

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kasali, secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan oleh suatu masyarakat lewat suatu media. Namun demikian, untuk membedakannya dengan pengumuman biasa, iklan lebih diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli. [1]

Dalam dunia bisnis peran media informasi sebagai promosi sebuah produk maupun jasa sangatlah penting. Semakin berkembangnya jaman semakin berkembang pula cara, waktu, konsep serta ide penyampaian informasinya. Media promosi sendiri secara garis besar dibedakan menjadi dua jenis yakni media informasi online dan media informasi offline. Pemilihan media informasi yang tepat sangatlah mempengaruhi efektifitas dalam mempromosikan sebuah produk maupun jasa.

Mitro Kopi merupakan sebuah kedai kopi yang beralamatkan di jalan Stadion, Wedomartani Ngemplak, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kedai ini mempunyai ciri khas tersendiri yang jarang ditemui pada kedai kopi lain, yaitu dengan mengusung konsep retro atau tempo dulu sehingga apabila kita berada di kedai ini akan terasa sekali suasana klasiknya. Kedai Mitro Kopi bukan sekedar tempat untuk nongkrong, kedai ini menyediakan banyak minuman kopi premium dari berbagai daerah di Indonesia dengan harga terjangkau, makanan ringan dan

makanan berat pun juga dijual di kedai ini. Kedai Mitro kopi sendiri dikenal orang melalui mulut Kemulut dan hanya mempunyai media promosi berupa akun facebook dan Instagram saja untuk memasarkan produknya.

Media yang digunakan oleh pemilik tersebut sudah berjalan dengan baik, akan tetapi, pemilik ingin meningkatkan metode promosi produknya karena selama ini promosi yang sudah digunakan di facebook dan Instagram masih berbentuk teks dan gambar yang nantinya akan ditambahkan video.

Berdasarkan Tugas akhir yang dibuat oleh Hardiyah Wahyudi yang berjudul Pembuatan Iklan Televisi Untuk Agen Wisata Kama Holidays dengan konsep Motion Graphic, iklan dengan memanfaatkan video motion graphic lebih menarik daripada iklan yang hanya menampilkan teks dan gambar saja. Iklan Video motion graphic lebih menarik dikarenakan mempunyai lima unsur multimedia yakni teks, gambar, suara, animasi dan visual efek. Selain itu, iklan dengan memanfaatkan video dapat diterapkan secara fleksibel pada sebuah media informasi, seperti Instagram dengan resolusi video 1080x1080. [2]

Dengan keunikan yang berbeda dari kedai kopi lain yaitu suasana retro yang sangat kental, sangat sayang sekali jika mitro kopi belum mempunyai media iklan yang efisien dan efektif. Oleh karena itu penulis berinisiatif membuat sebuah media promosi dengan memanfaatkan video animasi Motion Graphic dalam mempromosikan produk Kedai Mitro Kopi. Dengan menambah media informasi berupa iklan diharapkan mampu memberi kesan dan daya tarik yang lebih kuat kepada masyarakat untuk berkunjung ke Kedai Mitro Kopi serta mengenal lebih dalam jenis-jenis kopi yang disediakan Kedai Mitro Kopi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana cara membuat video animasi motion graphic sebagai media promosi yang dapat meningkatkan penjualan produk Mitro Kopi.”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan diuraikan pada penelitian ini adalah:

1. Video Promosi ini memuat animasi dua dimensi tentang kedai mitrokopi
2. Video promosi ini dibuat menggunakan Adobe After Effect CS6, Adobe Premier CS6, Adobe Ilustrator CS6, CorelDraw X7, Adobe Audition CS6.

1.4 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video animasi sebagai media promosi kedai mitro kopi.
2. Menerapkan beberapa prinsip dasar animasi pada video promosi kedai mitro kopi.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mempromosikan kedai mitro kopi kepada masyarakat.
2. Untuk meningkatkan penjualan produk Mitro Kopi.
3. Untuk memperkenalkan jenis – jenis kopi kepada masyarakat.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Bagi penulis

1. Penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh saat kuliah.
2. Prasyarat kelulusan program studi Diploma 3 jurusan Manajemen Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer (A.Md).

1.6.2 Bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan Tugas Akhir.
2. Referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan Tugas Akhir bagi mahasiswa yang sedang mengambil Tugas Akhir.

1.6.3 Bagi Kedai Mitro Kopi dan Masyarakat

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Meningkatnya pengunjung kedai mitro kopi.
2. Mengenalkan jenis-jenis kopi dan minumannya kepada masyarakat.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang didukung dengan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan untuk melengkapi data pada penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan

Menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah baik tercetak maupun digital.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab terhadap interviewee. Interviewee dalam memperoleh data adalah pemilik dan karyawan kedai mitro kopi. Peneliti menanyakan perihal jenis – jenis kopi, sejarah singkat mitro kopi, dan susunan organisasi mitro kopi.

3. Observasi

Obsrervasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Hasil observasi yang dilakukan peneliti berupa jumlah pengunjung mitro kopi setiap harinya.

1.8 Sistematika Penulisan

Bab I – Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan laporan penelitian, hingga jadwal rencana kegiatan penelitian.

Bab II – Dasar Teori, menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan pembuatan Video Animasi Motion Graphic secara detail, serta hal yang berkaitan langsung dengan ilmu atau masalah yang diteliti.

Bab III – Gambaran Umum, berupa gambaran umum tentang Kedai Mitro Kopi, yang meliputi sejarah singkat Mitro Kopi, visi dan misi segmentasi pasar serta susunan organisasi.

Bab IV – Pembahasan, membahas tentang ide, pembuatan storyboard, pembuatan sketsa karakter, dan background, penganimasian dengan menerapkan beberapa prinsip animasi, pengisian suara, editing sampai hasil akhir.

Bab V – Penutup, menyampaikan kesimpulan (jawaban dari rumusan masalah yang terdapat di Bab I), saran penggunaan terhadap objek penelitian dan saran pembuatan Video Animasi Motion graphic yang lebih menarik lagi.

1.9 Jadwal Rencana Kegiatan

NO	KEGIATAN	MEI				JUNI				JULI			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Pengumpulan Data	■	■										
2	Penulisan Laporan			■	■	■	■	■	■	■	■		
3	Asistensi BAB I				■								
4	Asistensi BAB II					■							
5	Asistensi BAB III						■						
6	Asistensi BAB VI							■	■	■			

7	Asistensi BAB V																			
8	Analisi Kebutuhan																			
9	Rancangan Animasi																			
10	Uji Coba Animasi																			
11	Revisi Naskah, Desain Rancangan, Animasi																			
12	Implementasi Animasi																			
13	Penulisan Akhir Laporan																			
14	Pendadaran																			

