

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media, pemanfaatan animasi pada video terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan, video iklan juga dapat memberikan informasi seputar produk ataupun promosi yang bisa dijelaskan secara detail. Salah satu media promosi yang efektif yaitu video iklan karena mengandung kelima unsur multimedia yaitu teks, gambar, audio, video dan animasi. Penggabungan antara unsur-unsur multimedia itu pun telah banyak digunakan seperti penggabungan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, dimana kedua teknik tersebut saling mengisi dalam menampilkan informasi. Teknik *live shoot* untuk menampilkan sesuatu yang bersifat nyata sedangkan teknik *motion graphic* memvisualkan sesuatu yang bersifat ilustrasi atau imajinatif.

Meramie merupakan salah satu badan usaha, bergerak di bidang kuliner yang menjual aneka mie di Yogyakarta. Dalam proses promosi pada Meramie menggunakan media lama seperti brosur dan media cetak lainnya. Selain itu, mereka juga menggunakan media sosial seperti instagram untuk mempromosikan makanannya dalam bentuk foto. Media tersebut dinilai sudah cukup bagus dalam menyampaikan informasi menu makanan yang disediakan oleh Meramie. Akan tetapi, ada beberapa informasi yang membutuhkan ilustrasi visual lebih lanjut seperti, informasi cara pembuatan, pemesanan, lokasi serta penawaran-penawaran menu lainnya.

Dari keterangan diatas maka penulis mengusulkan pembuatan video iklan dalam mendukung penyajian promosi dan informasi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*. Maka dari itu penulis mengambil judul "**Perancangan dan Pembuatan Video Iklan pada Meramie dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*"**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu "*Bagaimana merancang dan membuat iklan pada Meramie dengan Teknik *Liveshoot* dan *Motion Graphics*?"*

### **1.3 Batasan Masalah**

Beberapa Batasan masalah yang digunakan peneliti agar tidak menyimpang adalah sebagai berikut :

1. Materi video iklan ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi.
2. Objek penelitian video iklan ini adalah Meramie .
3. Target durasi 3 menit.
4. Target penayangan pada media online seperti Instagram dan YouTube.
5. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.
6. Penguji dari hasil penelitian ini adalah karyawan Meramie, asisten rumpun multimedia dan praktisi multimedia.
7. Tahap penelitian berakhir ketika video diserahkan ke Meramie .

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

Maksud dan tujuan diadakan laporan ini agar permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan video iklan dapat terlaksana sehingga tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan ilmu multimedia yang diperoleh ke dalam bentuk video iklan.
2. Membantu Meramie meningkatkan kualitas promosi dan informasi.
3. Memenuhi persyaratan jenjang Strata-1 Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian pasti ada sebuah manfaat yang ada, baik dari peneliti maupun pihak-pihak yang terkait. Berikut beberapa manfaat yang di peroleh:

##### **1.5.1 Bagi Penulis**

Menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan menggunakan aplikasi multimedia seperti Adobe Premiere, Adobe After Effect, dan Adobe Audition.

##### **1.5.2 Bagi Masyarakat**

1. Diharapkan supaya memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam membuat video iklan.

2. Diharapkan masyarakat dan calon konsumen yang ingin membeli barang atau makanan di Meramie dapat mengenal dan mengetahui informasi tentang Meramie .

### 1.5.3 Bagi Meramie

Dapat membantu Meramie dalam mempromosikan dan menjelaskan kualitas produk dan cara pemesanan serta pelayanan lainnya yang ada pada Meramie kepada calon konsumen ataupun kepada masyarakat.

## 1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan langkah-langkah memperoleh data yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan penelitian.

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video profil menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi.

#### 2. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak pengurus, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

#### 3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

### 1.6.2 Metode Analisis

#### 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities*, dan *Threats*.

#### 2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan video iklan dapat menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti ;

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi



#### 1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* yang dapat diterapkan pada video Meramie sehingga visualisasi informasi dapat dengan mudah dimengerti audien.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

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

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

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

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video profil menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

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

Bab ini menguraikan tentang profil Meramie, analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

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

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan Merامية dengan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* serta pembahasannya.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

