

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi, Komunikasi dan khususnya Multimedia berkembang pesat saat ini [1]. Penerapan multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas Promosi. Kelebihan multimedia adalah menarik indera dan menarik minat, karena merupakan gabungan antara pandangan suara dan gerakan [2]. Diketahui dalam memasarkan suatu produk dan jasa memerlukan sebuah usaha promosi, Iklan merupakan salahsatu bentuk promosi yang banyak digunakan perusahaan dalam memperkenalkan produknya. Ada berbagai macam alternative media periklanan yang dapat digunakan perusahaan untuk mempromosikan produknya, diantaranya surat kabar, radio, majalah, televisi, media social, dll [3].

Untuk menarik minat masyarakat luas, pembuatan video iklan sangat diperlukan. Dengan menerapkan *Teknik Live Shoot, Rotoscoping dan Motion tracking* maka diperlukan beberapa live shoot dengan setingan lensa dan pencahayaan yang tepat agar Teknik Teknik yang diterapkan dapat tercipta transisi yang mulus. *Teknik Live Shoot, Rotoscoping dan Motion tracking* kami kombinasikan agar tercipta sebuah video iklan produk UMKM dari Scientea's.

Scientea's Merupakan UMKM yang berlokasi di Jatigrit, Srimartani, Kec. Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Scientea's berfokus pada produk minuman boba dengan berbagai rasa dan topping yang saat ini banyak di minati. Outlet Scientea's buka setiap hari dengan jam operasional dimulai dari pukul 06.00 WIB sampai dengan 20.00 WIB. Scientea's juga memiliki akun Instagram. Hal tersebut dapat memberikan keuntungan kepada Scientea's dalam mempromosikan produk dengan membuat video iklan yang menarik. Menggabungkan live shoot dengan *Teknik Rotoscoping dan Motion Tracking* yang di Aplikasikan pada Video iklan Scientea's maka menjadikan tantangan tersendiri dalam pembuatan Video iklan ini. Mengingat produk UMKM ini belum

mempunyai media untuk mengiklankan produknya maka dari itu penulis mempunyai ide untuk mengimplementasikan Teknik live shoot dan Teknik visual effect dengan tema yang sesuai dengan Produk UMKM tersebut. Dari uraian di atas maka di dapatkan judul **“Implementasi Teknik Visual Effect pada Iklan Scientea’s Menggunakan Adobe After Effect”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang di atas, rumusan yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu, bagaimana cara mengimplementasikan *Teknik Visual Effect* dalam merancang video iklan Scientea’s

1.3 Batasan Masalah

dan Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan fokus, Batasan masalah perlu di definisikan dengan jelas. Berikut Batasan Batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Video iklan Scientea’s berdurasi 31 detik
2. Iklan berisi tentang pengenalan produk dari Scientea’s dan Promosi
3. Software yang digunakan dalam pembuatan ilan yaitu, Adobe After effect 2023 dan Adobe Premiere Pro 2023
4. Video iklan Menggunakan Teknik *live shoot*
5. Video iklan menggunakan *Visual Effect* Yang mana di dalamnya terdapat Teknik *Rotoscoping dan Motion Tracking*.
6. Penayangan video iklan di platform Instagram milik Scientea’s

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun Adapun tujuan penelitian ini secara garis besar sebagai berikut:

1. Menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dan mendapatkangelar S1.
2. Menjadikan media promosi untuk Scientea’s agar menarik minat

masyarakat luas.

3. Menerapkan Teknik Teknik pengeditan efek video yang telah dikuasai.
4. Mengasah ilmu yang sudah di pelajari.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut :

1.5.1 Bagi peneliti selanjutnya

1. Menerapkan pembelajaran seta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang didapat selama
2. Mampu menimbang kemampuan dan sebagai tahap pengembangan diri dalam proses pembuatan iklan
3. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi selanjutnya dalam pembuatan video iklan

1.5.2 Bagi objek penelitian

1. Video iklan tersebut mampu menjadi media promosi Produk Scientea's
2. Video iklan dapat memberikan Informasi terkait Produk Scientea's

1.6 Metode Penelitian

Dalam proses penelitian ini, penulis menggunakan beberapa Metode untuk memperoleh data dan informasi, yang mana data dan informasi tersebut digunakan untuk mendukung proses penelitian. Metode tersebut antara lain :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat perlu dilakukan suatu penelitian sehingga penulis dapat mengumpulkan sumber data dengan cara :

1. Metode Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung suatu objek atau fenomena untuk mendapatkan informasi. Tujuan dari observasi adalah untuk mengumpulkan data tentang perilaku, kejadian, atau karakteristik tertentu dari objek yang diamati. Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data secara langsung pada Objek Penelitian UMKM Scientea's.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti atau pewawancara dengan responden atau narasumber. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi, pandangan, atau pengalaman langsung dari narasumber terkait topik atau pertanyaan penelitian. Dalam konteks ini, penulis mengadakan wawancara secara langsung terhadap CO-Founder dari Scientea's.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses atau hasil dari mencatat, merekam, atau mendokumentasikan informasi dalam bentuk tertulis, visual, atau elektronik. Tujuannya adalah untuk menyimpan, mengorganisir, dan menyediakan akses mudah terhadap informasi tersebut. Dengan metode ini penulis bisa

mendapatkan banyak data ataupun referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dijalani

1.6.2 Metode Analisis

Dalam pembuatan iklan ini peneliti menganalisis tujuan pembuatan iklan, sarana yang dituju setelah iklan selesai dibuat dan Teknik yang dipakai dalam pembuatan video iklan Produk Scientea's

1.6.3 Metode Perancangan

Pada prose perancangan, Terdapat 3 metode perancangan yang diterapkan pada penelitian ini :

1. Pra produksi

Tahap pra produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersil diproduksi secara nyata. Pada tahapan ini meliputi pembuatan ide cerita, storyboard, dan konsep.

2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahapan ini meliputi proses syuting.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial.

1.6.4 Metode Evaluasi

Setelah melalui proses perancangan, hasil akhir dari penelitian akan diuji kelayakannya. Dengan mempertimbangkan kualitas visual, pemilihan music dan suara, editing dan pemotongan, dan relevansi konten. Hal tersebut dilakukan agar video sesuai

dengan fungsi iklan Scientea's kepada responden yang merupakan target market dari Scientea's.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan terhadap pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

I. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan masalah, Manfaat penelitian, Metode penelitian, dan Sistematika penulisan pada penelitian.

II. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab 2 berisi Studi pustaka, dan Dasar-dasar teori berisi uraian teori-teori yang berhubungan pada penelitian.

III. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab 3 berisi tentang metode penelitian yang didalamnya membahas mengenai objek penelitian.

IV. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan tahapan yang penulis menjelaskan tentang proses pembuatan dan penerapan teknik *Visual effect* pada video iklan Scientea's, rendering, hingga proses pasca produksi.

V. BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir yang berisikan kesimpulan dan saran untuk penelitian implementasi teknik Visual Effect pada pembuatan video iklan Scientea's.