

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu dan teknologi merupakan bagian dari siklus pertumbuhan masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi mempermudah personal ataupun kelompok dalam penyampaian pesan. Dengan kemudahan dan keuntungan yang ada pada perkembangan teknologi informasi, perusahaan harus dapat memanfaatkan secara maksimal. Manusia dimudahkan dengan adanya multimedia karena dapat berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, video, dan animasi sehingga informasi yang disajikan akan lebih jelas dan memiliki daya tarik. Menurut Azhar Arsyad, video merupakan gambar-gambar dalam frame, di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup [1].

Penerapan Multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, *public relation*, dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Kelebihan multimedia menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan [2].

Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seorang pembeli potensial dan mempromosikan penjual suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik, memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan pemasang iklan [3].

Dalam penelitian yang dilakukan di objek penelitian Rumah Makan Mbok Berek Yogyakarta di temukan Kendala bahwa upaya promosi kurang maksimal. Pihak Rumah Makan Mbok Berek telah mempromosikan produknya, tetapi hasil yang di harapkan kurang maksimal. Upaya yang di lakukan pihak Rumah Makan Mbok Berek melalui brosur di rasa kurang maksimal. Mbok Berek Jogja belum memiliki media promosi iklan berbasis video dan hanya memiliki sarana promosi melalui google. Dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut ini:



Gambar 1.1 Google Mbok Berek

Berdasarkan hal tersebut di atas penulis membantu perusahaan membuat iklan dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA RUMAH MAKAN MBOK BEREK DENGAN TEKNIK *LIVE SHOOT* DAN *MOTION GRAPHIC*”** di harapkan dapat memperluas penyebaran informasi mengenai produk Rumah Makan Mbok Berek terhadap masyarakat luas.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat iklan *social media* Instagram dan

Youtube pada Rumah Makan Mbok Berek menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi?

1.3. Batasan Masalah

Beberapa Batasan masalah yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini di lakukan di Rumah Makan Mbok berek Jl. Solo-Yogyakarta, Candisari Kalasan Boko Harjo Prambanan Bendan, Tirtomartani, Kec.Kalasan, Kab.Sleman
2. Software yang digunakan adalah Adobe illustrator Cs6, Adobe After Effect Cs6, Adobe Audition Cs6, Adobe Photoshop Cs6 dan Adobe Premier Pro Cs6.
3. Video iklan ini menggunakan metode *live shoot* dan *motion graphic*
4. Durasi iklan pada media sosial instagram 59 detik dan untuk media sosial youtube berdurasi 1 menit 25 detik.
5. Publikasi iklan pada media promosi rumah makan Mbok Berek (google : Ayam goreng Mbok Berek)
6. Resolusi video iklan ini 1080 x 720 *pixel*.
7. Video ini berformat MP4.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Merancang dan membuat video iklan dengan menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Mengunggah video iklan pada *social media* instagram dan youtube sebagai media promosi Rumah Makan Mbok Berek.

3. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan program Strata I pada program studi sistem informasi pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian antara lain :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan portofolio dalam menerapkan ilmu yang didapatkan dan dipelajari pada kegiatan pembelajaran di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA pada bidang IT dan Multimedia.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa yang menjadikan penelitian ini sebagai referensi penelitian.

3. Bagi Rumah Mbok Berek

Hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu mempromosikan produk yang disediakan kepada masyarakat.

4. Bagi Masyarakat Luas

Penjelasan ini di harapkan dapat memberikan informasi produk makanan Rumah Makan Mbok Berek

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan video iklan ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Metode ini bertujuan untuk menacari informasi yang di butuhkan kepada pihak yang terkait mengenai Rumah Makan Mbok Berek untuk

menyusun perancangan dan pembuatan iklan, serta mendapatkan solusi dari masalah tersebut.

2. Metode Observasi

Mendapatkan informasi dengan cara terjun langsung ketempat objek penelitian hal ini bertujuan untuk mengamati objek pembuatan video iklan.

3. Metode Literatur

Mengumpulkan data melalui internet, buku dan jurnal skripsi sebagai referensi

1.6.2. Metode Perancangan

Metode perancangan video iklan Rumah Makan Mbok Berek menggabungkan video *live shoot* dengan *motion graphic*. Metode perancangan ini terdiri dari beberapa tahap yaitu tahap pra-produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

1.6.3. Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di media sosial seperti Instagram dan Youtube dengan melakukan kuisioner.

1.7. Sistematika Penelitian

Agar penyajian laporan penelitian ini dapat di mengerti maka di bagi menjadi beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdapat tinjauan pustaka, konsep dasar pembuatan iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, dan tahap pra produksi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi profil objek penelitian, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, *storyboard*, dan Analisa mengenai pasca produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas proses tahapan pembuatan iklan Rumah Makan Mbok Berek, meliputi tahap produksi, pasca produksi dan implementasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUPAN

Pada bab yang terakhir ini berisi kesimpulan dan saran dari topik yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar sumber-sumber data penelitian yang digunakan referensi dalam penyusunan skripsi.