

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cafe merupakan tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang di mana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Cafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat yang nyaman dan alunan musik. Di Indonesia sendiri hampir setiap kota memiliki cafe dengan desain bangunan yang berbeda-beda. Sebagai contoh di Yogyakarta, di mana hampir setiap sudut Yogyakarta terdapat cafe dengan desain bangunan yang memikat pengunjung. Setiap cafe memiliki daya saing yang tinggi dengan tujuan memberi kenyamanan dan kenikmatan bagi pengunjung. Adapun kenyamanan dan kenikmatan sebagai nilai jual untuk cafe tersebut.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi menuntut para pengusaha untuk pandai memikat pengunjung dari berbagai tempat. Untuk mampu memikat diperlukan sebuah usaha. Usaha yang dimaksud berupa strategi pemasaran. Salah satu contoh strategi pemasaran pada zaman sekarang adalah dengan menggunakan video iklan sebagai sarana promosi. Iklan merupakan salah satu alternatif yang mudah untuk video promosi. KBBI menjelaskan video merupakan bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi; rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi. Micheal Ray mendefinisikan promosi sebagai *"the coordination of all seller-initiated efforts to setup channels of*

information and persuasion to sell goods and services or promote and idea" (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan). Sedangkan iklan dapat didefinisikan sebagai *"any paid form of nonpersonal communication about and organization, product, service, or idea by an identified sponsor"* (setiap bentuk komunikasi non personal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui). Iklan juga merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena jangkauannya yang luas. Iklan menjadi instrument promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *motion graphic* dan *animasi* pada pembuatan video iklan. Dalam video *motion graphic* dan *animasi* semua informasi dapat dengan cepat untuk dipahami dan tampilan yang lebih menarik, karena media yang disampaikan berupa visual dan audio. Dengan *motion graphic* dan *animasi* tersebut dapat akan mudah diimplementasikan diberbagai media terutama media digital, seperti youtube, website official perusahaan, sosial media, dan sebagainya. Jadi dengan kata lain, penggunaan teknik *motion graphic* dan *animasi* tidak semata-mata dalam pembuatan film dokumenter, film indie dan ftv, maupun iklan tv. Penggunaan teknik *motion graphic* dan *animasi* juga digunakan sebagai media promosi. Peneliti mencoba membuat sebuah iklan dengan menggunakan teknik *motion graphic* dan

animasi sebagai media promosi pada sebuah cafe di Yogyakarta yaitu Olivine Cafe. Olivine Cafe merupakan sebuah cafe yang ada di Yogyakarta berlokasi di Jl. Seturan I/39A, Caturtunggal, Depok, Sleman – Yogyakarta dan didirikan oleh Agustinus Andito Susanto pada bulan Juli 2015. Video *motion graphic* dan *animasi* dapat membantu pihak Olivine Cafe dalam mempromosikan cafe tersebut dan dapat memberi informasi kepada masyarakat tentang Olivine Cafe. Hal inilah yang menjadi acuan dalam pembuatan video iklan promosi Olivine Cafe.

Dengan demikian tujuan akhir penelitian ini dilakukan untuk membuat video iklan sebagai sarana promosi dengan menggunakan teknik *motion graphic* dan *animasi*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah Bagaimana perancangan dan pembuatan video iklan sebagai sarana promosi dengan menggunakan teknik *motion graphic* dan *animasi* pada Olivine Cafe?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini:

1. Pembuatan video iklan sebagai sarana promosi dengan menggunakan teknik *motion graphic* dan *animasi* pada Olivine Cafe.
2. Hasil akhir video iklan promosi ini akan berdurasi kisaran 60-90 detik.

3. Video iklan promosi Olivine Cafe hanya akan diterapkan pada media online Olivine Cafe.
4. Hasil video promosi akan diserahkan kepada Olivine Cafe dan dikelola sendiri oleh pihak Olivine Cafe.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Membuat video iklan Olivine Cafe sebagai sarana promosi untuk menarik konsumen dan meningkatkan pelanggan.
2. Mengembangkan dan menambah wawasan tentang perancangan teknik *motion graphic* dan *animasi* menjadi sebuah video iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
 - a. Dapat memahami proses pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *motion graphic* dan *animasi*.
 - b. Peneliti dapat menambah koleksi dalam pembuatan video iklan sebagai media promosi, terlebih khusus dalam penggunaan teknik *motion graphic* dan *animasi*.
2. Bagi Olivine Cafe
 - a. Sebagai salah satu media promosi Olivine Cafe.
 - b. Membantu tim marketing dalam pemasaran Olivine Cafe.
3. Bagi Masyarakat
 - a. Mengetahui informasi tentang Olivine Cafe.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Observasi

Pada metode observasi peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di Olivine Cafe.

2. Wawancara

Pada metode ini peneliti mengumpulkan informasi dan data dengan cara melakukan tanya jawab kepada pihak Olivine Cafe secara langsung.

3. Studi Pustaka

Membaca buku-buku referensi yang berkaitan dengan iklan dan jurnal-jurnal serta artikel yang melakukan pembuatan video iklan menggunakan teknik *motion graphic* dan *animasi*.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini mengikuti standar penulisan tugas akhir Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta, sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas dasar-dasar teori yang akan digunakan dalam melakukan analisis, perancangan, dan implementasi metode penelitian pada bab selanjutnya.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi cafe. Perancangan pada pembuatan video iklan promosi dengan menggunakan teknik *motion graphite* dan *animasi*. Analisis masalah berupa analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*), dan analisis kebutuhan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas mengenai, antara lain: lingkungan implementasi analisis dan perancangan video iklan, implementasi teknik, hasil akhir, dan hasil pengujian.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran yang diharapkan berguna dalam pengembangan lebih lanjut.