

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman menuntut berbagai bidang usaha untuk lebih kreatif dan informatif dalam penyampaian promosi. Media promosi dan informasi semakin meningkat mengikuti perkembangan teknologi. Periklanan berbasis visual merupakan salah satu jenis media promosi yang bisa digunakan untuk perusahaan, organisasi atau para pebisnis. Iklan sendiri memiliki beberapa tujuan khusus diantaranya untuk membentuk kesadaran akan suatu produk atau merek baru; menginformasikan keunggulan produk atau merek pada konsumen; membentuk persepsi tertentu akan produk atau merek; membentuk selera akan produk atau merek ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk atau merek yang diiklankan.

Dalam pembuatan video iklan terdapat berbagai macam Teknik pengambilan video yang dapat membuat video iklan tersebut menjadi lebih menarik. Teknik Live shoot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup yang lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatic lainnya dan disusun pada suatu proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut.

Teknik motion graphic merupakan Teknik yang terdiri dari dua kata yaitu motion yang berarti gerak dan graphic yang berarti grafis. Jadi animasi motion graphic dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis kemudian digerakkan. Tujuannya dimaksudkan untuk menipu mata manusia agar mempercayai bahwa memang terjadi gerakan. Misalkan sebuah benda yang mati, lalu digerakkan melalui gerakan sedikit demi sedikit dan teratur sehingga memberi kesan hidup. Penggabungan kedua Teknik pengambilan video diatas dapat digunakan sebagai Teknik pengambilan video iklan yang

lebih menarik dan kreatif serta dapat menyampaikan tujuan dari promosi yang dilakukan.

Satugo merupakan salah satu produk minuman kopi dari Satuju Coffee yang dikemas menggunakan botol dan dipasarkan melalui media *offline* dan *online*. Produk satugo di ciptakan dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan kopi dengan berbagai variasi rasa dan mudah untuk di pesan bahkan tanpa harus mengunjungi Satuju Coffee. Kemasan yang minimalis juga diharapkan dapat mempermudah konsumen untuk membawa Satugo sehingga konsumen dapat menikmati Satugo kapanpun dan di manapun.

Dalam memasarkan produk Satugo, Satuju Coffee menggunakan foto yang diunggah pada laman Instagram @satujucoffee. Foto tersebut berisi variasi produk, harga produk, serta contact person dan link pembelian produk Satugo.



Gambar 1. 1 Promosi produk Satugo di Instagram

Dari gambar 1.1, dapat dilihat bahwa promosi yang digunakan Satuju Coffee belum menunjukkan keunggulan dari Satugo. Kurangnya promosi dan pengetahuan konsumen mengenai keunggulan produk satugo, membuat produk ini kurang diminati.

Dari uraian diatas terdapat peluang untuk Satuju Coffee memasarkan produk satugo menggunakan video iklan. Hal tersebut diharapkan dapat

membuat promosi satugo menjadi lebih maksimal. Peneliti membuat rancangan dan pengembangan sebuah video iklan yang dapat dijadikan sebagai penunjang promosi saat ini dengan melibatkan unsur multimedia yang lain yaitu; suara dan video. Unsur-unsur tersebut mapu memvisualisasikan dan mengilustrasikan keunggulan-keunggulan dari produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN PENGABUNGAN TEKNIK LIVE SHOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK “SATUGO” SATUJU COFFEE YOGYAKARTA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan, yaitu:

1. Bagaimana pembuatan video iklan menggunakan Teknik live shot dan motion graphic untuk media promosi Satugo ?
2. Apakah video iklan menggunakan Teknik live shot dan motion graphic dapat dijadikan media promosi Satugo.

1.3 Batasan Masalah

Untuk mencapai hasil yang optimal dan tidak menyimpang jauh dari tujuan penelitian, maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Pembuatan video menggunakan Teknik live shot dan motion graphic.
2. Iklan produk Satugo berdurasi 34 detik.
3. Pengambilan video dilakukan di Satuju Coffee.
4. Video iklan produk Satugo tayang di Instagram.
5. Resolusi video iklan yang dihasilkan berukuran 1920 x 1080 24fps dengan type data (.mp4).
6. Produk yang diiklankan yaitu produk Satugo.
7. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi tahap produksi, pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan :

Memiliki video yang dapat diiklankan ke media sosial Instagram sebagai media promosi.

2. Bagi penulis :

Membuat serta merancang video iklan yang bisa ditampilkan pada media online Instagram sebagai media promosi dan sebagai syarat kelulusan Strata 1 Sistem Informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian yang ingin diperoleh dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini sebagai berikut:

1. Syarat mendapatkan gelar sarjana computer di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu dan teori selama mengikuti Pendidikan ke dalam aplikasi nyata secara praktis guna membantu dan mendukung kemampuan beraktualisasi dalam penerapan ilmu di dunia nyata Sebagai bahan referensi untuk pengembangan selanjutnya
3. Untuk meningkatkan kreativitas menciptakan suatu karya dengan memanfaatkan teknologi computer serta mengembangkan pola keilmuan dan membuka wawasan tentang ilmu pengetahuan baru yang sesuai dengan bidang teknologi informasi.
4. Memberikan kemudahan bagi produk SATUGO dalam melakukan promosi dan publikasi agar lebih dikenal oleh masyarakat secara luas khususnya pengguna Instagram.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulis skripsi ini dibagi dalam beberapa bab dimana masing – masing bab terdiri dari sub-sub tertentu yang saling berkaitan. Jadi setiap bab

saling melengkapi dan berhubungan satu sama lain, sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Untuk lebih jelasnya sistematika pembahasan tiap-tiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

BAB II Landasan teori

BAB III Metode penelitian dan Rancangan Sistem

BAB IV Implementasi dan Pembahasan

BAB V Penutup

