

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya cafe di Yogyakarta menjadi persaingan yang berat bagi MT Coffee & Eatery karena kurangnya promosi terkait MT Coffee & Eatery. Oleh karena itu, MT Coffee & Eatery memerlukan media promosi yang memanfaatkan teknologi dengan video iklan yang menarik, lewat *platform* internet seperti *Instagram*, dan *Tiktok* untuk menarik konsumen dari berbagai kalangan. Dengan menunjukkan keunggulan berbagai menu yang disediakan dengan citra rasa serta keunikan dari minuman atau makanan yang ada di MT Coffee & Eatery. Perkembangan teknologi dalam penyampaian informasi berkembang dengan sangat pesat hingga saat ini. Fakta membuktikan bahwa banyak sekali inovasi teknologi terkait penyajian informasi, salah satunya adalah *Motion Graphic*. *Motion Graphic* dikenal sebagai salah satu media komunikasi yang efektif dan menarik, karena tidak memuat terlalu banyak text, melainkan campuran gambar, warna, suara, dan motion [1]. *Live Shoot* dapat diartikan sebagai teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung. *Live Shoot* juga dapat dikatakan sebagai video shooting di mana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting. Pengertian *Live Shoot* itu sendiri adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya [2]

MT Coffee & Eatery beralamat di Jl.Kranji Serang No.8 Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, merupakan sebuah tempat Coffee & Eatery yang berkonsentrasi pada makanan dan minuman. Dalam mengembangkan bisnisnya, MT Coffee & Eatery juga melakukan promosi seperti pada umumnya. Tahapan promosi yang dilakukan masih bersifat manual, seperti memposting foto di media sosial. Terdapat beberapa keunggulan dari tempat ini yang tidak bisa ditampilkan melalui media cetak maupun gambar, seperti mekanisme dalam menyajikan menu makanan, minuman, detail tampilan menu, proses pelayanan, fasilitas yang tersedia dan lain sebagainya.

Dalam rangka mempromosikan objek MT Coffee & Eatery diperlukan media seperti pembuatan video iklan yang menunjukkan sisi menarik dari MT Coffee tersebut. Konsep video yang digunakan dalam proses pembuatan media promosi adalah adanya penggunaan teknik *live shoot* dan karakter *motion graphic*. *Live Shoot* merupakan serangkaian rekaman tentang orang-orang, ruangan, atau produk, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang. *Motion Graphic* adalah media yang menggunakan teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak, penganimasian lokasi atau penganimasian proses reservasi tempat yang biasanya digabungkan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia.

Berdasarkan uraian di atas maka dalam mendukung penyajian pengiklanan dan memperkenalkan MT Coffee & Eatery. Maka penulis mengambil judul "Pembuatan Video Iklan MT Coffee & Eatery Dengan Teknik *Live Shoot* Dan *Motion Graphic*"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah, "Bagaimana Mengimplementasikan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* untuk membuat sebuah media iklan pada MT Coffee & Eatery dalam menarik pelanggan berkunjung?"

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini akan fokus pada beberapa hal, yaitu:

1. Objek penelitiannya hanya dilakukan pada MT Coffee & Eatery.
2. Teknik yang digunakan adalah *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
3. Media promosi dalam bentuk video dengan durasi 2-3 menit.
4. Video akan di unggah pada platform sosial media seperti *Tiktok*, *Instagram* dan dipublikasikan di akun publisher.
5. Resolusi dari video ini adalah HD video 1080p 60fps format mp4.
6. Video Iklan ini di buat dengan menggunakan software *Adobe After Effects CC 2017*, *Adobe Premiere Pro CC 2017*, *Adobe Illustrator CC 2017*.
7. Aspek informasi pada video akan dievaluasi oleh pihak MT Coffee & Eatery dan aspek teknik video akan dievaluasi oleh ahli *Multimedia*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Membuat sebuah video iklan pada MT Coffee & Eatery.
2. Menerapkan teknik Live Shoot dan Motion Graphic pada pengiklanan sebuah bisnis Coffee

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat bagi peneliti adalah :

1. Manfaat Bagi Peneliti
 - a. Sebagai Syarat lulus Program Studi Teknologi Informasi Universitas Amikom Yogyakarta
 - b. Mampu Menerapkan ilmu bidang multimedia yang didapat selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.
 - c. Manfaat bagi MT Coffee & Eatery mendapatkan sebuah media periklanan.
 - d. Manfaat bagi masyarakat adalah mereka terbantu dengan adanya periklanan ini mereka menjadi tau

1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengambil data untuk penelitian dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Agar mendapatkan data penelitian yang akurat dan credible, maka diperlukan Teknik pengumpulan data yang benar agar data yang didapat dapat dipertanggung jawabkan dan memiliki kredibilitas tinggi.

1. Metode Observasi

Metode pengumpulan dengan cara mengamati objek yang diteliti yaitu MT Coffee & Eatery. Observasi diperlukan untuk mendapatkan data mengenai fisik tempat di sekitar MT Coffee & Eatery, Aksesibilitas ke MT Coffee & Eatery, dan Sarana prasarana di objek MT Coffee & Eatery.

2. Metode Wawancara

Pengumpulan data secara tatap muka dengan sesi tanya jawab dengan pihak owner MT Coffee & Eatery, agar mendapat data yang akurat dan rinci yang bersangkutan dengan penelitian

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT adalah suatu metode perancangan strategis untuk mengevaluasi faktor faktor yang berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan, dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) [3]. Metode analisis ini digunakan untuk mengevaluasi dan memecahkan masalah yang ada pada objek yang diteliti.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode Perancangan “Pembuatan Video Iklan MT Coffee & Eatery Dengan Teknik *Live Shoot* Dan *Motion Graphic*” ini akan dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia :

- a. Pra produksi (Tema, Naskah, dan *Storyboard*)
- b. Produksi (Pengambilan Gambar, Pembuatan Aset)
- c. Pasca Produksi (*Compositing, Editing, Rendering*)

1.6.4 Metode Evaluasi

Metode evaluasi merupakan proses yang dilakukan untuk membandingkan antara hasil implementasi dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat sudah sesuai atau belum. Metode ini dilakukan oleh owner MT Coffee & Eatery dan sumber daya manusia yang ahli dibidang *Live Shoot* dan *Motion Graphic*. Evaluasi menggunakan metode *alpha test* dan *beta test* untuk memahami kekurangan yang ada pada produk yang diciptakan sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian serta pembenahan pada produk yang dibuat.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan akan dilakukan secara berurutan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, dan metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas dasar-dasar teori yang digunakan dalam penelitian dan mendukung dalam terciptanya penulisan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang identifikasi masalah, analisis keperluan video, pengambilan data yang diperlukan, kebutuhan *hardware* dan *software* saat pembuatan video iklan dengan teknik *live shoot* dan karakter *motion graphic* berbentuk hewan bulus yang dilakukan dalam penelitian.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas urutan dalam penerapan dan pembuatan video iklandengan teknik *live shoot* dan karakter *motion graphic* sebagai media iklan wisata Rowo Jombor

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran dari peneliti untuk pembuatan video iklan dengan teknik *live shoot* dan karakter *motion graphic* yang sudah dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang referensi dan literatur- literatur yang digunakan dan yang telah mendukung dalam penyelesaian penelitian.

LAMPIRA

