

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan mempunyai berbagai macam bentuk yang dirancang untuk mencapai berbagai macam tujuan penjualan seketika, pengenalan merek, dan sebagainya. Video sangat membantu informasi ketika elemen multimedia lain kurang berhasil. Video juga merupakan metode yang cerdas untuk mengirimkan kepada multimedia audien yang melihat di televisi maupun internet. Kombinasi dari gambar, suara, teks menjadikan seseorang merasa tertarik untuk menonton video dibandingkan dengan mengkonsumsi media-media lainnya. Konsumen pun akan lebih mudah mencerna pesan-pesan yang diterima melalui video iklan. Itu sebabnya, video menjadi salah satu alternatif pebisnis untuk melakukan promosi bisnis mereka.[1]

Agar barang dan jasa yang ditawarkan sampai ke konsumen maka diperlukan informasi yang jelas melalui teknologi multimedia yaitu media promosi. Media promosi yang ditayangkan melalui media sosial merupakan bentuk media promosi yang digunakan produsen untuk mengkomunikasikan informasi dengan menjangkau penonton dalam jumlah besar. Oleh karena itu media promosi melalui media sosial dapat mendukung dalam mempengaruhi kemajuan suatu perusahaan atau instansi.[2]

Sop Djadoel merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa penyedia makanan yang didirikan tanggal 1 Januari 2017 berlokasi di Jalan Candi Sambisari, Purwomartani, Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sop Djadoel merupakan sebuah usaha jasa yang menyajikan menu spesial sop seperti sop daging sapi, sop iga, dan sop ayam, dengan berbagai macam kuah khas Sop Djadoel. Selain itu, Sop Djadoel juga menyediakan area parkir yang luas, taman bermain anak-anak, terapi ikan, dan suasana pedesaan yang masih kental sehingga terasa lebih sejuk dan nyaman, dengan begitu Sop Djadoel berpeluang besar bagi usaha dalam menarik konsumen dilihat dari fasilitas dan produk yang ditawarkan.

Sop Djadoel sudah membuat 4 papan petunjuk sebagai salah satu media promosi yang digunakan dalam kegiatan promosi, namun menurut Sop Djadoel media promosi yang selama ini digunakan masih belum dapat mencerminkan citra perusahaan karena menurut mereka media promosi melalui papan petunjuk belum dapat menyampaikan informasi secara jelas terhadap konsumen dan tiap harinya Sop Djadoel mendapatkan rerata 60 hingga 70 pelanggan.

Dibutuhkan teknik live shoot sebagai teknik dasar pembuatan video karena teknik ini menghasilkan video gambaran orang-orang dan sesuatu situasi yang serupa dengan dunia nyata disaat itu hingga terciptanya suatu adegan yang dramatis, yang membuat penonton terhanyut.[3]

Kelebihan Motion Graphic yang menghasilkan efek animasi, typography, 2D atau 3D, dan menciptakan komunikasi secara visual dari sebuah kumpulan

data, informasi dan desain dan tersampainya konsep yang kompleks dalam format yang lebih sederhana. [4]

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pembuatan Video Iklan Sebagai Sarana Promosi Sop Djadoel Dengan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic” sehingga dapat menjadi media untuk memperluas pemasaran Sop Djadoel yang dapat mencerminkan citra perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik sebuah rumusan masalah yakni, Bagaimana cara membuat video iklan sebagai sarana promosi Sop Djadoel dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan agar batasan masalah tidak meluas dan menyimpang dari pokok bahasan maka dirumuskan batasan masalah sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Penelitian ini dilakukan di Sop Djadoel.
3. Iklan ini berdurasi 1 menit.
4. Iklan akan ditayangkan di YouTube.
5. Kualitas video promosi yang dihasilkan adalah 1280 x 720 dengan aspect ratio 3:2 dan format video (.mp4).
6. Perangkat pembuatan yang digunakan :

- a. Monopod.
 - b. Kamera Canon 760d.
 - c. Lensa Fix 55mm STM.
 - e. Lensa Prime 18-55mm.
 - f. Media Penyimpanan (SD Card).
7. Perangkat lunak yang digunakan :
- a. Adobe After Effect.
 - b. Adobe Illustrator.
 - c. Adobe Audition.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Informatika Fakultas Ilmu Komputer.
2. Membuat video iklan sebagai sarana promosi sop djadoel dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* untuk memperluas pemasaran Sop Djadoel yang dapat mencerminkan citra perusahaan.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang digunakan untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, adapun metode ini memiliki keunikan dalam mendapatkan informasi tentang permasalahan pada penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian deskriptif menggunakan kuesioner dan wawancara, seringkali memperoleh responden yang sangat sedikit.

2. Penelitian deskriptif yang menggunakan observasi, kadangkala dalam pengumpulan data tidak memperoleh data yang memadai.
3. Penelitian deskriptif juga memerlukan permasalahan yang harus diidentifikasi dan dirumuskan secara jelas, agar di lapangan peneliti tidak mengalami kesulitan dalam menjangkau data yang diperlukan.

1.6 Metode Pengumpulan Data

1.6.1 Studi Literatur

Metode ini dilakukan dengan membaca dan memahami dari beberapa referensi yang sudah ada. Referensi yang digunakan berupa buku, jurnal, hasil penelitian sebelumnya, serta artikel online di perpustakaan Universitas Amikom pada bulan maret 2018 hingga bulan Juni 2018.

1.6.2 Wawancara

Wawancara dilakukan pada tanggal 17 April 2018 dengan ibu Ony selaku pemilik usaha di Sop Djadoel, Jalan Candi Sambisari, Purwomartani, Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian, dan dosen multimedia Amikom bapak Yogi Piskonata, S.S, M.Kom untuk ide dalam pembuatan video via WhatsApp.

1.6.3 Observasi

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap bentuk video promosi sop djadoel di Jalan Candi Sambisari,

Purwomartani, Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta ketika masih menggunakan video promosi sebelumnya dibulan maret 2018.

1.6.4 Metode Analisa

Metode yang digunakan oleh penulis berdasarkan hasil wawancara dan Observasi menggunakan metode analisa SWOT dalam penelitian ini.

1.6.5 Metode Perancangan

Melakukan langkah-langkah Pra Produksi yang meliputi ide/konsep pembuatan naskah dan storyboard. Serta menganalisa teknik pra produksi, produksi, pasca produksi yang akan diterapkan.[5]

1.6.6 Metode Pengembangan

Melanjutkan langkah-langkah pada tahap Pra Produksi, kegiatan dalam proses produksi berupa pemilihan lokasi, pengaturan kamera, pengambilan gambar. Setelah itu, masuk tahap pasca produksi yang berupa drawing, editing, suara direkam, rendering.[5]

1.6.7 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan hingga menguji media promosi apabila ada kesalahan, menentukan kelayakan video penayangan di media sosial berdasarkan beberapa aspek dan pemberian kuisioner.[5]

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap skripsi ini, maka pembahasan dibagi dalam beberapa bab sesuai dengan masing-masing pokok permasalahan, yaitu : [6]

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan di uraikan dan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan memberikan uraikan mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan penelitian dengan tema yang sama sebagai referensi penulis dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang di ambil penulis. Teori-teori ini diambil dari literature-literature, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai tinjauan umum dari objek, rincian biaya pembuatan media promosi dan perancangan media promosi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tahap produksi, tahap pasca produksi, dan pembahasan mengenai media promosi yang dibuat.

BAB V KESIMPULAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan penelitian in