

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang *food and beverage* terutama dibidang *coffee shop* dengan konsep *co-working space* pertama di Yogyakarta berdiri sejak 07 Mei 2017. Bertempat di jalan Pandean Sari blok IV No.10A Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta, Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta juga menawarkan jasa *stand coffee* yang dikenal dengan “Ekologi *on Call Service*” bagi organisasi atau instansi yang ingin mengadakan *event-event* seperti *workshop* dan sebagainya. Untuk dapat bersaing dengan kompetitor lain dalam memperkenalkan jasa atau produk yang ditawarkan, salah satu strategi ampuh yang dapat digunakan adalah dengan membuat iklan.

Iklan berfungsi untuk memberikan informasi, mempersuasi, mengingatkan, memberikan nilai tambah serta mendampingi upaya-upaya lain perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran. Iklan dibagi ke dalam beberapa jenis salah satunya iklan televisi. Pembuatan iklan televisi ini memiliki kelebihan dapat menarik indra dan minat seseorang serta memudahkan dalam menyerap informasi karena merupakan gabungan antara suara, pandangan dan gerak serta jangkauan penyebaran informasi yang lebih luas. Iklan televisi mampu memberikan tampilan yang kreatif serta memberikan informasi yang lebih informatif kepada masyarakat.

[1]

Perancangan dan pembuatan iklan televisi pada Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta bertujuan sebagai media informasi dengan menerapkan *motion graphic*. Pengertian *motion graphic* sendiri merupakan seni visual animasi grafis yang menggabungkan unsur visual *effects* dan animasi. Media yang dimasukkan berupa *still image* atau gambar diam, dengan format gambar *bitmap* maupun vektor, dan data video maupun *audio*. [2]

Oleh karena itu, peneliti memberi judul penelitian ini dengan judul “PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA EKOLOGI DESK AND COFFEE YOGYAKARTA”. Dengan dibuatkannya iklan televisi ini, diharapkan Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta semakin dikenal masyarakat sehingga mendatangkan nilai tambah pada Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta baik dari segi materil maupun *non* materil terutama meningkatkan daya penjualan serta menunjang kemajuan bisnisnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yang akan menjadi pokok bahasan yaitu “Bagaimana merancang dan membuat video iklan televisi pada Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta?”

## 1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Penulis menerapkan *motion graphic* dalam pembuatan video iklan televisi.
2. Hasil pembuatan iklan ini berbentuk video dengan standar resolusi 720.25, standar BC H.264, ekstensi *file* .MP4 dengan durasi video 45 detik.
3. Menggunakan laptop ASUS VivoBook A442U, Intel(R) Core(TM) i7-7500U CPU @ 2.70GHz 2.90 GHz, RAM 8.00 GB, *Harddisk* 1TB, OS *Windows 10 Pro X64*.
4. Dalam pembuatan video ini menggunakan *software* *Corel Draw X7*, *Adobe After Effects CC 2015*, *Adobe Audition CS6* dan *Adobe Premiere Pro CS6*.
5. Hasil video iklan yang telah selesai akan ditayangkan pada RBTB.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Membuat iklan televisi tentang Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta sebagai media informasi dengan menerapkan *motion graphic* secara personal sesuai kemampuan sendiri.
2. Menginformasikan kepada masyarakat umum tentang fasilitas yang disediakan Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta.
3. Memperkenalkan “*Ekologi on Call Service*” atau jasa *stand coffee* yang dimiliki Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta kepada organisasi atau instansi yang ingin mengadakan *event-event*.
4. Sebagai penerapan ilmu dari multimedia yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti:
  - a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang didapat dalam perkuliahan menyangkut perancangan dan pembuatan iklan dalam hal ini iklan televisi.
  - b. Dapat menyusun skripsi pada program studi S1 Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bagi Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta
  - a. Dapat memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang Ekologi Desk and Coffee sebagai salah satu *coffee shop* yang ada di Yogyakarta.
  - b. Dapat memperkenalkan “*Ekologi on Call Service*” atau jasa *stand coffee* kepada organisasi atau instansi yang ingin mengadakan *event-event*.
  - c. Menunjang kegiatan dan menambah media informasi pada Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta.

## 1.6 Metode Penelitian

Ada beberapa metode dalam melakukan penelitian yang tepat agar tujuan dalam penelitian dapat tercapai. Beberapa metode penelitian tersebut antara lain :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Adapun beberapa metode pengumpulan data yang dilakukan :

1. Metode Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati langsung objek penelitian yaitu Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta. Hal ini bertujuan untuk kebutuhan informasi-informasi tentang permasalahan peneliti.

## 2. Metode Wawancara

Dalam metode ini dilakukan wawancara tanya jawab langsung kepada pihak yang bersangkutan, dalam hal ini kepada objek penelitian yaitu Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta terkait informasi yang dibutuhkan dalam merancang dan membuat video iklan televisi.

## 3. Metode Kearsipan

Metode ini dilakukan untuk menyimpan data-data dan informasi yang akan dimuat dalam video iklan tersebut.

## 4. Metode Kepustakaan

Metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku dan internet sebagai bahan referensi penelitian.

### 1.6.2 Metode Analisis

#### 1. Analisis SWOT

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT pada Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta berdasarkan klasifikasi *Strength* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman).

#### 2. Analisis Kebutuhan Sistem

Selain itu, peneliti juga akan menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan *non* fungsional. Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang harus

dipenuhi oleh iklan dari segi informasi. Sedangkan kebutuhan *non* fungsional terdiri dari *software*, *hardware* dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

### 1.6.3 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*.

### 1.6.4 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.

### 1.6.5 Metode Testing

Setelah pembuatan video selesai, maka dilakukan pengujian *testing*. Pada tahap pertama akan dilakukan dengan cara meninjau kembali hasil video yang telah dibuat untuk menekan adanya kemungkinan *crash*, *broken* maupun *incomplete*. Dan tahap pengujian kedua dilakukan dengan kuesioner yang mana kuesioner akan dibagikan kepada pihak Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta untuk mengetahui apakah konten dari video iklan tersebut telah sesuai dengan yang diinginkan oleh pihak objek penelitian dan juga pihak masyarakat umum selaku target dari iklan tersebut.

## 1.7 Metode Implementasi

Pada metode implementasi, video iklan yang sudah selesai akan ditayangkan di RBTV.

## 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini memuat uraian secara garis besar isi dari skripsi yang terdiri dari lima (V) bab atau sub pokok pembahasan yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, berisi penjelasan tentang uraian dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, definisi multimedia, animasi, pengertian *motion graphic*, definisi dan jenis iklan, pengertian analisis SWOT dan kebutuhan kebutuhan fungsional dan *non* fungsional serta pengujian skala likert.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan yang digunakan dalam tahap pra produksi yang meliputi ide cerita pada iklan, naskah, *storyboard*.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan iklan Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta yang meliputi tahapan produksi dan pasca produksi.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang membangun dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang referensi-referensi atau sumber-sumber yang menjadi acuan dalam proses penyusunan skripsi tersebut.

## **LAMPIRAN**

Berisi lampiran-lampiran dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

