

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jejamuran adalah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Lokasi Jejamuran berada di Jalan Pramuka No. 58, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jejamuran menyediakan makanan dan minuman yang terbuat dari berbagai macam jamur yang budidaya sendiri oleh Jejamuran. Dalam memperkenalkan Jejamuran sampai saat ini mengandalkan media sosial Instagram dan Facebook. Mempublikasikan profil merupakan hal yang berpengaruh terhadap reputasi perusahaan untuk bisa dikenal di seluruh kota besar.

Salah satu bentuk publikasi profil yang sering digunakan pada saat ini adalah dalam bentuk multimedia. Perkembangan tentang multimedia sangat pesat dan digunakan dalam bisnis apapun. Dengan adanya multimedia, sesuatu menjadi lebih menarik. Contohnya multimedia dalam periklanan. Periklanan menggunakan multimedia dapat berupa gambar, video, suara, teks, dan animasi. Menggunakan video dalam periklanan membuat suatu iklan lebih menarik dan dapat menyampaikan pesan yang lebih jelas. Pada saat ini Jejamuran hanya mengunggah foto di profil Instagram Jejamuran. Foto yang di upload hanya dapat menampilkan gambar makanan serta *caption* nama makanan. Untuk itu Jejamuran ingin mengunggah video iklan sebagai sarana informasi yang baru agar dapat menunjukkan suasana serta fasilitas yang ada dengan jelas. Di dalam video iklan yang akan dibuat, saya ingin menggunakan teknik *slow motion*, *time lapse*, dan *motion graphic* dikarenakan fungsi masing-masing teknik dapat digunakan untuk

membuat video iklan yang menarik dan informatif. Kegunaan *slow motion* adalah untuk memperlambat gerakan suatu objek dalam video agar pesan yang ingin disampaikan lebih jelas, seperti saat pelayan melayani pengunjung. Gerak pelayan di perlambat sehingga ekspresi dan pesan yang ada dalam gerakan pelayan disampaikan dengan jelas. Kegunaan *Time Lapse* adalah mempersingkat video yang berdurasi panjang yang berisi suatu kejadian yang berlangsung cukup lama sehingga video menjadi lebih singkat serta pesan yang disampaikan lebih jelas, seperti saat pengunjung berdatangan hingga selesai yang menunjukkan bahwa rumah makan memiliki banyak pengunjung. Kegunaan *Motion Graphic* adalah menyampaikan pesan dalam bentuk teks dan gambar sehingga membuat video lebih menarik, seperti menampilkan menu makanan serta deskripsi dari makanan.

Berdasarkan latar belakang di atas, saya pun sangat tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut untuk dilakukan penelitian dengan judul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi pada Jejamuran Menggunakan Teknik Slow Motion, Time Lapse, dan Motion Graphic".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil pemikiran dan uraian latar belakang, dapat dirumuskan permasalahannya yaitu:

Bagaimana merancang dan membuat iklan sebagai media promosi pada Jejamuran menggunakan teknik Slow Motion, Time Lapse, dan Motion Graphic?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyelesaian iklan ini terdapat beberapa batasan masalah dalam merancang dan membuat iklan Jejamuran. Batasan – batasan masalah pada penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Pegambilan video iklan menggunakan teknik Slow Motion, Time Lapse, dan Motion Graphic.
2. Iklan berisi tentang informasi Jejamuran dan produk yang mereka jual.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Adobe After Effects CC 2015, Adobe Premiere Pro CC 2015, Adobe Audition CC 2015, Adobe Illustrator CC 2015.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah Merancang dan Membuat Iklan Sebagai Media Promosi pada Jejamuran Menggunakan Teknik Slow Motion, Time Lapse, dan Motion Graphic.

Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan iklan dengan menggunakan teknik *slow motion*, *time lapse*, dan *motion graphic* sehingga video iklan Jejamuran dapat menyampaikan pesan secara jelas tentang Jejamuran, pelayanan yang ada serta fasilitas yang tersedia.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Jejamuran

Sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dapat diperoleh yaitu sebagai berikut :

- a. Jejamuran mendapatkan konten video.

- b. Mempunyai suatu sarana publikasi yang dapat digunakan sebagai sumber informasi oleh Jejamuran.

1.5.2 Bagi Peneliti

- a. Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer (S. Kom).
- b. Menambah pengalaman dalam dunia pekerjaan.
- c. Menambah wawasan dan kemampuan berfikir peneliti.
- d. Menambah relasi dalam kehidupan peneliti untuk masa depan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Sebagai usaha dalam memperoleh informasi yang akurat, peneliti melakukan pengamatan langsung di Jejamuran yang meliputi melihat situasi dan nuansa rumah makan serta melihat proses masak.

2. Metode Wawancara

Peneliti mengadakan tanya jawab dengan pimpinan Jejamuran untuk mendapatkan data yang akurat tentang konsep dan ciri khas Jejamuran.

3. Metode Studi Pustaka

Penulis menggunakan metode studi pustaka untuk mendapatkan informasi tambahan atau konsep teoritis menggunakan buku, majalah, atau situs web yang terpercaya sebagai referensi.

1.6.2 Metode Perancangan

Perancangan video iklan menggunakan standar produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah sebagai berikut :

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.6.3 Metode Pengembangan

Produksi mulai dari pembuatan Ide Cerita, Tema hingga Rancangan Storyboard yang kemudian akan di aplikasikan ke bentuk video.

1.6.4 Metode Evaluasi

Peneliti melakukan evaluasi terhadap hasil video iklan dengan melakukan penayangan di media online sehingga mendapatkan hasil respon yang maksimal.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu seagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di dalam bab berikutnya berisi tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan iklan dan langkah pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini adalah gambaran dari Jejamuran serta menjelaskan tentang pembuatan iklan dan manfaat yang diperoleh dari iklan serta gambaran proses penelitian mulai dari pengumpulan data hingga pembuatan iklan tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang proses pembuatan iklan yang akan dibuat hingga hasil yang dicapai setelah pembuatan iklan tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dibuat, baik dari segi teknik pengambilan gambar dan teknik yang digunakan untuk membuat efek pada video sehingga dapat dijadikan bahan peninjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi – referensi yang telah dipakai sebagai acuan dalam penyelesaian skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis.