

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini sudah berkembang sangat pesat, sehingga banyak sekali sarana untuk menyampaikan informasi, seperti halnya video sebagai media promosi. Video adalah penggabungan dari gambar, suara dan teks. video dan animasi yang ditampilkan adalah sekumpulan banyak gambar dalam urutan cepat yang menghasilkan efek gerak, perbedaan dari keduanya hanya dalam pengambilan gambar, gambar dalam video diambil secara langsung, sedangkan gambar-gambar pada animasi diambil oleh buatan tangan atau gambar yang dihasilkan aplikasi.

Kopi Banua merupakan kedai kopi yang menyediakan kopi Kalimantan sebagai ciri khas dari kedai tersebut. Penyeduhan yang tersediri standar seperti kedai kopi pada umumnya seperti *Manual Brew*, *Based Espresso*. Kopi Banua berlokasi di Jl. Pandega Asih I, Manggung, Catuntunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281.

Pembuatan Video iklan menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic*. Dengan *motion graphic* dan *live shot* promosi ini akan lebih menarik untuk disampaikan dari pada video promosi yang hanya menggunakan *live shot*. Tidak bisa dipungkiri juga bahwa kebanyakan orang saat ini dengan majunya media promosi dengan menggunakan video iklan lebih suka mendengarkan dan menonton

dibandingkan dengan membaca pada saat persentasi. Hal tersebut menjadi kelebihan tersendiri bagi video iklan.

Kopi Banua dengan kebutuhannya untuk memperkenalkan kedainya kepada publik, dijadikan objek pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot* dengan menambahkan *motion graphic* untuk menjelaskan detail cara penyeduhan kopi di Kopi Banua. Hasil dari video tersebut menceritakan tentang teknik penyeduhan, biji kopi, dan kekhasan dari kedai tersebut. Dengan adanya *motion graphic* dan *live shot* di video ini akan lebih bisa menyampaikan apa yang menjadi kekurangan dalam penyampaian dari sebuah foto saja. *live shot* digunakan untuk melengkapi setiap proses dari pembuatan kopi yang ada. Ditambah dengan *motion graphic* untuk menjelaskan lebih detail tentang apa yang ingin disampaikan oleh video kepada *customer*.

Motton Graphic merupakan gabungan dari potongan elemen-elemen desain animasi grafis, dengan memasukan elemen yang berbeda-beda seperti objek 2D atau 3D. Media yang dimasukan berupa still intages atau gambar diam, dengan format gambar bitmap, maupun vector, dan data video maupun audio. [8]

Berdasarkan permasalahan diatas untuk memberikan pengenalan kepada publik muncullah ide dari penulis untuk melakukan penelitian Video Iklan dengan judul "*Pembuatan iklan kopi banua sleman menggunakan teknik live shot dan motion graphis*" dengan harapan publik bisa lebih mengerti tentang kopi yang disajikan Kopi Banua.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat ditarik sebuah rumusan masalah yakni: Bagaimana membuat video iklan Kopi Banua sleman menggunakan Teknik *live shot* dan *motion graphic* sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan agar pembahasan dalam hal ini penulisan membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan di Kopi Banua.
2. Video ini ditujukan untuk kalangan semua umur.
3. Iklan yang dibuat akan ditayangkan di Instagram tv.
4. Target durasi 1 menit.
5. Pembuatan Video Kopi Banua Menggunakan Teknik Live Shot dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi diuji berdasarkan keberhasilan sesuai materi yang telah ditentukan.
6. Hasil dari penelitian dan sampai pada tahap video iklan ini akan diserahkan kepada pemilik Kopi Banua.
7. Hasil dari video iklan diuji oleh pemilik Kopi Banua Sleman.
8. Kuesioner tentang hasil iklan yang dibuat.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah “Membuat video iklan sebagai sarana promosi Kopi Banua menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.”

1. Menerapkan teknik live shot dan motion graphic di Kopi Banua Sleman.

2. Membuat video iklan yang mampu memvisualkan informasi dari Kopi Banua Sleman yang belum dapat tersampaikan pada media lama.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian adalah:

1. Sebagai media informasi mengenai Kopi Banua Sleman lebih dikenal dikalangan penikmat kopi.
2. Sebagai salah satu media promosi bagi Kopi Banua Sleman.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung di kedai dan pengamatan terhadap video – video iklan yang menggunakan teknik motion graphic baik buatan indonesia maupun luar negeri untuk referensi.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara (*Interview*) yaitu percakapan antara beberapa orang yang disebut pewawancara dan responden atau narasumber. Dengan kata lain, wawancara merupakan bentuk komunikasi secara lisan yang dilakukan oleh beberapa orang, baik secara langsung ataupun Tidak langsung, untuk mengumpulkan informasi tertentu.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis yaitu menguraikan iklan untuk di identifikasikan dan di evaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan dalam konsep iklan tersebut. Metode analisis yang digunakan adalah metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) yaitu dengan menganalisa apakah video itu layak atau tidak digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan video iklan Kopi Banua.

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan penggambaran bagaimana iklan di bentuk, mulai tahap penentuan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan, serta pembuatan storyboard, penulisan cerita, penentuan software, tahap ini menghasilkan perancangan iklan yang sesuai dengan kebutuhan kedai Kopi Banua.

1.6.4 Metode Pengembangan

Setelah dilakukan tahap perancangan maka seluruh perancangan yang ada akan diimplementasikan. pada tahap ini seluruh konsep pembuatan mulai dikembangkan secara penuh, dan semua elemen mulai dipadukan, dengan menggunakan Adobe Illustrator 2020, Adobe After Effect 2020 yang disusun rapih sebagai video dengan menggunakan Adobe Premiere 2020 dan dirender menggunakan Adobe Media Encoder 2020.

1.6.5 Evaluasi

Merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengukur hasil dari penelitian yaitu berupa video iklan apakah sesuai dengan tujuan yang direncanakan atau tidak,

serta mengetahui kekurangan yang nantinya dijadikan sebagai saran untuk perbaikan dan pengembangan penelitian yang akan datang.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok - pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam skema penelitian dan tentang perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan secara singkat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab III membahas latar belakang Perusahaan dan menklaskan tahap pra produksi yang meliputi analisis dan perancangan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab IV membahas tentang proses pembuatan dan hasil iklan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi kesimpulan yang disimpulkan dari pembahasan pembuatan iklan ini serta saran yang baik berupa kritik dan gagasan untuk pengembangan iklan kedepannya agar lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA