

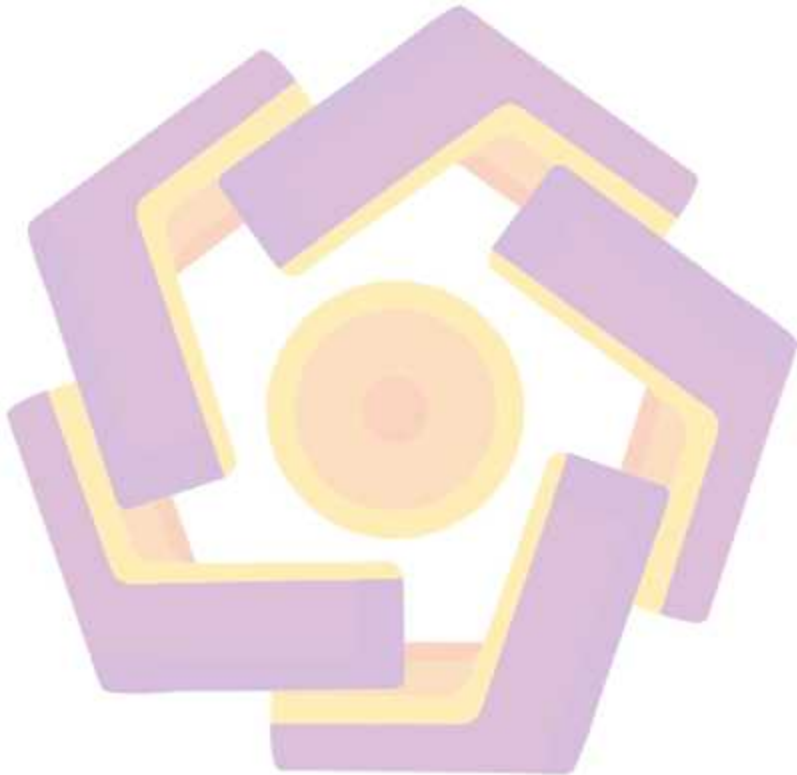
# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi begitu pesat dipicu oleh kebutuhan akan informasi yang cepat, akurat, dan saat ini. Teknologi informasi menjadi fasilitas utama bagi. Kegiatan di berbagai sektor kehidupan yang memberikan kontribusi besar atas perubahan mendasar dalam manajemen organisasi struktur dan operasi, teknologi informasi telah dimanfaatkan oleh sebagian orang yang dapat melihat peluang bisnis dari teknologi, pengaruh dan peran teknologi informasi secara tidak langsung telah membuat bisnis online semakin berkembang [1]. Media sosial telah menjadi kekuatan baru dalam komunikasi, bahkan saat ini media sosial berperan penting sebagai kekuatan bagi Perusahaan di seluruh dunia untuk membangun merek dan pasar. Namun keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya diukur dari strategi komunikasi pemasarannya saja, melainkan dari seluruh strategi yang diterapkan oleh para pelaku bisnis [2].

Ini Coffee merupakan kopi khas Temanggung yang sudah diproduksi dalam skala rumahan. Terdapat tiga jenis kopi yang menjadi unggulan yaitu : Arabica, Robusta, dan Excelsa. Ada beberapa varian rasa yang sudah diproduksi oleh ini coffee diantaranya : Natural, Full wash, Honey, Wine dan Kopi Luwak. Selain dalam bentuk kemasan bubuk siap seduh ini coffee juga menyediakan kopi dalam bentuk Green Bean. Ini coffee berniat ingin meningkatkan penjualan serta ingin memaksimalkan promosinya. Saat ini, ini coffee sudah melakukan promosi melalui iklan di media sosial seperti Instagram dan Tik-tok. Iklan merupakan suatu komunikasi yang bertujuan untuk menawarkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat luas melalui suatu media. *Motion Graphic* mampu membuat tampilan iklan menjadi lebih atraktif. Animasi juga dapat menggambarkan sesuatu yang sulit dan tidak dapat dicapai melalui proses pengambilan gambar. Salah satu teknik yang digunakan adalah *motion graphic* yang umumnya merupakan teknik memindahkan *teks* atau *logo* untuk tujuan periklanan [3].

Perkembangan teknologi saat ini sangat mendukung bagi penulis untuk membuat video iklan dengan teknik *live shoot*, dengan teknik ini maka detail pada video akan mampu memvisualisasi dan mengilustrasikan gambaran-gambaran nyata pada produk ini coffee. Sedangkan *motion graphic* digunakan sebagai media penyampaian informasi, penambahan animasi *pop-Up* dan *teks* yang memiliki gerakan dinamik dan cenderung menarik minat perhatian penonton.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang menjadi faktor dalam penelitian ini adalah bagaimana proses penerapan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* pada pembuatan video iklan Ini coffee?

## 1.3 Batasan Masalah

Pada pembuatan video ini ada beberapa tujuan dan sasaran antara lain :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
2. Proses pembuatan video iklan ini menggunakan *software Adobe Premiere, Adobe After Effect* dan *Wondershare Filmora*
3. Durasi video 50 detik.
4. Format video yang digunakan adalah mp4, dengan *resolusi 1080 x 1920 pixel*.
5. Evaluasi terkait hasil vidio akan dilakukan oleh Teman dan Masyarakat umum.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ialah :

1. Menghasilkan vidio iklan produk Ini Coffee
2. Menghasilkan Vidio dengan menambahkan *pop up* dan *teks*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Bagi Akademik

1. Sebagai bahan refrensi bagi mahasiswa dalam penulisan karya ilmiah di bidang multimedia dan periklanan.

### 1.5.2 Bagi Ini Coffee

1. Dapat membantu dalam menyampaikan informasi produk kepada calon pembeli
2. Dapat mengenalkan Ini Coffee ke Masyarakat luas melalui video iklan promosi.

### 1.5.3 Bagi Penulis

1. Dapat memahami proses dalam pembuatan video iklan yang merupakan hasil dari mata kuliah konsentrasi selama masa kuliah.
2. Dapat memahami ilmu yang didapat pada masa kuliah praktikum maupun teori dan mengimplementasikan hasil dari study di Universitas Amikom Yogyakarta pada prodi SI Teknologi Informasi

### 1.6 Metode Penelitian

Sebagai penunjang keakuratan, maka dapat dilakukan beberapa metode penelitian :

#### 1.6.1 Metode Pengumpulan data

Metode Pengumpulan Data adalah Teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian akan digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan atau masalah yang telah dirumuskan, dan yang pada akhirnya akan dipergunakan sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan atau keputusan. Oleh karena itu, Data harus merupakan Data yang baik dan benar [4]. Pengumpulan data dilakukan dengan metode, antara lain :

##### a. Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat langsung pada objek penelitian, dan sumber referensi didapat dari youtube dan internet.

##### b. Studi Literatur

Penelitian dilakukan dengan melihat referensi pada buku maupun jurnal yang membahas terkait pembuatan video iklan dengan *motion graphic*.

### 1.6.2 Metode Analisis

analisis data sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain [5]. Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan penulis adalah mengumpulkan data – data dan informasi tentang proses pembuatan iklan dengan Teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

### 1.6.3 Metode Perancangan/Produksi

Dalam metode perancangan melalui beberapa tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Pra produksi merupakan sebuah proses tahap awal dalam membuat produk multimedia, yang berupa pengumpulan semua data dan elemen yang berkaitan dengan produksi. Dalam tahap ini, dilakukan pencarian ide yang akan diaplikasikan pada produk multimedia dan pembuatan *storyboard*.

Produksi tahap ini merupakan tahap eksekusi lapangan berupa pengerjaan project yang dihasilkan dari tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan pembuatan semua konten produk multimedia yang dimulai dari tahap pengumpulan aset dan elemen yang dibutuhkan serta pembuatan produk *motion graphic*.

Pasca produksi merupakan tahap akhir dalam pengerjaan sebuah rangkaian produksi multimedia. Salah satu hal yang dilakukan dalam tahapan ini adalah pendistribusian, yaitu mendistribusikan produk jadi kepada masyarakat luas [6].

### 1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahapan pasca produksi dengan melakukan analisis terhadap hasil editing video. Evaluasi produk dilakukan oleh pakar multimedia [7]. Adapun atribut penilaian adalah :

- a. Metode Kualitatif dilakukan dengan mendapatkan nilai video dari ahli sinematografi.

- b. Metode Kuantitatif dengan memberikan kusioner kepada 30 responden.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar penelitian ini bisa terarah dan mudah dimengerti dalam penyajian laporan penulisan, dapat menggunakan sistematika penulisa sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas tentang kajian pustaka, konsep dasar, teori tahapan pembuatan, serta teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini terdapat pembahasan tentang pengumpulan data, analisi kebutuhan, serta proses perancangan dan produksi pembuatan video iklan.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas hasil serta analisis teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan in coffee

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan serta saran dan hasil penelitian yang telah dilakukan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Pada bab ini berisi kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

#### **LAMPIRAN**