

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan adalah kebutuhan pokok sebuah bisnis saat ini. Tanpa iklan, produk yang diciptakan tidak akan dikenal dan bahkan tidak akan bisa terjual. Membuat iklan juga ada banyak macam dan jenisnya [1]. Bukan hanya iklan berupa tulisan yang dicetak, namun juga dibuat dengan cara yang paling efektif adalah melalui tampilan video yang menarik. Cara ini yang dapat dijadikan sebagai alat bantu pemasaran perusahaan dengan menggunakan media video atau sering disebut dengan '*video marketing*'. Pengaruh besar dalam bentuk alat bantu mempromosikan suatu bidang usaha yaitu seperti pembuatan video iklan yang merujuk ke profil perusahaan untuk mengenkannya secara umum. Saat ini, banyak bidang usaha yang menggunakan media video untuk menginformasikan tentang keberadaan bidang usaha tersebut antara lain adalah Goeboex Coffee

Goeboex Coffee adalah salah satu bidang usaha kedai kopi yang didirikan pada tahun 2006 dan terletak di Jl. Perumnas, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta dengan luas gerai 3000 m², memiliki 40 karyawan tetap dan mulai buka dari jam 14.00-01.00. Sesuai namanya, konsep gerai kopi ini berbentuk bangunan gubuk tradisional yang sangat sederhana dan banyak ruangan terbuka. Namun konsep terbuka dan terkesan santai inilah justru membuatnya nyaman. Disana juga membangun area olahraga yang belakangan sangat digemari anak muda yaitu sebuah tempat lapangan futsal bernama Goeboex Futsal. Goeboex Caffee juga

menyediakan reguler musik dan tempat nonton bareng bola sehingga dapat menarik banyak pengunjung setiap hari baik dari masyarakat dan kalangan mahasiswa.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan antara peneliti dan pemilik Goeboex Coffee bahwa, permasalahan yang terjadi di Goeboex Coffee adalah berkaitan dengan media promosi yang masih menggunakan media poster atau lewat media pengumuman, yang dibagikan kepada pelanggan atau dibagikan di lingkungan sekitar, dan juga lewat sosial media, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Selain itu, Goeboex Coffee tidak mempunyai promosi khusus untuk membuat sesuatu yang spesial dalam memperkenalkan profil dan produk Goeboex Coffee yang dapat meningkatkan Omset penjualan dan menarik pelanggan. Sehingga, semua itu menjadikan media promosi Goeboex Coffee menjadi kurang efektif.

Dari permasalahan tersebut, ada beberapa solusi kemungkinan yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk membantu Goeboex Coffee dalam meningkatkan omset penjualan dan memperkenalkan profil serta produknya antara lain, dengan menggunakan media iklan lewat pesan suara, pesan tertulis, pesan gambar dan gabungan dari ketiganya.

Pendekatan alternatif yang dilakukan oleh peneliti terhadap solusi yang mungkin untuk membantu dalam menaikkan omset penjualan, menarik masyarakat dan juga untuk mengenalkan tentang profil Goeboex Coffee bahwa akan dilakukan penelitian “PEMBUATAN IKLAN ANIMASI 2D SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA GOEBOEX COFFEE YOGYAKARTA”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah

Bagaimana cara membuat media promosi menggunakan video iklan yang bertujuan untuk mengenalkan gambaran tentang Goeboex Coffee dan untuk menarik pelanggan?

1.3 Batasan masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Iklan animasi 2D Goeboex Coffee ini di buat dalam durasi 1menit 5 detik.
2. Teknik yang digunakan pembuatan iklan ini adalah *Motion Graphics*.
3. Format video iklan animasi ini adalah (.mp4).
4. *Software* yang digunakan untuk pembuatan animasi 2D ini di buat menggunakan beberapa perangkat lunak seperti, *Adobe After Effects*, *Adobe audition*, *Adobe Illustrator*, dan *Corel draw*. *Adobe Flash*. Pembuatan objek menggunakan lebih dari satu *Software* untuk menggambar.
5. Penelitian ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak Goeboex Coffee dan penayangan Goeboex Coffee satu kali di perusahaan oleh pihak peneliti.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Perlunya pengembangan dan pengelolaan situs dan kawasan Goeboex Coffee dengan kegiatan serta fasilitas yang mampu meningkatkan pencitraan dan apresiasi pengunjung.

Sebagai syarat utama dalam menyelesaikan Program Studi D3 untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui latar belakang dan perumusan masalah, tujuan dari penelitian adalah:

- a. Meningkatkan omset penjualan dan pelanggan pada Goeboex Coffee
- b. Menjelaskan gambaran umum Goeboex Coffee agar masyarakat lebih mengenal tentang hal-hal apa saja yang ada disana.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentunya akan bermanfaat, adapun manfaat yang diperoleh baik bagi peneliti sendiri maupun pihak-pihak yang terkait adalah:

1. Bagi Peneliti :
 - a. Menambah wawasan dan pengalaman dalam pembuatan video iklan menggunakan bermacam – macam *software* Multimedia.
 - b. Menerapkan ilmu dan teori – teori selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta ke dalam aplikasi nyata secara praktek.
 - c. Mengembangkan ilmu dan membuka wawasan pengetahuan sesuai dengan bidang teknologi sistem informasi.

2. Bagi Goeboex Coffee :

- a. Masyarakat khususnya masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk berkunjung ke Goeboex Coffee.
- b. Mempunyai suatu sarana publikasi yang dapat di gunakan sebagai sumber informasi yang dapat di manfaatkan oleh Goeboex Coffee.

3. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

Adapun manfaat yang diperoleh Universitas Amikom Yogyakarta adalah:

- a. Sebagai tambahan referensi perpustakaan yang dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menambah pengetahuan pembaca.

1.6 Metode Penelitian

Ada dua metode penelitian yang digunakan yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh jawaban-jawaban dari penelitian ini, peneliti akan melakukan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian adalah Goeboex Coffee data yang diperoleh dengan pengamatan langsung ini adalah data pengunjung Goeboex Coffee. Peneliti memperoleh data dengan cara memperhatikan banyaknya pengunjung Goeboex Coffee.

2. Wawancara

Melakukan tanya jawab dengan pemilik atau karyawan Goeboex Coffee secara langsung tentang manajemen, yang meliputi promosi, penjualan,

pelayanan, strategi pemasaran, riset pemasaran, dan lain-lain yang terkait manajemen.

3. Kepustakaan

Dari studi pustaka diperoleh langkah-langkah pembuatan keseluruhan tugas akhir ini secara baik. Dengan studi pustaka ini penulis mempelajari teori-teori dari literatur dan bacaan lainya yang dapat membantu dalam pemecahan masalah.

1.6.2 Tahapan Pembuatan Video Animasi 2D

a. Pra produksi

Pra produksi adalah tahapan sebelum produksi. Disini semua hal yang berkaitan dengan proses pembuatan karya animasi disiapkan. seperti membuat cerita, membuat storyboard, membuat animasi, merancang warna.

b. Produksi

Produksi adalah tahapan dimulainya proses membuat karya animasi. Pada tahap ini dibagi menjadi beberapa tahapan seperti membuat *keyframe*, *inbetween*, *clean up*, *coloring*, *finishing*, *render*.

c. Pasca produksi

Pasca produksi adalah bagian terakhir dari rangkaian proses pembuatan karya animasi. Disini karya animasi tadi akan dipoles dan diedit sehingga menjadi sebuah karya utuh yang enak dilihat.

1.6.3 Metode Testing

Metode *testing* yang digunakan adalah mencocokkan hasil akhir animasi

dengan rancangan awal yang telah dibuat yang meliputi karakter, naskah, storyboard, durasi, parameter standar HD youtube, serta penerapan prinsip animasi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang dilakukan penulis dalam pembuatan laporan pada Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran dari tugas akhir yang akan di buat yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang pengertian dari system informasi periklanan televisi dan *software-software* yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini.

BAB III : TINJAUAN UMUM

Pada bab ini berisi tentang sejarah singkat, visi dan misi, serta data data lain yang di peroleh dari dewi.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang perancangan konsep dan penjelasan dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan laporan Tugas Akhir yang di buat serta saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi sumber-sumber pustaka yang diambil untuk membantu penyusunan Tugas Akhir ini