

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis dibidang kuliner saat ini di kota Yogyakarta sangat pesat, begitu juga diikuti persaingan yang sangat ketat. Salah satu persaingan yang sangat ketat ini bisa dilihat dari banyaknya kafe-kafe baru. Untuk menarik pengunjung, banyak kafe melakukan berbagai bentuk promosi seperti melakukan penyebaran brosur, membuat papan nama yang berukuran besar dengan desain menarik, renovasi ruangan dan lain-lain agar semakin menarik minat pengunjung dari berbagai kalangan sosial.

Kedai Maian Bugisan adalah kafe yang berlokasi di Jalan Bugisan Selatan, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kedai Maian adalah kafe dengan tema klasik yang menjadi obyek penelitian dalam skripsi ini.

Dalam memperkenalkan Kedai Maian sampai pada saat ini mengandalkan relasi dari mulut kemulut dan media sosial Instagram untuk menjangkau konsumen. Kebutuhan mempublikasikan profil merupakan hal yang berpengaruh terhadap reputasi perusahaan untuk bisa dikenal. Oleh karena itu Kedai Maian perlu meningkatkan citra perusahaan melalui media pemasaran yang lebih menarik, salah satunya menggunakan video iklan yang mencakup unsur multimedia antara lain audio, video, gambar, teks dan animasi untuk menyampaikan produk Kedai Maian agar lebih jelas penyampaiannya dan mudah di mengerti oleh masyarakat sehingga dapat memperluas pangsa pasar.

Banyak sekali perkembangan tentang multimedia, sebagaimana mestinya multimedia sangat menguntungkan bagi bisnis apapun itu. Dan salah satunya adalah video iklan.

Kedai Maian berdiri sejak September 2017, dan belum memiliki banyak pengunjung, karena Kedai Maian belum memiliki iklan video untuk mengenalkan kafe ini pada khalayak, maka dalam penulisan skripsi ini, diambil judul: Perancangan dan Pembuatan Iklan untuk Media Promosi Kedai Maian Yogyakarta Menggunakan Live Shoot dan Motion Graphic.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana membuat video iklan Kedai Maian dengan menggabungkan teknik *live shot* dan *motion graphic* sebagai media promosi”

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan Kedai Maian, adapun batasan masalah pada hal hal tersebut:

- a. Pembuatan iklan ini menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic*
- b. Penelitian ini hanya dilakukan sampai pembuatan prototype iklan
- c. Durasi video iklan 60 detik
- d. Video iklan diuji melalui media sosial Instagram
- e. Pendistribusian iklan dilakukan oleh pihak Kedai Maian

- f. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Adobe Premiere CS6, Adobe Audition CS6, Adobe Illustrator CS6, Adobe After Effect CS6

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dari penelitian ini antara lain:

- a. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain:

- a. Membuat iklan Kedai Maian dengan menggabungkan teknik *live shot* dan *motion graphic*
- b. Membantu mempromosikan Iklan Kedai Maian agar dikenal konsumen luas.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap iklan yang menggabungkan teknik *live shot* dan *motion graphic* baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk bahan referensi.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak manajemen Kedai Maian, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.5.2 Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan merupakan tahapan pertama dalam pembuatan iklan ini yaitu tahapan pra produksi. Yaitu tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan diproduksi secara nyata. Yang harus dipikirkan pada tahap pra produksi adalah mempelajari naskah, *storyboard*, dan menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan. [1]

1.5.4 Metode Pengembangan

Pada metode pengembangan, tahap pertama adalah tahap produksi yaitu pembuatan bahan grafik berupa *flat design* pada Adobe Illustrator CS6, menggerakkan bahan grafik pada Adobe After Effects. Kemudian masuk dalam tahap pasca produksi yang didalamnya meliputi *compositing*, *editing* dan *rendering*.

1.5.5 Metode Implementasi

Pada metode implementasi, video dipublikasikan kedalam sosial media yang telah disediakan oleh pemilik Kedai Maian yaitu Instagram.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan tinjauan pustaka, konsep dasar pembuatan video animasi menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Kedai Maian, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan Kedai Maian dengan menggabungkan teknik *live shot* dan *motion graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

