

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan informasi pada era ini amat cepat, media informasi dan promosi juga berkembang dengan cepat [24]. Teknologi informasi ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang mempunyai bisnis untuk dijadikan bahan persaingan pemasaran. Upaya meningkatkan keunggulan pemasaran tersebut dapat mempengaruhi minat calon konsumen dengan cara penyampaian bisnis usaha yang lebih menarik dan juga mudah dipahami oleh masyarakat, pengemasan pemasarannya dapat berupa teks, audio, gambar, dan video. Menyampaikan informasi berupa video sudah cukup sering digunakan oleh masyarakat yang mempunyai bisnis tidak terkecuali bisnis minuman, karena pengenalannya dalam menyampaikan informasi sangat menarik dan komunikatif.

Sugohi Thai Tea merupakan sebuah *Booth* minuman yang didirikan oleh Danang Ruslandaru, dan bertempat di Jalan Cindekembang Jalan Naga, Karang Wuni, Caturtunggal, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun menurut sang pemilik usaha Sugohi Thai Tea, *Booth* nya ini hanya diketahui oleh masyarakat sekitar lingkungan Sugohi Thaitea tersebut. Sehingga belum dapat menampilkan informasi dengan baik, masalah atau kelemahan yang didapat salah satunya belum dapat memvisualkan secara maksimal proses pembuatan dan tempat pada Sugohi Thai Tea, sampai sekarang *Booth* ini belum memiliki suatu media penyampaian informasi berupa video iklan yang maksimal sehingga kurang dikenal oleh masyarakat khususnya di kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Video iklan ini memiliki berbagai teknik dalam penyampaiannya, sehingga penulis pada penelitian ini ingin melakukan pengerjaan video iklan dengan teknik *live shoot* serta *motion graphic*, dimana teknik tersebut berupa video *live shoot*, lalu digabung menggunakan teknik *motion graphic* yaitu animasi yang akan diimplementasikan ke dalam video iklan. Jadi pada penelitian ini membuat sebuah video iklan menggunakan teknik berbeda yakni teknik *live shoot* serta menggunakan teknik *motion graphic*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka rumusan masalahnya adalah, bagaimana menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada video iklan Sugohi Thai Tea?

1.3 Batasan Masalah

Agar penyusunan penelitian ini tidak keluar dari pokok permasalahan yang dirumuskan, maka pembahasan yang dibatasi pada Penerapan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* pada pembuatan video iklan Sugohi Thaitea, diantaranya sebagai berikut:

1. Tempat penelitian ini dilakukan di Sugohi Thai Tea.
2. Video ini hanya berfokus pada penerapan *live shoot* serta *motion graphic*.
3. Video iklan akan digunakan oleh pemilik Sugohi Thai Tea dalam penyampaian informasi melalui media social instagram.
4. Video iklan akan melewati bagian pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
5. Perangkat lunak yang dipakai dalam melakukan pembuatan video iklan ini yaitu menggunakan Adobe Premiere CC 2017 serta Adobe After Effect CC 2017.
6. Video iklan ini akan memakai file dengan ekstensi .mp4 dan kualitas Full HD 1080p beresolusi 1920x1080p.
7. Hasil pengerjaan video iklan menggunakan teknik *live shoot* serta *motion graphic* pada Sugohi Thai Tea akan memiliki durasi 1 menit.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah menghasilkan video iklan sugohi dengan menerapkan *live shoot* dan *motion graphic* secara bersamaan dalam pembuatan video iklan Sugohi Thai Tea.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari tujuan penelitian ini, dari penulis maupun instansi sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat bagi penulis

1. Mampu menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh perkuliahan pada bidang multimedia di Universitas Amikom Yogyakarta, menggunakan *software* Adobe After Effect serta juga Adobe Premiere.
2. Dapat menyusun naskah skripsi sebagai syarat untuk menempuh kelulusan dan menyelesaikan pendidikan Strata-1 Jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Manfaat Bagi Objek Penelitian

1. Sebagai salah satu media promosi dan juga informasi pada Sugohi Thai Tea.
2. Untuk membantu pemasaran Sugohi Thai Tea kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Pada metode penelitian ini, penulis memilih metode penelitian deskriptif, yaitu mendeskripsikan atau menjelaskan kepada objek penelitian data-data yang telah dikumpulkan.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, beberapa metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Metode Observasi untuk mengumpulkan data yang valid dan mendapatkan kesimpulan mengenai objek yang akan diamati dengan langsung mengunjungi objek yaitu Sugohi Thai Tea yang beralamat di Jalan Cindekembang Jalan Naga, Karang Wuni, Caturtunggal, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Wawancara

Wawancara dipakai oleh penulis sebagai mengumpulkan informasi melalui menyodorkan pertanyaan kepada pemilik Sugohi Thai Tea, pertanyaan-pertanyaan yang dijawab oleh pemilik Sugohi Thai Tea akan diambil dengan

tujuan untuk menilai dan mempertimbangkan penerapan pada pembuatan video iklan nantinya.

3. Studi Pustaka

Metode Studi Pustaka salah satu metode yang digunakan oleh penulis untuk mencari data dan informasi yang dibutuhkan dengan cara mencari melalui dokumen tertulis (buku cetak) dan *e-book* (buku elektronik), yang berasal dari sumber-sumber yang kredibel untuk dijadikan referensi.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan dan pembuatan yang dipakai saat proses perancangan video iklan berikut mempunyai tiga tahapan, yaitu:

a) Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap pencarian data awal oleh penulis, pada tahap ini akan terdapat ide cerita, bagan naskah, dan bagan *storyboard*.

b) Produksi

Pada tahap produksi ini penulis akan melakukan pengambilan gambar, Pengumpulan audio, dan pengumpulan bahan grafis.

c) Pasca Produksi

Tahap pasca produksi ini adalah tahapan akhir yang dibuat penulis pada pembentukan video iklan ini yaitu melakukan *editing*, *animasi motion graphic*, *compositing*, dan *rendering*.

1.6.3 Metode Evaluasi

Metode evaluasi ini dilakukan setelah perancangan dan pembuatan video iklan selesai, selanjutnya akan dilakukan evaluasi menggunakan skala likert untuk mengetahui pendapat, dan persepsi dari seseorang.

1.6.4 Metode Implementasi

Metode implementasi ini dilakukan ketika metode evaluasi sudah dilakukan, maka selanjutnya akan menggunakan metode implementasi yaitu hasil

dari pembuatan video iklan yang telah selesai akan diunggah dan ditampilkan oleh Sugohi Thai Tea pada akun sosial instagram.

1.7 Sistematika Penulisan

Ketika perancangan naskah penelitian ini, penyusun memuat uraian dan pokok permasalahan penelitian terdapat lima bab diantaranya:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang gambaran latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan penjelasan tentang studi literatur yang dijadikan bahan referensi dalam menyusun naskah skripsi, seperti yang berhubungan dengan pembuatan video iklan, konsep dasar dan tahapan pembuatan video iklan.

BAB IV: IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang tahap produksi yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu pengambilan gambar, pengumpulan bahan grafis, dan pengumpulan audio. Dan kemudian tahap pasca produksi yang berisi animasi *motion graphic*, *editing*, *compositing* dan *rendering*, juga terdapat mengimplementasikan skala likert untuk metode pengujian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran berlandaskan uraian pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi asal muasal kepustakaan yang diambil oleh penulis untuk dijadikan bahan landasan teori dalam pembuatan naskah skripsi ini.