

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Multimedia saat ini telah berkembang sangat pesat. Dan penggunaan multimedia meliputi berbagai aspek kehidupan. Salah satunya yang banyak digunakan adalah video. Video dapat digunakan sebagai media promosi atau periklanan, video blog, film, media dalam presentasi, dan lain sebagainya. Semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan video untuk kepentingan mereka dari mulai bisnis sampai hanya untuk bersenang-senang.

Eplus merupakan sebuah cafe atau *coffee shop*, yang hadir sejak bulan September 2018. Berlokasi di Jl. Candi Gebang, Wedomartani, atau berjarak sekitar 2km ke utara dari kampus Amikom Yogyakarta. Konsep yang ditawarkan dari cafe ini adalah *coffee-internet-event*. Yaitu selain menjajakan menu kopi dan eatery-nya, Eplus juga menawarkan *LAN space* untuk para pelanggan yang membutuhkan akses jaringan internet yang stabil dan cepat, dan juga menawarkan konsep *event* untuk semua jenis event internal maupun eksternal yang ingin bekerja sama dengan Eplus.

Karena dirasa hadir masih relatif baru Eplus membutuhkan sebuah media untuk menginformasikan atau mengilustrasikan tentang konsep, beberapa menu kopi dan eatery dan pengolahannya, informasi tentang *interior* dan *eksterior* Eplus, lokasi Eplus dan Fasilitas Eplus, menggunakan teknik

Live shoot dikombinasikan dengan teknik *Motion Graphic*. Penggunaan kedua teknik tersebut bertujuan untuk menjelaskan konsep *LAN space* Eplus yang saat ini masih menjadi konsep satu-satunya cafe di Yogyakarta, dan informasi tentang Eplus agar lebih dikenal masyarakat luas.

Dengan melihat permasalahan diatas, peneliti bermaksud untuk membuat video iklan Eplus dengan tujuan agar Eplus dapat memberikan informasi secara mendetail dan menyeluruh kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat dapat mengenal Eplus lebih dalam dan luas. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti mengambil judul “Pembuatan Iklan Eplus Sebagai Media Promosi dan Informasi”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka peneliti merumuskan masalah “*Bagaimana merancang dan membuat video iklan eplus sebagai media promosi dan informasi ?*”

1.3. Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka peneliti memberikan batasan masalah :

1. Objek penelitian dilakukan pada Eplus.
2. Video iklan Eplus digunakan sebagai media periklanan, promosi, informasi, presentasi, dan hal lain yang berhubungan dengan Eplus. Pada pembuatan video iklan ini berisikan tentang konsep Eplus, dekorasi tempat, fasilitas, lokasi, pengolahan dan penyajian kopi dan eatery, dan konsep *LAN space*.

3. Pembuatan video iklan ini akan di uji coba kepada pihak Eplus apakah materi yang disampaikan sudah sesuai atau belum.
4. Video iklan akan diunggah disosial media Instagram dan Youtube Eplus dikarenakan kemudahan akses dan penyebarannya.
5. Video iklan ini berdurasi 1 menit.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Membuat video iklan pada Eplus sebagai media promosi dan informasi dengan menerapkan teknik *Live shoot* dan *Motion Graphic*.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentu harus memiliki sebuah manfaat, baik untuk peneliti maupun untuk pihak-pihak yang terkait dengan penelitian. Berikut beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian tersebut :

1.6. Manfaat Bagi Penulis

Menambah wawasan dari hasil penelitian dan sebagai syarat kelulusan pendidikan Strata 1 (S1) pada Universitas Amikom Yogyakarta Jurusan Informatika.

1.7. Manfaat Bagi Eplus

1. Dapat digunakan sebagai media periklanan dan promosi bagi Eplus kepada masyarakat luas.

2. Dapat digunakan sebagai media atau materi presentasi kepada *client* atau relasi.

1.8. Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan tentang bagaimana langkah-langkah yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan penelitian.

1.8.1. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara kepada pihak yang berkepentingan di Eplus dengan tujuan memperoleh informasi dan data yang jelas dan benar tentang Eplus.

2. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang dituju, yaitu Eplus. Agar mendapatkan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

3. Metode Studi Literatur

Mengumpulkan data berdasarkan referensi, buku-buku, jurnal, artikel, informasi didapat dari mana saja. Memanfaatkan fasilitas internet untuk mendapatkan dasar teori yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

1.8.2. Metode Analisis

1. Analisis SWOT

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.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.8.3. Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan merupakan tahapan pertama dalam video iklan ini yaitu tahapan pra produksi. Tahapan pra produksi meliputi tentang pembuatan konsep, isi, naskah, dan storyboard.

1.8.4. Metode Pengembangan

Metode pengembangan yang dilakukan merupakan tahap kedua dan ketiga yaitu produksi dan pasca produksi. Dimana pada tahap produksi ini meliputi pembuatan konten iklan, merekam suara, penggabungan video dan rendering dilakukan dengan implementasi dari bahan-bahan yang telah dikumpulkan pada tahap pra produksi.

1.8.5. Metode Evaluasi

Metode evaluasi menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang pengujian dan pembahasan teknik Live Shoot dan teknik Motion Graphic yang diterapkan pada video iklan Eplus dalam memvisualisasikan informasi.

1.9. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam pemahaman tugas akhir tersebut maka penyusunannya harus terstruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu peneliti membagi kedalam beberapa bab sesuai dengan pokok pembahasan masing-masing sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai masalah yang diangkat dalam penelitian seperti, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang berhubungan dengan video atau multimedia . Teori tersebut bersangkutan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang bertujuan memberikan penjelasan lebih dalam dari judul yang diangkat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi mengenai perancangan mengenai video iklan Eplus. Perancangan tersebut berisi konsep, desain, dan pengumpulan bahan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai produksi video dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari video iklan Eplus yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang daftar sumber informasi data dan teori baik dari buku maupun dari internet dengan mencantumkan nama penulis, tahun, penerbit.

LAMPIRAN

Berisi lampiran-lampiran dokumen yang berkaitan dengan penelitian.