

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini telah dimanfaatkan dalam berbagai macam media, salah satunya adalah penggunaan internet sebagai media pemasaran online. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survey tentang jumlah pengguna internet yang kian meningkat dari tahun ke tahun. Survey ini menunjukkan peningkatan pada tahun 2017 jumlah pengguna internet menyentuh angka 143,26 juta pengguna.[1]

Beberapa perusahaan besar di Indonesia mulai melirik sosial media sebagai lahan untuk beriklan di media digital. Letravail.idn sampai saat ini hanya mengandalkan promosi dalam bentuk foto yang diunggah ke media sosial instagram. Dampaknya calon konsumen kurang mengetahui produk karena media promosi melalui foto tidak menampilkan cara pembuatan kopi unggulan dari Letravail.idn. Namun setelah melakukan riset lebih dalam terhadap Letravail.idn peneliti ingin membantu dalam bidang promosi menggunakan video yang akan digunakan untuk mengunggulkan produk menggunakan beberapa teknik seperti *live shoot*, *motion graphic*, dan *B-Roll*. Penggunaan teknik tersebut akan mempermudah peneliti untuk mengolah hasil akhir berupa video.

Berdasarkan majalah *Motion by Design*, *Motion graphic* merupakan salah satu media atau salah satu sub dari ilmu desain grafis yang banyak digunakan dalam periklanan (*TVC*), film berupa *title sequence*, opening atau promo program TV,

ataupun stasiun TV dan ada juga digunakan untuk *video clip music*, atau profil perusahaan. [2]

Dalam mengembangkan bisnisnya, Letravail.idn juga melakukan promosi seperti perusahaan lainnya. Tahapan promosi yang dilakukan Letravail.idn masih bersifat manual, seperti memposting foto di media sosial. Berikut adalah contoh media sosial dari Letravail.idn yang dapat dilihat pada Gambar 1.1



**Gambar 1.1** Tampilan Sosial Media Letravail.idn

Media yang ada saat ini dirasa sudah cukup, akan tetapi ada beberapa keunggulan dari restoran ini yang tidak bisa ditampilkan melalui media cetak maupun gambar, seperti proses pengolahan menu andalan Letravail.idn hingga proses penyajiannya.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan membuat dan merancang sebuah video iklan yang dapat dijadikan sebagai penunjang promosi saat ini dengan melibatkan unsur Multimedia yang lain yaitu suara dan video. Unsur-unsur tersebut mampu memvisualisasi dan mengilustrasikan keunggulan-

keunggulan produk di Letravail.idn. Dari uraian diatas, penulis mencoba merancang dan membuat video iklan menggunakan teknik *live shoot*, *b - roll* dan *motion graphic* untuk media promosi produk di Letravail.idn. Perancangan ini diharapkan menjadi solusi untuk promosi dan informasi tentang pembuatan minuman yaitu *coffee*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis mencoba merumuskan masalah “Bagaimana Membuat Pembuatan Video Iklan Pada Letravail.idn Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik *Live Shoot*, *B - Roll* dan *Motion Graphic*?”.

## 1.3 Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam Pembuatan Video Iklan Pada Letravail.idn Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik *Live Shoot*, *B - Roll* dan *Motion Graphic* ini adalah sebagai berikut:

1. Materi video promosi pada Letravail.idn ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi produk.
2. Objek penelitian video media promosi ini adalah Letravail.idn.
3. Video promosi ini akan ditayangkan pada sosial media Letravail.idn seperti YouTube.
4. Target durasi dari video ini kurang lebih 1 menit.
5. Resolusi dari video ini adalah HD 1080p 60fps dengan *codec* H.264 dan berekstensi *\*.mp4*.

6. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.
7. Penguji dari hasil penelitian ini adalah pengunjung Letravail.idn, dan praktisi Multimedia.
8. Tahap penelitian berakhir sampai video diserahkan ke pihak Letravail.idn.
9. Software yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *Adobe Premiere Pro CC 2020* dan *Adobe After Effects CC 2020*.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah media baru dalam promosi dan pemasaran, akan tetapi adapun tujuan yang lain adalah:

1. Membuat video promosi yang menjelaskan visi dan misi perusahaan.
2. Membantu memvisualisasikan mekanisme dalam menyajikan menu minuman, detail minuman, proses pembuatan produk minuman, dan lain sebagainya yang ada pada Letravail.idn.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1.5.1 Bagi Pihak Objek**

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sarana media promosi bagi Letravail.idn.
2. Membantu menyumbang sebuah media promosi yang diharapkan dapat membantu memvisualisasikan informasi tentang perusahaan kepada konsumen.

### 1.5.2 Bagi Peneliti

1. Memenuhi persyaratan kurikulum jenjang S1 Universitas Amikom Yogyakarta
2. Menerapkan ilmu bidang multimedia yang didapat selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

### 1.6 Metode Penelitian

Sebagai penunjang keakuratan dalam melakukan penelitian ini, maka penulis mengambil beberapa metode yaitu:

#### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak pemilik usaha, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

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 bisa dipakai, seperti memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan

mengunjungi situs-situs web yang berhubungan dengan pembuatan video iklan dan 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 Analisis

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. [1] 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

Metode perancangan video iklan produk ini akan dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia, yaitu: [5]

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

#### **1.6.4 Evaluasi**

Dalam tahap evaluasi dilakukan pengujian informasi. Apabila ada kesalahan, media akan dibenarkan dan di betulkan. Pada tahap evaluasi ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan informasi serta teknik yang dapat diterapkan pada video iklan Letravail.idn, sehingga visualisasi informasi dapat dipahami oleh *audience*.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut:

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

Bab pertama berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

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

Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

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

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk analisis kebutuhan dan uraian tentang proses perancangan video iklan produk.

##### **BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat berisikan tentang tahap produksi, termasuk pengambilan gambar, proses *editing*, *compositing*, *rendering*, *testing*, dan implementasi.

**BAB V. PENUTUP**

Bab terakhir menjelaskan tentang garis besar atau kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi skripsi.

**DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

**LAMPIRAN**