

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Papat songo wedang kampoeng merupakan kedai makanan dan minuman yang berlokasi di Jl. Kenanga Kedai, Sambelegi Kidul, Nanggulangan, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Menggunakan konsep tradisional khas Jawa pada bangunan dan menu nya, membuat kedai 49 Wedang Kampoeng memiliki daya Tarik tersendiri kepada pengunjung dan masyarakat sekitar. Fasilitas yang ada di kedai ini terbilang cukup memadai, terdapat fasilitas seperti toilet, tempat parkir yang cukup luas, ruangan outdoor, serta fasilitas hiburan seperti live music.

Iklan adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dibuat oleh perusahaan atau suatu kelompok tertentu yang dipromosikan pada publik dengan tujuan untuk menginformasikan, mengajak, atau mengingatkan kepada pemirsa untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa mereka. Periklanan memiliki berbagai macam media yang bisa digunakan. Video merupakan salah satu media yang paling sering digunakan dalam periklanan.

Video merupakan sajian gambar dan suara yang ditangkap oleh sebuah kamera, yang kemudian disusun ke dalam urutan frame untuk di baca dalam satuan detik[1]. Video memiliki kelebihan di bandingkan dengan media periklanan lainnya karena dalam video terdapat kombinasi antara gambar, gerak dan suara.

Live shoot dapat dikatakan sebagai video shooting di mana dalam pengerjaanya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting[2]. Dengan menggunakan Teknik *live shoot* maka suasana dari objek shooting dapat terlihat dengan jelas serta nyata. Teknik lain yang dapat ditambahkan dalam pembuatan video yaitu Teknik *motion graphic*.

Motion graphic adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet[3]. Teknik *motion graphic* sering kali digunakan pada video yang terdapat elemen – elemen yang tidak dapat divisualisasikan menggunakan metode shooting atau rekaman langsung seperti animasi.

Kedai 49 wedang kampoeng saat ini ingin melakukan promosi atau iklan untuk menaikkan jumlah pengunjung kedai, namun permasalahannya adalah pihak kedai belum memiliki satupun konten yang cocok untuk dijadikan sebagai media iklan. Konten-konten yang mereka miliki pada akun Instagram mereka antara lain; foto-foto kedai, video pendek yang memperlihatkan suasana kedai dan beberapa gambar promosi event. Konten-konten tersebut dinilai kurang untuk dijadikan sebagai media iklan karena belum dapat menyampaikan informasi kedai dengan maksimal dan optimal.



Gambar 1. 1 tampilan akun instagram kedai.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengusulkan untuk membuat konten berupa video yang nantinya dapat menampilkan informasi-formasi yang ada pada kedai seperti suasana kedai, pelayanan, menu makanan dan minuman serta fasilitas kedai. menggunakan metode *live shoot*. Peneliti juga menambahkan Teknik *motion graphic* pada video yang bertujuan untuk memvisualisasikan animasi logo dan beberapa informasi tertulis yang sifatnya imajinatif. Maka dari itu penulis mengambil judul “Perancangan video iklan kedai 49 wedang kampoeng menggunakan teknik *Live Shot* dan *Motion Graphic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu:

Bagaimana merancang dan membuat video iklan pada kedai 49 wedang kampoeng menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic*?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan - batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu :

1. Penelitian dilakukan di kedai 49 Wedang Kampoeng.
2. Video iklan Kedai 49 Wedang Kampoeng akan ditayangkan pada Instagram dengan resolusi full HD 720p dengan type data (.mp4)
3. Iklan Kedai berdurasi kurang lebih 60 detik.
4. Iklan ini menggunakan penggabungan antara teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
5. Proses pembuatan logo untuk video menggunakan aplikasi Adobe illustrator CC 2019
6. Proses editing dan compositing untuk video iklan menggunakan aplikasi Adobe Premier CC 2020.
7. Proses pembuatan animasi logo dan teks untuk video iklan menggunakan aplikasi Adobe After Effect CC 2020.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang dan membuat video iklan menggunakan Teknik *live shoot* dan *motion graphic*
2. Video hasil dari penelitian akan menjadi konten untuk media iklan bagi kedai 49 Wedang Kampoeng.
3. *Live Shoot* bertujuan untuk menampilkan keadaan atau suasana dari objek penelitian.
4. *Motion Graphic* bertujuan untuk menganimasikan logo kedai 49 Wedang Kampoeng dan teks yang berisikan informasi terkait kedai.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1.5.1 Bagi penelitti selanjutnya:

Penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi siapapun yang ingin melakukan penelitian serupa terkait pembuatan video iklan dan sekaligus menjadi refrensi, rujukan, sumber informasi untuk penelitian kedepanya.

1.5.2 Bagi perusahaan:

Menyediakan media alternatif periklanan berupa video iklan yang menyajikan informasi sekaligus mempromosikan kedai 49 wedang kampoeng dengan memanfaatkan media sosial Instagram yang memiliki jangkauan audiens yang lebih luas namun bisa di spesifikasikan. sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung atau konsumen pada kedai 49 wedang kampoeng.

1.6 Metode Penelitian

Demi memenuhi data untuk kebutuhan penelitian, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih tepat sehingga jawaban atas hal yang menarik, tidak biasa dan janggal tersebut dapat diperoleh secara tepat dan benar[4]. Metode pengumpulan data yang peneliti pakai adalah:

1. Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati objek yang akan diteliti secara langsung dengan tujuan memperoleh data yang jelas. Dalam hal ini pengamatan dilakukan langsung pada Kedai 49 Wedang Kampoeng dan akun Instagram milik kedai.

2. Metode wawancara/interview

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi dengan cara tanya jawab antara peneliti dan narasumber dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi/data terkait penelitian. Narasumber untuk penelitian ini ialah pemilik kedai 49 Wedang Kampoeng dan salah satu pegaiwainya.

1.6.2 Metode Analisis

Merupakan metode yang dilakukan guna membantu pengamatan pada objek yang akan diteliti. Metode yang akan digunakan adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan(*strengths*), kelemahan(*weaknesses*), Peluang(*opportunities*), dan ancaman(*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis[6].

1.6.3 Metode Perancangan

Pada umumnya, apa pun bentuk produksi audio visual seperti film, animasi atau iklan selalu terbagi menjadi tiga tahap, yakni:

1. Pra produksi.

Semua kebutuhan terkait produksi/produk akan di persiapkan pada tahapan ini. Proses-proses yang harus dibuat dalam tahap ini berupa ide dan konsep, naskah, dan *storyboard*.

2. Produksi.

Pada tahapan ini proses pengambilan gambar/shooting dilakukan.

3. Pasca produksi.

Merupakan tahap akhir dari pembuatan video. Tahap ini terdiri dari proses *animating, editing, compositing* dan *rendering*.

1.6.4 Metode Evaluasi

Produk yang telah melalui proses pasca produksi kemudian akan dilakukan pengecekan terkait kesesuaian hasil akhir dengan konsep atau materi yang telah disusun sebelumnya. Kemudian pengujian juga akan dilakukan secara kuesioner untuk mengetahui opini/pendapat dari setiap responden terkait kelayakan dan kesesuaian video dalam fungsi iklan kedai 49 wedang kampoeng.

Tahapan ini akan memakai metode skala likert. Terdapat dua bentuk pertanyaan dalam skala likert, yaitu bentuk pertanyaan positif untuk mengukur skala positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur skala negatif. Pertanyaan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5[7].

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan agar laporan penelitian ini lebih rapi dan terstruktur. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang dasar teori, dan literatur – literatur yang digunakan dalam penelitian.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang identifikasi masalah dan analisis kebutuhan fungsional dan non – fungsional yang diperlukan untuk menunjang kesuksesan penelitian, hasil analisis SWOT, gambaran umum obyek penelitian, dan rencana alur pembuatan produk penelitian. Bab ini juga berisi proses dan hasil dari proses pra produksi.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang langkah-langkah dalam penerapan dan pembuatan Video iklan kedai 49 Wedang Kampong menggunakan teknik *live shot* dan dan *motion graphic*.

5. BAB V PENUTUP

Bab terakhir merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian ini dan saran untuk penelitian yang berkaitan tentang video iklan dengan Teknik *live shot* dan *motion graphic*.

