

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi pada era globalisasi saat ini telah membawa pengaruh besar terhadap kemajuan dalam dunia bisnis. Untuk mencapai tujuan dari bisnis yang dijalankan maka diperlukan untuk membuat strategi yang tepat. Salah satu strategi yang bisa di gunakan yaitu dengan cara mempromosikan produk, jasa, atau tempat usaha yang sedang dijalankan. Melalui sebuah iklan, perusahaan dapat memberikan informasi terhadap khalayak umum tentang bisnis yang dijalankan.

Iklan adalah suatu sarana yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik perhatian publik terhadap iklan yang dibuat. Iklan yang dipublikasikan diharapkan nantinya informasi atau pesan yang disampaikan kepada masyarakat luas khususnya di kota Yogyakarta yang menjadi *target audience* akan lebih jelas, dan juga menjadi sarana promosi yang efektif bagi perusahaan.

Perkembangan teknologi yang ada mendukung untuk menciptakan teknik-teknik yang baru dalam sebuah video iklan. Penggunaan teknik *live shoot* sudah tidak asing lagi, namun dengan menggabungkan teknik *live shoot* dan beberapa teknik animasi lainnya seperti *slow motion* dan *motion tracking* merupakan hal yang masih jarang digunakan. Awcoffee adalah sebuah kedai kopi yang beralamatkan di Jalan Palagan Tentara Pelajar Km. 7.5 Sleman,

Yogyakarta yang didirikan oleh Andra Digantara 3 November 2019, membuat Awcoffee masih sangat muda dalam bisnis kedai kopi. Awcoffee memanfaatkan media Instagram untuk mempromosikan kedai kopinya. Instagram dinilai sangat efektif sebagai media promosi disamping biayanya gratis, semua orang saat ini khususnya remaja, dewasa bahkan orangtua sangat aktif membuka Instagram setiap harinya. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk menerapkan teknik *live shoot* yang digabungkan dengan beberapa teknik *slow motion* dan *motion tracking*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang menjadi faktor dalam penelitian ini adalah "bagaimana membuat video iklan sebagai sarana promosi pada Awcoffee Jogja?".

1.3 Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian, ruang lingkup penelitian harus diperhatikan benar oleh penelitian. Agar penelitian tersebut tidak menyimpang dari sasaran, maka harus dibuat Batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Iklan yang akan ditayangkan di instagram dan youtube.
3. Software yang digunakan untuk pembuatan iklan yaitu :

- a) Adobe Premiere

Adobe Premiere merupakan program aplikasi video editing yang sangat terkenal dan banyak digunakan untuk video editing. Premiere telah

menjadi standar program aplikasi video editing, karena kemampuannya yang baik dan lengkap untuk mengedit, memberi transisi, memberi efek dan lain-lain pada klip video.

b) Adobe After Effect

Adobe After Effect adalah sebuah software yang sangat profesional untuk kebutuhan *Motion Graphic Design*. Standard Effects yang mencapai sekitar 50 macam lebih, yang bisa mengubah dan menganimasikan objek.

c) Adobe Photoshop

Adobe Photoshop perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang dikhususkan untuk pengeditan foto atau gambar dan pembuatan efek.

d) Adobe Audition

Adobe Audition adalah multitrack digital audio recording, editor, dan mixer yang sudah digunakan dan memiliki berbagai fasilitas pengolahan suara.

4. Iklan yang berbentuk video berdurasi 60 detik.
5. Iklan promosi ini untuk masyarakat umum.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memenuhi syarat kelulusan program Strata 1 Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta
2. Untuk membuat video periklanan sebagai media promosi pada kedai kopi Awcoffee Jogja

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Dapat mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Dapat memperoleh wawasan secara nyata dari penelitian yang telah dilakukan.

1.5.1 Bagi Perusahaan/Instansi :

1. Sebagai salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dan memberikan informasi kepada masyarakat luas
2. Dengan dibuatnya iklan ini diharapkan masyarakat bisa menjadi *target audience* akan lebih jelas, dan juga menjadi sarana promosi yang efektif bagi perusahaan

1.5.2 Bagi Pengembang :

Dapat menambah referensi atau ide-ide baru dalam pembuatan video periklanan.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang digunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian kali ini adalah,

1. Metode Angket

Pada metode ini akan menggunakan suatu angket atau kuesioner untuk mendapatkan data dari hasil penelitian yang dilakukan dengan memberi suatu pertanyaan yang mempunyai nilai setiap poinnya.

2. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menjadikan artikel, jurnal, makalah dan buku sebagai media rujukan dari penelitian.

1.6.2 Metode Perancangan Iklan

a. Brainstorming

Suatu bentuk diskusi dalam rangka himpunan dan gagasan, pendapat, informasi, pengetahuan, dan pengalaman sehingga ide-ide kreatif.

b. Storyline

Jalan rencana cerita iklan dalam bentuk tulisan.

c. Storyboard

Jalan rencana cerita iklan dalam bentuk gambar dan tulisan.

1.6.3 Metode Pengembangan

a. Tahap Produksi

Shooting yaitu tahap pengambilan video yang sudah ditentukan. Pengambilan video dapat diambil dari posisi dan sudut pandang yang berbeda.

b. Tahap Pasca Produksi

1. Editing : menentukan dalam penggabungan video, suara, dan menambahkan efek *motion graphic*.
2. Rendering : *packing* dalam bentuk format yang sudah ditentukan.
3. Penyiaran : mempublikasikan melalui iklan di instagram.

1.6.4 Metode Pengecekan Unlt

Tahap ini dari pengetesan masing-masing iklan secara terpisah dalam sistem multimedia. Secara luas, fungsi dari masing-masing pengetesan adalah sebagai garansi bahwa iklan tersebut Sudah dibuat sesuai dengan *storyboard* dan naskah.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang pengertian multimedia, jenis media promosi, dan teknik apa saja yang dipakai dalam perancangan iklan pada Awcoffee Jogja.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas latar belakang perusahaan dan menjelaskan tahap pra produksi yang meliputi analisis dan perancangan iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil perancangan iklan pada Awcoffee Jogja.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan.

