

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media televisi merupakan salah satu media yang efektif untuk beriklan. Hal ini dikarenakan iklan televisi mempunyai karakteristik khusus yaitu kombinasi gambar, suara dan gerak. Oleh karena itu pesan yang disampaikan sangat menarik perhatian penonton. Karena sifat yang visual dan merupakan kombinasi warnawarna, suara dan gerakan, maka iklan televisi tampak hidup dan nyata [1].

Penggunaan *Live Shoot* digunakan untuk memberikan bantuan media marketing yang dilakukan pada Nggone Mbahmu *Coffee Roaster* adalah saat menampilkan suasana tempatnya, proses pembuatan *Coffee* yang dari awalnya hanya berupa biji kopi sampai menjadi *Coffee* yang siap dihidangkan, menampilkan bagaimana pelayanannya, dan mengangkat kesan unik tempat tersebut. Selain menggunakan *live shoot*, penggunaan *Motion Graphic* juga sangat diperlukan untuk memvisualisasikan logo dan lokasi Nggone Mbahmu *Coffee Roaster*.

Nggone Mbahmu *Coffe Roaster* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang bosnis kafe yang menjual berbagai jenis kopi dengan macam-macam varian jenis kopi yang akan dibuat serta ada juga camilan hingga makanan berat. berdiri pada tahun 2017 terletak dikota klaten yang lokasinya lumayan tersembunyi berada di tengah pemukiman padat penduduk. Nggoen Mbahmu *Coffe Roaster* ini memiliki tampilan

gaya industrial semi *outdoor*, gaya industrial yang sangat kuat terasa sekali di tampilan fisik bangunan .

Semakin tingginya tingkat persaingan dibidang yang sama mendorong Nggone Mbahmu *Coffee Roaster* untuk lebih memperkenalkan diri melalui media promosi yang lebih digital serta adanya keinginan untuk meningkatkan citra perusahaan menjadi landasan perancangan iklan perusahaan yang bersangkutan. Disamping itu adalah untuk memperbaiki identitas perusahaan yang sebelumnya masih memiliki kendala dibidang promosi yang masih menggunakan media Instagram saja.[2]



<https://www.instagram.com/nggonembahmu/?hl=id>

Gambar 1.1 Sarana Promosi Nggone Mbahmu *Coffe Roaster*

Dari masalah tersebut maka penulis akan membuat video iklan dengan menggabungkan teknik motion graphic dan livenesshoot dalam pembuatan video iklan

pada Nggone Mbahmu *Coffe Roaster*. Dikarenakan video iklan mempunyai jangkauan yang luas dan banyak informasi yang terdapat pada video tersebut yang dapat diketahui oleh masyarakat, maka penulis membuat skripsi berjudul: ***“Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Coffe Shop Nggone Mbahmu dengan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan pada penelitian yakni *“Bagaimana membuat Video Iklan Nggone Mbahmu dengan penggabungan teknik livenesshoot dan motion graphic?”*

1.3 Batasan Masalah

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

1. Video ini menggunakan teknik penggabungan *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Penelitian dilakukan di Nggone Mbahmu Coffe Roaster.
3. Pembuatan Video Iklan ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak Nggone Mbahmu Coffe Roaster satu kali oleh pihak peneliti.
4. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.
5. Menggunakan Software Adobe After Effect CC 2018, Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe Audition CC 2018.

6. Video Iklan ini tayang di Youtube karena sekarang banyak yang mengaksesnya, Instagram karena Instagram sebagai sarana iklan masa kini,
7. Dimensi video iklan ini 1920 X 1080 Video Size dengan type data (.mp4).
8. Durasi video iklan ini 45 detik.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Memenuhi syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membantu meningkatkan marketing Nggone Mbahmu agar lebih dikenal Masyarakat.
3. Membantu Nggone Mbahmu bersaing dengan competitor di mata klien dan masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu yang didapat selama di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan aplikasi Adobe Audition, Adobe After Effect, Adobe Premiere.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat memberi wawasan pengetahuan dan dapat sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam pembuatan Video Iklan.

3. Bagi Nggone Mbahmu

Dapat membantu Nggone Mbahmu dalam marketing kepada masyarakat luas.

4. Bagi Masyarakat Luas

Memberikan informasi bagaimana situasi, pelayanan dan tempat Nggone Mbahmu

1.6 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan, maka dalam pembuatan video iklan ini memerlukan data yang benar dan akurat. Maka yang akan digunakan dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi diantaranya :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam memperoleh data-data adalah sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan video iklan yang menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* baik dalam negeri maupun luar negeri untuk jadi refrensi.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak pemilik Nggone Mbahmu, untuk mendapatkan data data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode pembuatan iklan Nggone Mbahmu ini adalah menggabungkan video livenesshoot dengan motion graphic. Pada tahap ini dilakukan persiapan atau tahapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan yaitu: [3]

A. Pra Produksi

1. Ide cerita

Ide merupakan hal yang mendasar untuk mengembangkan sebuah karya multimedia. Biasanya ide ini akan diolah dan dikembangkan sesuai tujuan dan kreativitas guna menentukan alur cerita dalam sebuah iklan.

2. Alur Video

Menentukan alur cerita secara rinci yang nantinya akan divisualisasikan ke dalam bentuk storyboard.

3. *Storyline*

a. *Storyboard*

Merupakan pengorganisasi grafik, contohnya adalah sederetan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal.

b. *Script*

Naskah alur cerita dalam sebuah video.

B. Produksi

1. Pengambilan Video

Pengambilan gambar merupakan proses pengambilan video secara langsung (liveshoot).

2. Penganimasian

Proses menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet.

3. Pembuatan Narasi/Dubbing

Proses pengisian suara agar informasi yang diberikan lebih jelas dan mudah diterima.

C. Pasca Produksi

1. *Editing*

Editing Video merupakan tahap dimana pengelolaan dan pengeditan video dengan beberapa langkah seperti penggabungan video, pemotongan video, penambahan teks pengelolaan suara dan lain sebagainya

2. *Coloring*

Coloring adalah proses yang melibatkan penyesuaian gambar untuk “memperbaiki” setiap penyimpangan dari penampilan standart yang dapat mengubah nada visual dari seluruh fim setelah proses pengambilan gambar.

3. Rendering

Rendering adalah proses akhir dari keseluruhan proses pemodelan ataupun animasi komputer.

1.6.3 Metode *Testing*

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di media televisi atau media lainnya seperti (youtube,instagram, dll) dan melakukan kuisioner.[4]

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan gambaran secara keseluruhan berupa latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan iklan menggunakan penggabungan teknik liveness dan motion graphic, dan software-software yang akan digunakan dalam perancangan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab analisis dan perancangan berisi tentang sistem yang akan diimplementasikan pada bab selanjutnya.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab implementasi dan pembahasan ini menguraikan lebih rinci mengenai implementasi dari bab analisis dan perancangan dan hasil perancangan iklan Nggone Mbahmu Coffe Roaster.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang referensi referensi yang digunakan dalam pembuatan sistem informasi.

