

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis kuliner banyak sekali terciptanya ide baru untuk menciptakan makanan / minuman yang sangat unik sesuai trend yang ada, terutama di kota Jogjakarta yang dikenal sebagai kota kulinernya Indonesia. sehingga banyak cafe, warung makan, restaurant, streetfood yang menarik berlomba-lomba memperkenalkan dan memasarkan produk dalam bentuk video iklan. Kekuatan utama iklan terletak pada Bahasa, gambar, serta ide yang kreatif.

Dengan perkembangan teknologi saat ini, iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk, dan dalam memasarkan minuman juesdaymood dibutuhkan sebuah media promosi yang salah satunya dapat dibuat dengan iklan. juesdaymood selama ini sudah dikenal oleh sebagian mahasiswa amikom sebagai salah satu tempat foodtruck minuman yang unik dan sehat di depan kampus amikom, tetapi masih kurang media promosi yang menerangkan tentang minuman juesdaymood tersebut.

Saat ini pengelola Juesdaymood belum memiliki video iklan yang berisikan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Sehingga butuh pihak lain yang dapat membuat iklan dengan menggunakan teknik tersebut. Nantinya video iklan ini digunakan untuk memperkenalkan Juesdaymood kepada masyarakat umum. Diharapkan dengan

dibuatnya iklan instagram via posting ini dapat menjadi salah satu media promosi yang dapat membantu mendatangkan banyak pengunjung, karena Juesdaymood memiliki minuman yang unik dan sehat serta memberikan pelayanan yang penuh kebahagiaan.

Namun di era kecanggihan teknologi saat ini tidak cukup jika hanya berbekal video dengan gaya yang umum dan kuno. Keunikan yang ada di dalam video yang nantinya sebagai nilai tambah dan dapat memberi citra baik bagi isi video. Salah satu keunikan video juesdaymood mengangkat trend milenials saat ini dengan gaya teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*, dan juga teknik ini sangat populer dalam kalangan periklanan. sehingga peneliti sangat antusias membantu Cafe Juesdaymood untuk dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat. Dari latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul **“Pembuatan Video Iklan Sebagai Sarana Promosi Cafe Juesdaymood Dengan Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic”** Dalam meningkatkan pemasaran promosi Juesdaymood.

1.2 Rumusan Masalah

“Bagaimana pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic sampai informasinya kepada penonton?”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu :

- a. Bagaimana membuat video minuman yang berisikan tentang informasi cafe juesdaymood
- b. Pembuatan dan perancangan video iklan via posting instagram ini sebagai sarana untuk membantu mempromosikan cafe juesdaymood
- c. Iklan tersebut berdurasi 30 detik
- d. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi, dan paska-produksi
- e. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*.
- f. Software yang digunakan :
 - Adobe Illustrator CC 2018 untuk membuat gambar motion yang nantinya akan dipergerakan di Adobe After Effect.
 - Adobe After Effect CC 2018 untuk membuat pergerakan gambar yang telah dibuat di Adobe Illustrator menjadi Motion Graphic dan menambahkan special effect dalam video.
 - Adobe Premier Pro CC 2018 untuk mengedit video dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* di gabungkan menjadi satu dalam software ini.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Merancang dan membuat video iklan via posting instagram menggunakan teknik live shoot dan motion graphic tentang informasi minuman yang sehat dan kekinian
- b. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komputer pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke Cafe Juesdaymood untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang dilakukan penulis kepada pemilik Cafe Juesdaymood secara langsung. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet

yang memberikan informasi yang akurat. Metode studi pustaka ini menggunakan acuan berupa buku yang relevan dengan proses penelitian sebagai tambahan referensi peneliti.

1.5.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka penulis menggunakan metode analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.5.3 Metode Perancangan

Tahapan ini merupakan penggambaran bagaimana iklan di bentuk, mulai tahap penentuan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan, serta pembuatan *story board*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan adalah tahapan dimana dilakukan pemeriksaan kembali hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan dan menentukan hasil untuk dapat melakukan tahap pasca produksi (*editing*).

1.5.5 Metode Testing

Metode *testing* adalah hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian. Yang dibagi tiap susunan bab dan keterangan untuk penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. Berikut adalah penyusunan bab dan keterangan singkatnya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan mengenai tinjauan umum dari objek, rincian biaya pembuatan iklan dan perancangan iklan (tahap paska produksi).

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tahap produksi, tahap paska produksi, dan pembahasan mengenai iklan yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan saran-saran atau masukan yang mungkin berguna di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulisan dalam penulisan.