

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi semakin berkembang. Kebutuhan akan informasi yang cepat sangat dibutuhkan. Video dapat menjadi salah satu sumber informasi, dengan video sebuah informasi akan mudah dipahami karena video dapat menghasilkan gambar sekaligus suara dalam waktu bersamaan. Iklan berbasis video dapat menyampaikan informasi dengan cepat saat ini kepada masyarakat. Iklan digunakan untuk memperkenalkan produk yang dijual dalam sebuah perusahaan, pembuatan iklan berbasis video dapat menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

Live shoot digunakan untuk mengambil gambar secara langsung pada lokasi objek sehingga seseorang lebih mudah mendapatkan gambar atau video yang sesuai dengan kejadian sebenar – benarnya yang terjadi dilokasi pengambilan gambar [1]. Teknik *live shoot* dapat dipadukan dengan *motion graphic*. *Motion graphic* mampu menampilkan suatu benda yang tidak mampu diwujudkan dengan media rekam [2]. Penggunaan *motion graphic* juga agar informasi yang diberikan lebih menarik, jelas dan mudah diterima.

Resto Bukit Cubung merupakan salah satu unit usaha baru yang dimiliki oleh Badan Usaha Milik Desa Binangun Jati Unggul. Resto Bukit Cubung berlokasi di Jl.Lendah Utara, Botokan, Jatirejo, Lendah, Kulon Progo. Resto Bukit Cubung resmi dibuka pada tanggal 1 Desember 2020. Resto Bukit Cubung menawarkan aneka menu makanan dan minuman selain itu juga menyediakan tempat untuk menyelenggarakan *event* di *indoor* maupun *outdoor*. Resto Bukit Cubung berdiri kurang lebih baru dua tahun maka belum banyak informasi tentang Resto Bukit Cubung dan tidak bisa dipungkiri, usaha kuliner seperti Resto Bukit Cubung semakin hari semakin banyak bermunculan mulai dari kota besar hingga ke daerah kecil sehingga iklan sangat dibutuhkan agar usaha tersebut tetap dapat bersaing dan dikenal oleh banyak orang. Selama ini Resto Bukit Cubung menggunakan akun media sosial instagram dengan cara mengunggah foto-foto seperti menu makanan, suasana dan fasilitas yang ada sebagai iklan namun dengan cara tersebut dirasakan

masih kurang, karena belum cukup memberikan informasi tentang Resto Bukit Cubung. Oleh karena itu Resto Bukit Cubung perlu adanya video iklan untuk lebih memperkenalkan usaha kuliner tersebut kepada masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas penulis menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam pembuatan video iklan. Dengan adanya penelitian ini yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* Pada Resto Bukit Cubung” diharapkan dapat digunakan sebagai media iklan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

“Bagaimana merancang dan membuat video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada Resto Bukit Cubung ?”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka batasan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Objek penelitian pembuatan video iklan ini adalah Resto Bukit Cubung
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah *live shoot* dan *motion graphic*.
3. Membuat sebuah video iklan dengan durasi 60 detik.
4. Penelitian hanya sebatas pembuatan iklan.
5. Pembuatan video iklan ini menggunakan *software Adobe after effect CC 2018, Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe Photoshop CC 2018, Adobe Audition CC 2018, dan Adobe Illustrator CC 2018.*
6. Publikasi video iklan akan di upload di akun instagram Resto Bukit Cubung.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Membuat video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada Resto Bukit Cubung.
2. Sebagai syarat kelulusan untuk mendapat gelar sarjana di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Resto Bukit Cubung
Dengan adanya video iklan tersebut diharapkan Resto Bukit Cubung dapat lebih dikenal oleh masyarakat.
2. Bagi Penulis
Menambah wawasan peneliti mengenai proses atau tahapan dalam membuat video iklan dengan menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
3. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian selanjutnya dalam pembuatan video iklan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah langkah yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data. Adapun beberapa metode yang digunakan sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan video iklan ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara
Metode wawancara merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada Direktur Badan Usaha Milik Desa

Binangun Jati Unggul selaku pengelola Resto Bukit Cubung yang bertujuan untuk mendapatkan informasi maupun data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Metode Observasi

Metode observasi merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian yaitu Resto Bukit Cubung.

3. Metode Studi Literatur

Metode studi literatur merupakan suatu teknik pengumpulan data berdasarkan referensi, buku-buku, jurnal, artikel dan laporan penelitian serta memanfaatkan fasilitas internet dengan tujuan memperoleh data dan dasar teori untuk melengkapi dalam penyusunan laporan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode untuk mengevaluasi atau mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh untuk mencapai tujuan perusahaan berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal. Analisis SWOT memiliki empat unsur utama, yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman).

1.6.3 Metode Pengembangan

Metode yang digunakan dalam proses pembuatan video iklan ini melewati beberapa tahapan, yaitu meliputi tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Berdasarkan metode yang digunakan dalam penyusunan laporan ini maka dapat dirumuskan sistematika penyusunan agar menjadi terstruktur. Adapun sistematika penyusunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematik penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang tinjauan pustaka membahas tentang teori-teori yang berkaitan, digunakan sebagai dasar penelitian dan menjadi rujukan dalam merancang dan membuat sebuah video iklan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian tahapan penelitian, diskripsi singkat tentang Resto Bukit Cubung, analisis kebutuhan dan tahapan pra produksi yang meliputi ide cerita, naskah dan storyboard.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang tahapan produksi dan pasca produksi dalam pembuatan video iklan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang merupakan bagian akhir dari penulisan hasil penelitian.