

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut M. Suyanto (2003), dalam bukunya yang berjudul *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, multimedia itu penting karena salah satunya dipakai sebagai alat bersaing perusahaan. Keunggulan bersaing perusahaan adalah keunggulan komunikasi sehingga masalah dalam bersaing adalah masalah dalam berkomunikasi. Periklanan merupakan bentuk komunikasi dari sudut pandang penerima, dibangun dalam penghargaan yang rendah. Jika anda berhasil dalam periklanan kemungkinan anda akan berhasil dalam bidang bisnis yang membutuhkan komunikasi media massa [1].

The manglung view and resto adalah sebuah restoran yang memiliki konsep *lets enjoy food with the great view* berlokasi di Jalan Ngoro-oro nomor 16, Patuk, Gunung Kidul, Kota Yogyakarta 55862. Berlokasikan di daerah dataran tinggi The Manglung menawarkan banyak sekali fasilitas antara lain view dari atas bukit dan berbagai macam spot foto untuk para pengunjung.

Saat ini The Manglung sudah banyak melakukan promosi melalui media sosial. Namun dari berbagai macam promosi yang sudah dilakukan, pemilik restoran ingin membuat sebuah media promosi berupa video iklan yang dapat mencakup fasilitas dan produk yang ditawarkan. Keinginan tersebut dibicarakan oleh pemilik dengan penulis untuk membuat sebuah video media promosi.

Diharapkan dari video tersebut dapat mencapai sasaran yang diinginkan oleh pemilik restoran.



Gambar 1. 1 Promosi media sosial Instagram

Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pembuatan Video Media Promosi The Manglung View and Resto”. Dalam pembuatan video teknik *liveshoot* akan digunakan untuk menampilkan suasana, tempat, fasilitas, serta menu – menu yang ada disana, Teknik *motion graphic* digunakan untuk membuat map animation dan text masking. Dengan penerapan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* tersebut diharapkan informasi tentang The Manglung View and Resto beserta fasilitas – fasilitas yang ditawarkan dapat tersampaikan dengan menarik. Nantinya media promosi ini digunakan untuk keperluan iklan televisi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana membuat video promosi The Manglung View and Resto dengan menerapkan Motion Graphic dan Liveshoot?”

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah dirumuskan, maka diperlukan batasan-batasan masalah, sebagai berikut:

1. Pengambilan gambar secara berkala hanya dilingkungan The Manglung View and Resto, terutama saat hari minggu ketika ada live musik.
2. Informasi yang disampaikan mencakup fasilitas yang ada di The Manglung View and Resto.
3. Video iklan The Manglung View and Resto ini akan ditayangkan di RBTv Yogyakarta.
4. Video iklan ini dibuat dengan durasi maksimal 30 detik, dengan format video PAL, pixel (16 : 9), dimension 720 x 576, dan di render H.264/mp.4
5. Teknik yang digunakan *Live Shoot* dan *Motton Graphic*
6. Software yang digunakan Adobe Premier Pro, Adobe After Effects, dan Adobe Photoshop

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai sarana publikasi yang dapat dimanfaatkan oleh The Manglung View and Resto untuk penyampaian informasi
2. Mengimplementasikan teknik *Liveshoot* dan *Motion Graphic* pada pembuatan video iklan The Manglung View and Resto
3. Mampu menyampaikan informasi sesuai dengan keinginan pemilik restoran melalui media video iklan

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Memahami penerapan teknik *Motion Graphic* dan *Liveshoot* dalam iklan untuk hasil yang lebih optimal
2. Dapat memberikan informasi tentang The Manglung View and Resto secara visual melalui video iklan
3. Sebagai alternative baru dalam penyampaian informasi kepada masyarakat melalui video iklan The Manglung View and Resto

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data antara lain [2]:

1. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lokasi serta pengamatan terhadap video iklan sejenis untuk menambah pengetahuan sebagai wawasan dalam penyusunan skripsi

2. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung kepada pengelola The Manglung View and Resto untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan penulis

3. Metode Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan berpedoman pada buku dan referensi dari berbagai sumber yang semuanya berhubungan dengan skripsi penulis dan mendukung dalam pemecahan masalah yang ada

1.6.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menggunakan storyboard untuk menggambarkan diskripsi tiap scene.

1.6.4 Produksi

Di dalam produksi iklan ini ada beberapa tahapan yang penting diantaranya adalah [3]

1. Praproduksi

Pra Produksi merupakan tahap yang harus mempersiapkan bahan untuk produksi kedepannya. Bahan yang dipersiapkan yaitu *storyboard* dan *storyline*.

2. Produksi

Tahapan ini merupakan tahapan pembuatan video iklan serta mengimplementasikan *live shoot* dan *motion graphic* pada video iklan sesuai dengan konsep yang telah dibuat.

3. Pascaproduksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana dilakukan proses editing terhadap file hasil produksi. Pada tahap ini akan dilakukan pengkomposisian file hasil produksi, animasi, dan proses *editing* dengan sound yang kemudian akan dijadikan file video sehingga dapat ditayangkan di televisi.

1.6.5 Evaluasi

Pengujian dan pembahasan teknik Live Shoot dan Motion Graphic yang diterapkan pada video iklan The Manglung View and Resto sehingga apa yang akan disampaikan dapat mudah dipahami oleh penonton.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat setiap bab untuk memberikan gambaran isi dari tiap-tiap bab yang ada dalam skripsi. Adapun sistematika dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori dasar pembuatan video, teori multimedia, dan software yang akan digunakan untuk pembuatan video iklan ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis masalah, analisis kebutuhan system, analisis kelayakan dan perancangan video mulai dari pembuatan alur cerita serta tahapan pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan bagaimana pembuatan video mulai dari pra produksi, produksi hingga tahapan pasca produksi serta penerapan video iklan yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan sasaran yang ada pada pembuatan skripsi ini.

