

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi, komunikasi dan multimedia berkembang pesat saat ini. Perkembangan teknologi mempermudah personal dalam penyampaian pesan, salah satunya adalah sebuah iklan. Dengan adanya iklan, masyarakat dimudahkan karena mendapatkan informasi melalui gambar, teks, video, audio dan animasi. Sehingga informasi yang disajikan lebih jelas dan memiliki daya tarik yang bagus. Iklan merupakan sarana komunikasi yang bisa digunakan untuk menyajikan dan mempromosikan sebuah ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh komunikator, dalam hal ini perusahaan, badan usaha maupun produsen kepada para komunikan yakni para pelanggan. Fungsi iklan pertama *informing* (memberi informasi), sebuah iklan dapat berperan untuk meningkatkan kesadaran para konsumen akan sebuah merek ataupun produk, selain itu iklan juga memiliki peran dalam penciptaan citra merek. Fungsi kedua *persuading* (membujuk), dimana sebuah iklan dapat membujuk konsumen dan menciptakan permintaan. Fungsi ketiga *reminding* (pengingat), periklanan dapat menjaga agar sebuah merek ataupun produk tetap segar dalam ingatan konsumen. Fungsi keempat *adding value* (meningkatkan nilai) sebuah iklan dapat memberi nilai tambah yang dapat mempengaruhi persepsi para konsumen terhadap sebuah produk atau merek. Fungsi kelima *assisting* (mendampingi), iklan merupakan bentuk upaya dari perusahaan untuk melakukan proses komunikasi pemasaran [1].

Banyak cara untuk menunjukkan sebuah iklan, salah satunya yaitu menampilkan iklan melalui *Facebook ads*. *Facebook ads* adalah salah satu kegiatan iklan melalui konten berbayar di *Facebook* untuk menjangkau *audience* yang lebih luas dan lebih ditargetkan. Dilansir dari dataindonesia.id, *Facebook* adalah aplikasi yang telah mempunyai 2,93 miliar pengguna dari seluruh dunia dan 129,85 juta

pengguna lebih di Indonesia. dimana paling banyak dipakai oleh kalangan remaja [2]. Dari data diatas dapat disimpulkan *Facebook* adalah platform yang sesuai untuk menayangkan sebuah iklan. Selain itu, fitur dari *Facebook ads* antara lain terdapat targeting iklan lebih spesifik dan jumlah penayangan dapat dipantau.

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha, suatu perusahaan ataupun bisnis mesti lebih inovatif dalam penyajian informasi (iklan) ataupun taktik pemasaran agar dapat meningkatkan profit perusahaan. Terlebih ketika bisnis tersebut masih tergolong skala kecil dan menengah (UMKM), peranan media promosi sangatlah penting untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap produk maupun eksistensi sebuah bisnis. ada banyak cara yang bisa digunakan oleh pemilik bisnis ataupun manajemen perusahaan dalam mengkomunikasikan sebuah pesan promosi yakni melalui media *offline* seperti koran, pamflet, brosur ataupun banner serta ada pula media *online* seperti media sosial dan email marketing. menurut laporan APJII dan We are social media di tahun 2023, pengguna internet di Indonesia sendiri mencapai lebih dari 212 juta penduduk [3]. Alasan ini membuatnya menjadi saluran promosi yang potensial terlebih ada banyak tools ads yang bisa dipergunakan untuk targeting market. Promosi secara online atau *E-Promotion* adalah aktivitas promosi yang dilakukan menggunakan media internet dimana beberapa kelebihanannya yakni adanya saluran multimedia, lebih interaktif serta real time. pengembangan sistem informasi promosi secara online dapat mempermudah penyampaian informasi dan pengenalan ke konsumen secara mudah dan detail [4]. Maka dari itu pengembangan sistem informasi Bagi pemilik bisnis sendiri promosi secara online cenderung lebih efektif, efisien serta ekonomis. Nasi Bakar Nuka adalah salah satu UMKM kuliner yang telah berjalan sejak agustus 2022 dan berlokasi di Jalan Pleret No.KM 2, Banjardadap, Potorono, Kec. Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Nasi Bakar Nuka sendiri masih menggunakan sarana media offline seperti banner untuk menginformasikan kepada pelanggan terkait produk yang dijual, dan hal tersebut membuat skala pemasarannya cenderung lebih sempit karena hanya masyarakat yang berlalu lalang di jalan tersebut saja yang mengenal UMKM ini.

Maka dari itu penulis disini akan menggunakan iklan media elektronik untuk memperkenalkan Nasi Bakar Nuka. Pada pembuatan iklannya sendiri mengaplikasikan teknik *live shoot dan motion graphic*. *Live shot* itu sendiri adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada saat proses editing, semuanya bisa menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut[5] *Motion graphics* merupakan grafis yang menggunakan video atau animasi untuk menciptakan sebuah ilusi dari gerak ataupun sebuah transformasi. *Motion graphic* menggabungkan semua elemen multimedia seperti gambar, suara, teks, dan animasi dalam menyajikan informasi yang menyenangkan sehingga audiens yang menyaksikan lebih tertarik untuk mengikuti informasi yang disajikan [6] . Diterapkannya teknik *motion graphic* dan *live shoot* ini sebab visual yang ditampilkan lebih mudah dicerna oleh siapa saja yang melihatnya. *Motion graphic* mempunyai daya pikat yang menarik perhatian serta berguna dan memungkinkan pemirsa memetik makna dari visual yang ditampilkan sehingga pemirsa akan disuguhkan pengalaman visual yang menyenangkan. Yang diharapkan dengan video iklan ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menyukai dan membeli produk yang disediakan oleh Nasi Bakar Nuka.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan , penulis ingin merancang dan membuat video iklan dengan judul **“Perancangan Dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Nasi Bakar Nuka Dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* Dan *Motion Graphic*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, dapat diuraikan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana cara membuat video iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada Nasi Bakar Nuka?” .

1.3 Batasan Masalah

Agar penyusunan skripsi tidak menyimpang dari pokok permasalahan dan dapat terfokus untuk mengatasi permasalahan diatas, maka dalam penyusunan skripsi ini permasalahan yang dibahas meliputi :

1. Penelitian ini dilakukan di Nasi Bakar Nuka.
2. Teknik yang digunakan adalah *live shoot* yang dipadukan dengan *motion graphic*.
3. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah *Adobe Premiere*, *Adobe After Effects* dan *Adobe ilustrator*.
4. Video iklan berdurasi 1 menit 21 detik dengan Format yang digunakan yaitu video mp4 dengan kualitas Full HD resolusi 1920x1080p 30Fps.
5. Hasil dari pembuatan video akan di tayangkan di *Facebook*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian ini secara garis besar adalah :

1. Merancang dan membuat video iklan sebagai media promosi dan informasi Nasi Bakar Nuka.
2. Mengimplementasikan penggabungan teknik *live shoot* dan *motion graphic* yang diharapkan dapat menampilkan sebuah video iklan Nasi Bakar Nuka yang lebih menarik.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang dilakukan , antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan menjadi Referensi Penulisan Karya ilmiah dalam bentuk skripsi bagi orang lain yang mencari pembahasan tentang *live shoot* dan *motion graphic*. Serta membuka dan mengembangkan wawasan dalam lingkup teknologi informasi yang akan meningkatkan kreativitas dalam menciptakan suatu karya dengan memanfaatkan teknologi komputer sebagai sarana pembelajaran dalam lingkup media informasi khususnya pada video iklan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi media yang dapat digunakan untuk mempromosikan dan menginformasikan Nasi bakar Nuka.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian terdiri dari lima bab dan masing-masing memiliki beberapa sub-bab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya.

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

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan dasar teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Dimulai dengan kajian Pustaka, dan berisi definisi-

definisi dan teori-teori yang menjadi dasar penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan menjelaskan secara umum mengenai gambaran penelitian dan perancangan proyek. Dalam hal ini adalah pembahasan kebutuhan system dan perancangan video.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang rancangan dan implementasi video iklan Nasi Bakar Nuka yang dikerjakan, seperti pengambilan dan pembuatan gambar, editing video hingga *composition* dan *rendering*.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Yang didalamnya akan dibahas mengenai evaluasi hasil akhir dari penelitian. Kesimpulan berisi keseluruhan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya. Dan juga disertai saran yang mungkin dapat berguna untuk pengembangan pembuatan media informasi multimedia berbasis video iklan.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar Pustaka akan diuraikan semua referensi dan pustaka yang telah dijadikan acuan dalam penulisan penelitian yaitu berupa sumber-sumber dalam membantu menyelesaikan penelitian.