

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Multimedia merupakan salah satu dari produk teknologi informasi yang ada saat ini. Kelebihan dari multimedia adalah menarik daya imajinasi dan menarik minat, karena merupakan gabungan antara gambar, suara dan gerakan (*animasi*) dengan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat ber-(navigasi) dan berinteraksi. Multimedia juga dapat digunakan dalam bidang pemasaran, yaitu untuk mempromosikan suatu produk dan jasa suatu perusahaan kepada publik atau pasar sasaran. Melalui multimedia inilah perusahaan dapat menyampaikan informasi produk yang dijualnya kepada konsumen dengan audio dan visual yang menarik.

Café Moro Kangen didirikan oleh Taufik Wahyu pada tanggal 10 Desember 2018 berlokasi di Jl. Jurang Kalisalak Salaman Magelang. Yang spesial dari Coffee shop ini selain menyediakan tempat nongkrong atau bersantai yang nyaman adalah Coffee shop ini juga menyediakan berbagai macam jenis tembakau dengan berbagai macam rasa.

Saat ini Café Moro Kangen sedang melakukan promosi melalui media sosial. Media sosial yang digunakan untuk promosi adalah *Instagram* dan *facebook* dengan memposting produk yang hanya berupa foto yang didalamnya terdapat kata-kata dari para *customer* (foto testimoni). Walaupun metode yang selama ini dilakukan sudah cukup efektif namun menurut pemilik café moro kangen, ingin

meningkatkan metode promosinya dengan menggunakan video sebagai media iklannya. Video promosi yang dibuat dengan kreatif tentunya akan membantu Café Moro Kangen untuk memberikan informasi produk yang di tawarkan kepada calon konsumen, akan tetapi dengan sumber daya manusia yang terbatas Café Moro Kangen belum bisa merealisasikannya.

Dari masalah diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul “Pembuatan Video Iklan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Café Moro Kangen”. Video iklan yang akan dibuat menerapkan teknik live shoot dan motion graphic, menyesuaikan kebutuhan dari Café Moro Kangen dan ketentuan-ketentuan iklan pada Instagram.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana cara membuat video iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media promosi Café Moro Kangen?

### **1.3. Batasan Masalah**

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

- a. Video dibuat untuk mempromosikan Café Moro Kangen
- b. Hasil video tidak lebih dari 60 detik
- c. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *live shoot dan motion graphic*.
- d. Video dirancang menggunakan software *Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe After Effects CC 2018, Adobe Audition CC 2018 dan*

- e. Video iklan di iklankan pada instagram Café Moro Kangen

#### **1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat dan merancang video iklan dengan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media untuk mengenalkan Café Moro Kangen ke masyarakat luas melalui media sosial Instagram. Supaya membantu calon konsumen untuk mengetahui Café Moro Kangen.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

- a. Membantu Cafe Moro Kangen untuk menampilkan informasi produk ke masyarakat.
- b. Membantu masyarakat untuk mengetahui produk yang ditawarkan Café Moro Kangen.

#### **1.6. Metode Penelitian**

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan iklan diantaranya yaitu :

##### **1.6.1. Metode Pengumpulan Data**

##### **1.6.1.1. Metode Observasi**

Metode observasi ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang

dituju, yaitu Café Moro Kangen. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

#### **1.6.1.2. Metode Wawancara**

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan Pemilik Café Moro Kangen.

#### **1.6.1.3. Metode Kepustakaan**

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi teori dari buku, jurnal atau internet yang bersangkutan dengan penelitian ini.

#### **1.6.2. Metode Analisis**

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

#### **1.6.3. Metode Perancangan**

### **1.6.3.1. Merancang Konsep Video Iklan**

Merancang konsep video iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi agar menghasilkan video iklan yang menarik.

### **1.6.3.2. Merancang Isi Video Iklan**

Merancang isi video iklan merupakan penerapan atau implementasi dari perancangan konsep video iklan. Video iklan harus menarik dan memiliki informasi seputar hal yang di iklankan.

### **1.6.3.3. Merancang Naskah Video Iklan**

Dalam merancang naskah video iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang akan disampaikan agar dapat membidik sasaran yang ditentukan.

### **1.6.3.4. Merancang Storyboard**

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

### **1.6.3.5. Memproduksi Iklan**

Tahap ini adalah penerapan dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses penting yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

#### **1.7. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

##### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, konsep dasar iklan, jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media promosi Café Moro Kangen.

##### **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan iklan video iklan.

##### **BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang proses dan perancangan video iklan.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang bersifat membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.

## **LAMPIRAN**

