

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada perkembangan teknologi yang semakin canggih di zaman modern ini banyak cara untuk membuat media promosi pada sebuah perusahaan sehingga mampu mencapai suatu target dalam meningkatkan daya tarik penjualan dan produk. Salah satunya adalah dengan media periklanan video. Video pada saat ini mampu memberi solusi dalam dunia periklanan dan tidak jarang media promosi menggunakan video ini lebih banyak menarik perhatian *viewer* atau calon konsumen. Didalam video iklan yang saya buat ini akan ada perbedaan dengan iklan-iklan video lainnya karena di dalamnya diberi *Color Grading*, atau *Color Corection*, *efek blur* dan *crop* yang dimana akan membuat iklan ini lebih menarik dan maksud dari iklan lebih mudah tersampaikan

Restaurant Sambal Cowek dalam hal ini sebagai objek penelitian, merupakan rumah produksi yang berdiri di Yogyakarta sejak tahun 2016 yang menyediakan berbagai jenis menu sambel dan seafood, sampai saat ini dalam memperkenalkan produk Sambal Cowek mereka masih mengandalkan relasi dari pergaulan, pertemanan dan pembuatan akun resmi di sosial media seperti facebook, dan instagram.

Setelah dikaji ulang, media yang digunakan oleh Rumah Makan Sambel Cowek sebagai media promosi, di media promosi sebelumnya belum memberikan informasi yang jelas terhadap item - item yang dimiliki oleh sebuah produk serta

keunikan yang dihidangkan dalam sebuah menu produk. Permasalahannya adalah rumah makan Sambel Cowek hanya memanfaatkan dua elemen multimedia yaitu elemen teks dan gambar, dari lima elemen multimedia, yang terdiri dari elemen teks, gambar, video, audio, dan animasi.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan elemen video dengan kombinasi teknik *motion graphic* dan *live shoot* sebagai kebutuhan informatika dan sebagai sarana yang akan dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi pemasaran. Pemilihan media promosi iklan berbentuk video ini dibuat karena video mampu menjadi sebuah media yang dapat mengkomunikasikan ide, pesan, dan atau citra melalui kombinasi elemen penglihatan, suara, dan gerakan yang diharapkan dapat mempengaruhi minat penonton untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan.

Alasan pemilihan *motion graphic* sebagai teknik yang cocok untuk iklan media promosi karena biaya pembuatannya yang terjangkau oleh perusahaan rintisan serta memiliki kelebihan lain yaitu tampilannya yang menarik sehingga membuat calon konsumen tertarik akan produk yang ditayangkan. Selain itu, yang menjadi keunggulan *motion graphic* sebagai iklan media promosi adalah pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan, tidak hanya dalam bentuk audio saja, tetapi dapat berupa audio visual, yang kemudian dikombinasikan dengan teknik *live shoot*. Pemilihan kombinasi dengan teknik *live shoot* karena dengan teknik ini mampu menciptakan suatu adegan dramatik yang mampu membuat penonton menjadi terhanyut dalam setiap *framing* video.

Hasil akhir dari pembuatan media promosi produk Sambal Cowek akan ditayangkan melalui sosial media Instagram dan hasil akhir pembuatan iklan media

promosi berupa video dengan format .Mp4, durasi 01;47 detik, dengan resolusi 1280x720 px agar mendapatkan kualitas video *widescreen* terbaik untuk penayangan di instagram.

Berdasarkan peninjauan tersebut, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “Perancangan Iklan *Rumah Makan Sambel Cowek* Seturan dengan Menggunakan Teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis merumuskan masalah yang akan diselesaikan yaitu : “*Bagaimana Membuat Iklan Media Promosi Produk Sambal Cowek Menggunakan Teknik Motion Graphic dan Live Shoot?*”

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang diberikan pada penelitian ini yaitu :

1. Video Iklan produk Rumah makan Sambel Cowek berdurasi kurang lebih 1 menit.
2. Lingkup penelitian dilaksanakan di Rumah makan Sambel Cowek
3. Teknik yang digunakan adalah *Motion graphic* dan *Live shoot*.
4. Sasaran promosi pada media sosial instagram.
5. Dikemas dengan format *file* video .Mp4 dengan ukuran 1280x720 *pixels*.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

Meningkatkan metode promosi dengan memaksimalkan penggunaan 5 elemen multimedia. Membuat iklan media promosi Rumah Makan *Sambel Cowek* dalam bentuk video. Menerapkan teknik *motion graphic* dan *live shoot* dalam pembuatan video iklan Rumah Makan *Sambel Cowek*.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukan penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi penulis :

- a. Menambah pengalaman dalam pembuatan video promosi dengan teknik *motion graphic* dan *live shoot*.
- b. Dapat menyusun skripsi sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

2. Manfaat bagi objek penelitian :

- a. Dengan dibuatnya iklan promosi ini, diharapkan dapat meningkatkan hasil dari penjualan Rumah Makan *Sambel Cowek*.
- b. Mempunyai sarana publikasi dan edukasi mengenai proses pembuatan produk *Sambel Cowek* dalam bentuk video.

1.6. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, penentuan focus lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi social (lapangan) yang mendeskripsikan objek penelitian secara rinci dan mendalam dengan tujuan mengembangkan konsep atau pemahaman dari suatu gejala.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian, metode yang digunakan adalah:

1.6.1.1. Metode Pengamatan Langsung (Observasi)

Merupakan metode pengumpulan data dengan datang melakukan pengamatan secara langsung pada Rumah Makan Sambal Cowek pada tanggal 3 April september 2021 terkait media promosi yang telah digunakan selama ini serta untuk mendapat data-data lain yang dibutuhkan pada objek penelitian.

1.6.1.2. Metode Wawancara (Interview)

Merupakan metode pengumpulan data yang dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan Manajer Sambal Cowek Iwan pada tanggal 3 April 2021 untuk memperoleh data terkait objek penelitian dan masalah yang terjadi pada objek penelitian.

1.6.2. Metode Pengembangan Multimedia Development Life Cycle (MDLC)

Metode yang digunakan untuk pengembangan multimedia adalah metode

Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Pengembangan metode multimedia ini dilakukan berdasarkan enam tahap, yaitu *concept* (pembuatan konsep), *design* (perancangan), *material collecting* (pengumpulan bahan), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (pendistribusian).

1.6.3. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT yang digunakan untuk menggambarkan, mengevaluasi suatu masalah baik dari faktor internal maupun faktor eksternal dengan mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari masalah yang timbul pada suatu perusahaan. Analisis ini didasarkan pada 4 strategi matriks yaitu matriks SO (*Strengths, Opportunities*), ST (*Strengths, Threats*), WO (*Weaknesses, Opportunities*), WT (*Weaknesses, Threats*) yang bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang dimiliki perusahaan, namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada.

1.6.4. Metode Testing

Metode testing yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengujian Alpha untuk memeriksa kesesuaian antara analisis dan desain dengan *video* yang dihasilkan, dan pengujian beta yang dilakukan dengan cara memberikan kuesioner untuk mendapat penilaian dan saran dari responden.

1.7. Sistematika Penulisan

Berdasarkan panduan penulisan skripsi Universitas Amikom Yogyakarta, maka sistematika penulisan dalam laporan penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, dan sistematika penulisan dalam penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan teori yang mendeskripsikan pengertian, dan jenis-jenis multimedia, definisi promosi, pengertian dari teknik *motion graphic* dan *live shoot*, pengertian instagram *ads*, dan penjelasan skala likert.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, analisis, serta perancangan terhadap video promosi yang akan dibuat termasuk langkah-langkah pembuatan video promosi meliputi rancangan konsep, rancangan naskah, dan rancangan *storyboard*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan implementasi dari hasil analisis dan perancangan dalam pembuatan media promosi produk Restaurant Sambel Cowek menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*, meliputi tahapan produksi, tahapan pasca produksi, dan evaluasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang pokok-pokok kesimpulan dan saran-saran yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan laporan penelitian.