

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Ahli Teori Perfilman Michael Betancourt, dalam artikelnya yang berjudul *The Origins of Motion Graphics*, yang terdapat di *Cinegraphic* pada tanggal 6 Januari 2012, *motion graphic* adalah media yang menggunakan rekaman video dan / atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia. *Motion graphic* biasanya ditampilkan melalui teknologi media elektronik, tetapi dapat ditampilkan melalui petunjuk didukung teknologi (misalnya *thaumatrope*, *phenakistoscope*, *stroboscope*, *zoetrope*, *praxinoscope*, dan *flip book* juga). Istilah ini berguna untuk membedakan *still graphics* dari grafis dengan penampilan yang berubah dari waktu ke waktu (*transforming graphics*) [1].

LapauBetuah adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner yang mengusung konsep pelopor tempat makan bernuansa budaya “Minang Melayu” di Yogyakarta. Dengan mengusung konsep seperti itu rumah makan “*LapauBetuah*” menjual berbagai macam masakan khas Minang (Sumatra Barat) dan Melayu (Riau). Dengan dirintisnya usaha kuliner ini rumah makan “*LapauBetuah*” ingin memperkenalkan berbagai macam masakan khas Minang (Sumatra Barat) dan Melayu (Riau) melalui iklan kepada masyarakat luas, akan tetapi karena usaha rumah makan *lapau betuah* yang baru berdiri dan hanya baru melakukan promosi yang seadanya membuat pemilik rumah makan meminta bantuan kepada penulis

agar dibuatkan sebuah video yang dapat merangkup segala aspek tentang rumah makan dari lapau betuah tersebut..

Dengan latar belakang masalah di atas tersebut, penulis membuat penelitian berjudul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Sarana Promosi Rumah Makan “LapauBetuah” Nuansa Budaya Minang Melayu Menggunakan Teknik Motion Graphic”, yang diharapkan dapat memperkenalkan serta mempromosikan rumah makan “LapauBetuah”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana pembuatan iklan menggunakan teknik motion graphic sebagai sarana promosi pada rumah makan “LapauBetuah”?

1.3 Batasan Masalah

Agar batasan masalah tidak meluas dan menyimpang dari pokok pembahasan maka penulis merumuskan batasan masalah sebagai berikut :

1. Tempat penelitian di rumah makan “LapauBetuah”
2. Software yang digunakan yaitu :
Adobe after effect, Adobe Premier, Adobe Photoshop, Adobe Audition,
Adobe illustrator
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *Motion Graphic*. Karena di Teknik motion graphic kita dapat menambahkan beberapa hal contohnya animasi.

4. Media promosi video di sosial media Instagram. Karena di Instagram promote target iklan bisa lebih spesifik contohnya lokasi, usia dan jenis kelamin.
5. Durasi 60 detik. Karena merupakan durasi video maksimal di Instagram promote.

1.4 Tujuan Penelitian

“Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Sarana Promosi Rumah Makan “LapauBetuah” Nuansa Budaya Minang Melayu Menggunakan Teknik Motion Graphic” tujuan penelitian ini adalah:

1. Membuat iklan berbasis multimedia sebagai sarana penyampaian informasi, media publikasi kepada masyarakat sebagai sarana untuk promosi iklan rumah makan “LapauBetuah”
2. Membuat dan mengaplikasikan teknik motion graphic dalam iklan tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari judul penelitian yang penulis buat yaitu “Perancangan dan Pembuatan Iklan Sebagai Sarana Promosi Rumah Makan “LapauBetuah” Nuansa Budaya Minang Melayu Menggunakan Teknik Motion Graphic” terdapat beberapa manfaat untuk penulis dan pembacanya yaitu:

1. Memperkenalkan rumah makan “LapauBetuah” kepada masyarakat luas yang ingin mencoba berbagai macam masakan khas Minang Melayu.
2. Membantu mempromosikan makanan yang dijual oleh rumah makan “LapauBetuah”.

1.6 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data :

1. Interview

Yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh penjelasan secara langsung dari pihak objek yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan video iklan.

2. Kepustakaan

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku - buku sebagai bahan referensi yang berhubungan dalam masalah penyusunan skripsi ini.

3. Studi Literatur

Metode yang digunakan dengan mengumpulkan data menggunakan literatur yang dapat dipakai seperti memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan mengunjungi berbagai situs web maupun jurnal yang berhubungan dengan editing foto/video, motion graphic dan video iklan.

4. Perancangan

Untuk mempermudah suatu proses produksi, dalam tahap ini akan dibuat suatu naskah, storyboard, perancangan tokoh, setting background, dan peralatan pendukung lainnya.

5. Implementasi

Pada tahap ini akan ditunjukkan langkah – langkah dalam pembuatan video iklan rumah makan“LapauBetuah”.

6. Eksperiment

Cara paling efektif untuk belajar adalah dengan praktek secara langsung. Untuk menerapkan pengetahuan yang dimiliki, serta melatih kemampuan dalam pembuatan video iklan tersebut, termasuk kesulitan yang di dapat dalam skripsi tersebut.

7. Editing

Melakukan pengeditan berupa gambar, suara, pengaturan durasi dan penambahan efek dalam project skripsi tersebut.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulis skripsi ini terbagi ke dalam 5 bab, sebelum bab pertama disajikan, terdapat halaman formalitas yang terdiri dari judul, halaman, pengesahan halaman motto, halaman kata pengantar, dan halaman daftar isi, serta daftar gambar dan tabel bila diperlukan, dan setelah bab ke lima disertakan daftar pustaka dan lampiran.

Pembagian bab demi bab dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode perancangan dan sistematika penulisan.

2. BAB II Tinjauan Pustaka

Berisi tinjauan pustaka yang dipakai penulis dalam membuat skripsi yang meliputi materi tentang pembuatan Video Iklan Rumah Makan “LapauBetuah”.

3. BAB III Analisis dan Perancangan Sistem

Berisi tentang penyusunan naskah dan penerapan aplikasi yang digunakan dalam proses pengeditan video.

4. BAB IV Implementasi dan Pembahasan

Berisi tentang penerapan yang terdapat di BAB III ke dalam pembuatan project yang berupa video iklan.

5. BAB V Penutup

Berisi tentang kesimpulan serta saran dari project yang dibuat berdasarkan teori dan teknik yang digunakan dalam penelitian tersebut.

