

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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].

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dangambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran. Periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menginformasikan suatu produk, baik jasa maupun barang. Periklanan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan teks. [2]

Dalam sebuah periklanan yang akan dirancang dan dibuat yaitu mengenai periklanan menyajikan suatu produk makanan dan minuman yaitu Cafe Estuary adalah cafe yang menggunakan konsep industrial yang didominasi *finishing concrete* ini menawarkan latar dan suasana yang mewah tetapi dekat dengan alam. Cafe Estuary dapat menjadi tempat bagi para masyarakat, yang ingin bekerja serta menikmati sajian kopi hangat di tengah aktivitas pekerjaan.

Estuary sendiri menggunakan promosi dengan memposting foto di media sosial untuk mempromosikan suatu sajian kepada masyarakat atau kalangan umum. Cara ini dirasakan masih kurang efektif sehingga perlu dibuatkan suatu cara promosi dengan berbasis video menggunakan iklan televisi, karena sebuah iklan televisi dapat mengemas beberapa informasi didalamnya dengan lebih jelas. Oleh karena itu, dalam proses perencanaan iklan televisi harus dilakukan dengan konsep dan strategi yang matang untuk menghasilkan *design* yang menarik, komunikatif, menciptakan kesan modern dan eksklusif sehingga dapat memiliki daya tarik tersendiri. Berbagai bentuk usaha mengandalkan iklan dan promosi untuk membuat mereka memasarkan barang dan jasa.

Contoh iklan pemasaran yang terdapat di akun *Instagram* Cafe Estuary:



Gambar 1. 1 Promosi media sosial

Oleh karena itu penulis mengambil judul “*Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Cafe Estuary dengan teknik Liveshoot dan Motion Graphic*”.

Liveshoot dapat diartikan yaitu pengambilan gambar bergerak secara langsung. *Liveshoot* juga dapat dikaitkan sebagai video shooting dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting. Pengertian *Liveshoot* itu sendiri adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup 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 dramatik lainnya dan disusun pada saat proses editing dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut.[3]

Motion Graphic yaitu metode yang memadukan beberapa unsur multimedia yaitu gambar, video dan audio serta dipadukan dengan 3D yang kemudian diolah menggunakan software tertentu, sehingga sebuah produk akan lebih menarik.[4]

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dihadapi oleh penulis yaitu “Bagaimana merancang dan membuat video iklan Cafe Estuary dengan menerapkan teknik *LiveShoot* dan *Motion Graphic*?”.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah, sebagai berikut :

1. Perancangan dan pembuatan untuk iklan Cafe Estuary akan ditayangkan di RBTV Yogyakarta.

2. Perancangan periklanan Cafe Estuary dibuat dengan durasi 30 detik.
3. Pembahasan teknik yang digunakan untuk pembuatan iklan adalah teknik *Liveshoot* dan *Motion Graphic*.
4. Video iklan ini dibuat dengan format video PAL dan di render H.264/mp.4.
5. Software yang digunakan Adobe Premier Pro, Adobe After Effects, dan Corel Draw 2019.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai sarana publikasi dan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Cafe Estuary sebagai media iklan.
2. Mengimplementasikan teknik *Liveshoot* dan *Motion Graphic* pada video iklan Cafe Estuary.
3. Untuk memberi informasi tentang makanan dan minuman serta suasana yang ada di Cafe Estuary secara visual melalui video iklan.

1.5 Manfaat penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat periklanan televisi.

3. Membantu memasarkan serta memberi informasi menarik untuk konsumen berkunjung ke Cafe Estuary.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data antara lain [5]:

1. Observasi

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

2. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk melakukan sesi tanya jawab agar mendapatkan informasi yang tepat dan akurat.

3. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan cara berpedoman pada buku referensi dari berbagai sumber, seperti internet atau perpustakaan yang semuanya berhubungan dengan skripsi penulis dan mendukung permasalahan yang ada.

1.6.2 Analisis Data

Bedasarkan hasil wawancara, maka penelitian menggunakan analisa SWOT(*Strength, Weakneses, Oportunity, Threat*).

1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menjabarkan secara rinci yang dilakukan bagaimana video iklan ini dibuat. Tahap ini biasanya menggunakan *Storyboard* untuk menggambarkan deskripsi tiap scene dengan mencantumkan semua objek dan tautan ke scene lain.

1.6.4 Produksi

Ada tiga tahapan untuk memproduksi sebuah video iklan, yaitu [6]:

1) Praproduksi

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

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.

4) Evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan yaitu dengan melakukan uji coba standarisasi iklan objek Cafe Estuary sesuai dengan keinginan.

1.7 Sistemika Penulisan

Agar penyajian ini terstruktur dan mudah di mengerti maka dibuat sistemika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menunjukan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistemika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan, dan perangkat lunak yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bab ini berisikan tentang perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas apa saja yang diperlukan untuk membuat iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan diuraikan lebih rinci tentang implementasi dan perancangan dan hasil perancangan video iklan Cafe Estuary.

BAB V PENUTUP

Bab ini penulis akan menerapkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.