ini sebagai sarana untuk membantu mempromosikan Gudeg Ayam Kampung Mbak Wiek
- c. Perancangan video menyesuaikan dengan pembuatan pada storyboard.
- d. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi
- e. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*.
- f. Software yang digunakan :
 - Adobe After Effect 2021 untuk membuat pergerakan gambar menjadi Motion Graphic dan menambahkan special effect dalam video.
 - Adobe Premier Pro CC 2018 untuk mengedit video dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* di gabungkan menjadi satu dalam software ini.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Merancang dan membuat video iklan via posting Media Sosial menggunakan teknik live shoot dan motion graphic tentang informasi tentang makanan khas Yogyakarta.
- b. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komputer pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke Gudang Ayam Kampung Mbak Wiek untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang dilakukan penulis kepada pemilik Gudang Ayam Kampung Mbak Wiek secara langsung. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang

memberikan informasi yang akurat. Metode studi pustaka ini menggunakan acuan berupa buku yang relevan dengan proses penelitian sebagai tambahan referensi peneliti.

1.5.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka penulis menggunakan metode analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.5.3 Metode Perancangan

Tahapan ini merupakan penggambaran bagaimana iklan dibentuk, mulai tahap penentuan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan, serta pembuatan *storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan adalah tahapan dimana dilakukan pemeriksaan kembali hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan dan menentukan hasil untuk dapat melakukan tahap pasca produksi (*editing*).

1.5.5 Metode Testing

Metode *testing* adalah hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian. Yang dibagi tiap susunan bab dan keterangan untuk penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. Berikut adalah penyusunan bab dan keterangan singkatnya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan mengenai tinjauan umum dari objek, rincian biaya pembuatan iklan dan perancangan iklan (tahap pasca produksi).

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tahap produksi, tahap pasca produksi, dan pembahasan mengenai iklan yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan saran-saran atau masukan yang mungkin berguna di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulisan dalam penulisan.