

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman di kota Yogyakarta saat ini bisa dibilang sangat pesat, begitu juga diikuti persaingan yang sangat ketat. Salah satu persaingan yang sangat ketat ini bisa dilihat dengan munculnya banyak tempat nongkrong atau kafe – kafe baru. Untuk menarik pengunjung, banyak kafe atau tempat nongkrong melakukan berbagai bentuk promosi seperti melakukan penyebaran brosur, membuat desain poster yang menarik dan merenovasi tempat agar lebih terlihat menarik dan nyaman bagi berbagai kalangan anak muda.

Bowl-Ling Fruit Bar Concat adalah tempat nongkrong yang bergerak di bidang makanan yang berlokasi di Jl.Bedrek, Sanggrahan, Condong Catur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Bowl-Ling Fruit Bar Concat adalah tempat nongkrong dengan trobosan baru yang dijadikan obyek penelitian dalam skripsi ini. Bowl-Ling Fruit Bar Concat ini selain menyediakan berbagai macam makanan dan minuman juga menyediakan pemandangan sawah yang sejuk.

Dalam memperkenalkan Bowl-Ling Fruit Bar Concat untuk saat ini hanya dengan menggunakan promosi gambar – gambar makanan atau minuman

saja untuk menarik konsumen. Kebutuhan untuk mempromosikan profil merupakan hal yang berpengaruh terhadap reputasi perusahaan untuk bisa dikenal. Oleh karena itu Bowl-Ling Fruit Bar Concat ini membutuhkan iklan untuk mempromosikan usahanya agar semakin banyak pengunjung dan dikenal. Alasan lainnya karena Bowl-Ling Fruit Bar ini belum lama berpindah lokasi usaha yang awalnya berada di Jl.Affandi Gejayan selatan Bank BCA Gejayan, jadi mungkin banyak konsumen yang belum mengetahui lokasi baru dari Bowl-Ling Fruit Bar ini.

Teknik Motion Graphic merupakan bentuk pengembangan dari desain grafis. Video Iklan merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia. Dalam Video Iklan, teknik Motion Graphic menjadi elemen penting yang harus ada dalam Video. Elemen – elemen grafis yang dapat berupa teks atau image yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut. Sedangkan teknik Live Shot dapat diartikan sebagai teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung. Live Shot juga dapat dikatakan sebagai Video Shooting dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil Shooting.

## 1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana membuat Video Iklan Bowl-Ling Fruit Bar?”.

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan Bowl-Ling Fruit Bar Concat, penulis membatasi masalah pada hal - hal tersebut :

- a. Pembuatan iklan ini menggunakan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shot*
- b. Iklan ini hanya berdurasi 1 menit.
- c. Pendistribusian Iklan hanya di Social Media Instagram dari Bowl-Ling Fruit Bar.
- d. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Adobe Premiere, Adobe Audition, Adobe Photoshop, dan Adobe After Effect.
- e. Penggunaan *Live Shoot* sebesar 90% dan penggunaan *Motion Graphic* sebesar 10%.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dari penulisan skripsi ini antara lain :

- a. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarja di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh selama berkuliah di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

#### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain :

- a. Membuat iklan Bowl-Ling Fruit Bar Concat dengan menggabungkan *live shot* dan *motion graphic*.
- b. Membantu mempromosikan Bowl-Ling Fruit Bar Concat.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut

##### **1.5.1 Bagi Objek**

Hasil pembuatan iklan ini dapat meningkatkan minat konsumen untuk datang ke Bowl-Ling Fruit Bar.

##### **1.5.2 Bagi Penulis**

- a. Memenuhi persyaratan kurikulum jenjang S1 Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Dapat menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Pembuatan Video Iklan.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### a. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap iklan yang menggabungkan teknik *live shot* dan *motion graphic* baik buatan dalam negeri maupun luar negeri sebagai referensi.

#### b. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan owner Bowl-Ling Fruit Bar Concat untuk mendapatkan data – data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

#### c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil beberapa *footage* dan dokumen terkait. Dengan tujuan *footage* tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk mendesain komponen iklan tersebut.

### 1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasikan suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang disebabkan faktor internal dan faktor eksternal.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam perancangan konsep, pembuatan animasi yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan meliputi : menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

### 1.6.4 Metode Pengembangan

Penulis menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan *motion graphic* dan pengambilan *footage video*. Setelah itu, tahapan selanjutnya adalah pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *backsound* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *distributing*.

### 1.6.5 Metode Evaluasi

Evaluasi adalah tahap pengecekan kembali apakah video yang dibuat sesuai dengan konsep dan rancangan yang dibuat.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut :

## **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab pertama sesuai dengan ketentuan pokok penyusunan skripsi yang berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

## **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

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

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan video, termasuk analisis konsep dan uraian tentang iklan.

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

Bab keempat berisi tentang cara dan tahapan pembuatan video iklan sesuai dengan urutan pengerjaannya.

## **BAB V. PENUTUP**

Bab kelima menjelaskan tentang garis besar atau kesimpulan dari keseluruhan isi skripsi dan saran.

**DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi sumber – sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

**LAMPIRAN**