

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berkembangnya kegiatan perekonomian saat ini menyebabkan banyak produk baru serta layanan jasa bermunculan. Di satu sisi, konsumen akan dibuat senang dengan semakin bervariasinya produk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan, namun di sisi lain konsumen tentu akan semakin bingung memilih produk yang akan dikonsumsi. Di saat konsumen bingung inilah para produsen berlomba-lomba merebut perhatian konsumen dengan menginformasikan dan menawarkan produk mereka agar menjadi pemenang dalam pasar persaingan. Di sinilah iklan hadir dalam rangka memenangkan persaingan menghadapi dominasi pesaing dalam memperebutkan konsumen.[1]

Iklan menjadi salah satu sarana bagi perusahaan untuk mempromosikan produknya untuk dapat tetap bertahan bahkan berkembang di tengah persaingan dengan para kompetitor. Sebagian besar perusahaan di berbagai bidang mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkannya melalui iklan.[2].

Iklan melalui media sosial yang saat ini sedang trend merupakan cara yang efektif bagi para pebisnis untuk memperkenalkan produknya dengan cara mudah dan murah.[3]. Video iklan merupakan pesan-pesan penjualan persuasif yang diarahkan pada calon pembeli potensial atas produk atau jasa tertentu dalam bentuk audio visual.[4].

Lonak ricebox adalah usaha kuliner berupa nasi kotak yang menyediakan berbagai macam varian menu, Lonak.id dalam mempromosikan riceboxnya menggunakan sosial media instagram menyadari hal itu maka perlu adanya promosi yang lebih menarik, lebih inovatif berupa video iklan.



**Gambar 1.1 Akun Instagram Lonak Ricebox Sebagai Sarana Iklan**

(Sumber : <https://www.instagram.com/lonak.id/> )

Dalam pembuatan video iklan pada Lonak Ricebox menggunakan Teknik *Live shoot* yang membantu mempresentasikan produk Lonak ricebox yang berupa nasi kotak yang berisi varian menu serta mampu menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut, selain menggunakan *Live shoot*, penggunaan *Motion Graphic* serta *Motion Tracking* untuk memvisualisasikan logo dan varian menu di Lonak Ricebox, dengan video iklan maka akan mudah menjangkau jaringan yang luas dimasyarakat tentang produk tersebut. Berdasarkan uraian diatas, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan pada Lonak Ricebox”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan yaitu “Bagaimana membuat video iklan Lonak ricebox dengan menerapkan *Liveshoot, Motion graphic dan Motion Tracking?*”

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk mempersempit dan memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan agar mempermudah penelitian, meliputi:

1. Iklan Lonak Ricebox dengan durasi 1 menit
2. Obyek penelitian dilakukan ditempat produksi lonak ricebox
3. Lokasi take Video produk dilakukan distudio
4. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini yaitu Adobe Premiere 2017, Adode After Effects 2017, Adobe illustrator 2017.
5. Kualitas Video menggunakan Full HD 1920 X 1080p
6. Menerapkan Motion Graphic dan Motion Tracking
7. Format video menggunakan .MP4
8. Iklan ditayangkan melalui Instagram
9. Fokus Pada Produk Lonak Ricebox
10. Penelitian ini hanya sampai pada proses implementasi dan evaluasi serta tidak membahas feedback atau dampak dari masyarakat seperti menambah marketing dan nilai jual.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Memenuhi syarat untuk menyelesaikan program Strata I Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membantu meningkatkan marketing Lonak Ricebox agar lebih dikenal Masyarakat.
3. Membantu Lonak Ricebox bersaing dengan competitor dan masyarakat.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun Manfaat dari disusunnya Skripsi ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Bagi Penulis**

Menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan Aplikasi Adobe After Effect, Adobe Premiere.

##### **2. Bagi Mahasiswa**

Diharapkan dapat memberi wawasan pengetahuan serta referensi bagi mahasiswa amikom Yogyakarta dalam pembuatan Video Iklan.

##### **3. Bagi Lonak Ricebox**

Dapat Membantu meningkatkan marketing Lonak Ricebox agar lebih dikenal Masyarakat.

##### **4. Bagi Masyarakat Luas**

Dapat mengenal dan membeli produk Lonak Ricebox.

## 1.6 Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan sesuatu yang berusaha membahas konsep teoristik berbagai metode, kelebihan dan kelemahan-kelemahannya yang dalam karya ilmiah dilanjutkan dengan pemilihan metode yang akan digunakan.[5].

Pada Penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian, maka pembuatan video iklan ini membutuhkan data yang benar serta akurat, Maka metode yang akan digunakan diantaranya :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode pengumpulan data diantara lain :

#### 1. Metode Wawancara

Penelitian-penelitian survai (*survey research*) banyak mempergunakan wawancara sebagai teknik Pengumpulan data, wawancara merupakan suatu cara untuk mendapatkan informasi tentang sesuatu dengan cara bertanya langsung kepada informan[6].

Pada metode ini penulis melakukan wawancara secara langsung kepada bapak Aditya bermadi selaku pemilik usaha pihak lonak ricebox

Melakukan Wawancara secara langsung agar mendapat data yang akurat dan tepat.



## 2. Metode Observasi

Pada Metode ini penulis melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk penelitian, dengan cara langsung melakukan pengamatan ke obyek penelitian di lonak ricebox.

Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrument.[7]

## 3. Metode Literatur

Dimana peneliti melakukan pengumpulan data melalui internet,jurnal,skripsi dan buku sebagai bahan referensi untuk mendapatkan panduan yang sesuai permasalahan obyek dalam melakukan perancangan video iklan.

Untuk mendukung ide yang kita dapatkan, kita mesti mencari literatur yang terkait dengan ide. Baik berupa buku, artikel, majalah, jurnal, dan lain sebagainya.[8].

## 1.6.2 Metode Analisis

### 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang berbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). [9]

### 2. Analisis Kebutuhan Fungsional

Pada kebutuhan fungsional ini akan berisi informasi-informasi serta proses apa saja yang akan dilakukan sistem. [10]

### 3. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Kebutuhan non fungsional disini meliputi hardware, software, dan brainware serta peralatan yang dibutuhkan saat tahap produksi dan pasca produksi. [10]

### 1.6.3 Metode Perancangan

Dalam proses pembuatan video ada beberapa tahapan yang harus penulis lakukan, mulai pra produksi hingga pasca produksi

[11]

a. Tahapan Pra-produksi.

Pra Produksi merupakan tahap persiapan pembuatan video

meliputi :

1. Ide Cerita
2. Naskah
3. *Storyboard*

b. Tahapan Produksi.

Kegiatan dalam proses produksi meliputi :

1. Pengambilan gambar
2. Pembuatan motion graphic

c. Tahapan Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahapan akhir dari keseluruhan proses pembuatan video, pasca produksi meliputi :

1. *Editing*
2. *Rendering*



#### 1.6.4 Metode Pengujian

Pengujian harus dilakukan untuk memastikan bahwa perangkat lunak multimedia yang dikembangkan sudah sesuai dengan tujuannya, sesuai dengan platform pengiriman yang ditentukan, serta sesuai dengan keperluan klien atau pengguna akhir. [12]

Vaughan (2004) memberikan dua tingkat pengujian, yaitu *Alpha* dan *Beta*. Pengujian *Alpha* merupakan pengujian awal yang digunakan untuk menguji segala aspek produksi sehingga kesalahan atau ketidakpastian desain produk atau sistem navigasi yang ada terlihat. [12]

Pada metode pengujian ini peneliti menggunakan *Alpha* dan *Beta Testing* terhadap proyek yang dilakukan secara minor sebelum proyek di terapkan.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan pada penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjabarkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab landasan teori ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, menampilkan teori definisi multimedia, definisi iklan, tahapan

pembuatan/perancangan video iklan, serta pengertian teknik live shoot, motion grafis dan motion tracking.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat serta kebutuhan yang diperlukan dalam pembuatan iklan pada lonak ricebox

### **BAB IV IMPELEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan lebih rinci hasil dan proses pembuatan video iklan pada lonak rice box pada saat proses produksi video iklan dan proses pasca produksi.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bagian penutup berisikan kesimpulan, saran serta daftar pustaka dari hasil pembuatan video iklan yang sudah dilakukan sehingga dapat diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi obyek penelitian