

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Warung Tahu Walik Om Abe merupakan usaha menengah dan kecil yang bergerak dibidang kuliner. Tahu Walik Om Abe ini lebih fokus bergerak dibidang snack sehat dengan bahan baku ayam. Usaha ini berdiri pada tahun 2019 yang beralamat di Perum Soka Asri Permai Blok A-11 Rt 07 Rw 03 Purwomartani Kalasan Sleman Yogyakarta. [1]

Menurut pengelola Warung Tahu Walik Om Abe , saat ini pihaknya melakukan promosi dengan menyebarkan promosi usahanya lewat grup whatsapp. Namun penyebaran lewat grup whatsapp kurang efektif, pengelola Warung Tahu Walik ingin meningkatkan produktifitasnya sehingga dapat memperluas cakupan penjualan yang sekarang masih kesusahan memasarkan produknya. Untuk memperkenalkan Warung Tahu Walik Om Abe dan produknya tentu dibutuhkan suatu promosi yang menarik untuk masyarakat.[2]

Dari permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan adanya pembuatan media promosi video iklan dengan menggabungkan *Teknik live shoot* dan *Teknik motion graphic*. Melalui pengemasan visualisasi informasi dengan bentuk video iklan akan mampu menyampaikan informasi produk yang dihasilkan, sedangkan *Motion graphics* digunakan untuk memvisualkan sesuatu yang bersifat ilustrasi atau imajinatif, bisa seperti memberikan informasi lokasi dan keterangan produk tersebut. Menggunakan *motion graphic* untuk memudahkan masyarakat umum menerima informasi melalui gambar, video, dan suara .Kedua Teknik ini diharapkan dapat menyajikan visualisasi produk menggunakan gambar , video atau grafik suatu informasi secara sederhana tanpa mengurangi informasi yang ada, dengan dilengkapi narasi dan backsound agar lebih mudah diterima oleh audien.[3]

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengusulkan pembuatan video iklan dalam mendukung penyajian promosi dan informasi dengan menggunakan *Teknik*

live shoot dan Teknik motion graphic. Maka dari itu penulis mengambil judul "Pembuatan video iklan warung tahu walik om abe sebagai media promosi dan informasi"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut, "*Bagaimana membuat video iklan pada warung tahu walik Om Abe dengan Teknik live shoot dan motion graphics?*"

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah diatas, maka batasan yang dapat diambil yaitu:

1. Materi pembuatan video iklan ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi
2. Objek penelitian adalah Warung Tahu Walik Om Abe yang berada di Purwomartani, Kalasan, Sleman, Yogyakarta.
3. Media informasi berbasis multimedia 2D *motion graphic* dan *live shoot*.
4. Resolusi dari video ini adalah HD 1080p 30fps dengan *codex* H.264 dan berekstensi *.mp4.
5. Target durasi video iklan 1 sampai 3 menit.
6. Target penguji video iklan yaitu, Pemilik tahu walik dan praktisi multimedia.
7. Tahapan publikasi yaitu di Instagram, Facebook, dan Youtube.
8. Tahap penelitian berakhir sampai video diserahkan ke pihak Warung Tahu Walik Om Abe
9. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *Adobe Premiere Pro CC 2015* dan *Adobe After Effect CC 2015*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan Video Iklan adalah :

1. Untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh dari kegiatan perkuliahan dan sebagai persyaratan kelulusan jenjang strata satu di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Untuk mempromosikan dan mengenalkan kepada masyarakat umum tentang informasi produk tahu walik

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam pembuatan video iklan ini, manfaat yang ingin dicapai adalah :

1. Mendapatkan gelar sarjana computer di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Dengan dibuatnya video iklan Warung Tahu Walik Om Abe menggunakan live shoot dan motion graphic ini sebagai sarana tambahan informasi agar dapat membantu dalam mempromosikan produknya.
3. Membantu masyarakat umum untuk memberikan informasi Warung Tahu Walik Om Abe.

1.6 Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data-data dan informasi yang didapatkan agar menjadi lebih akurat dalam pembuatan laporan mengenai pembuatan video iklan ini, adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara
Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan pemilik dari Warung Tahu walik Om Abe.
2. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari berbagai buku referensi yang berkaitan dengan penelitian.

3. Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti untuk memperoleh data data yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian.

4. Metode Literatur

Pengambilan data dengan menggunakan literatur yang bias dipakai, seperti memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan mengunjungi situs-situs web yang berhubungan dengan pembuatan video iklan dengan Teknik-teknik yang dipakai.

5. Metode kuesioner

Pengumpulan data melalui penyebaran sekumpulan pertanyaan kepada responden, yang butir-butir pertanyaannya berhubungan dengan masalah penelitian dan mempunyai makna, guna menguji hipotesis.

1.6.2 Analisa Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi. Tidak hanya itu, untuk menunjang media yang akan dibuat, penulis juga menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional serta uji kelayakan.

1.6.3 Metode Perancangan

Merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan.

1. Pra Produksi (Tema, Naskah, dan *storyboard*)
2. Produksi (Pengambilan Gambar, Pembuatan Aset)
3. Pasca Produksi (*Compositing, Editing, Rendering*)

1.6.4 Evaluasi

Pada tahapan ini system diimplementasikan secara keseluruhan sebagai akhir pembangunan perangkat lunak atau menerapkan uji coba pada objek.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan satu dengan yang lain. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I : Pedahuluan

Menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan dan manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan

2. BAB II : Landasan Teori

Bab ini akan membahas dasar teori tentang definisi motion graphic dan live shoot, perangkat lunak yang digunakan, serta alat yang digunakan dalam proses pembuatan video iklan tersebut.

3. BAB III : Analisis dan perancangan

Bab ini membahas Mengen ai analisis dan perancangan, mulai dari masalah pencarian ide, tema, logline, karakter, desain, dan pembuatan Storyboard

4. BAB IV : Implementasi dan Pembahasan

Memberikan penjelasan mengenai proses pembuatan video iklan tersebut meliputi produksi dan pasca produksi seperti pengambilan gambar dengan kamera DSLR, membuat gambar menggunakan software pendukung, pemberian transtition, animation effect, composition, hingga finishing berupa rendering.

5. BAB V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan laporan tugas akhir yang dibuat serta saran-saran yang diberikan penulis pada pembuatan video iklan

6. Daftar Pustaka

Berisi mengenai referensi- referensi yang digunakan dalam proses pembuatan video iklan

7. Lampiran

