

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Lupis sering disebut MoHam Koi merupakan makanan khas Indonesia terutama area Jawa. Dahulu bentuknya segitiga, tetapi karena sulit untuk membungkusnya, maka dibentuk bulat memanjang. Lupis dibuat dari beras ketan yang dimasak lalu dibungkus dengan daun pisang. Kedai Lupis Yogyakarta atau bisa dikenal juga Lupis Premium Taste dan Lupis Mak Itok merupakan sebuah usaha yang dibangun pada tahun 2017 yang memiliki konsep Makanan dengan menu beraneka ragam dengan banyak tambahan rasa. Kedai Lupis Yogyakarta juga sudah memiliki 10 macam varian rasa yang enak dengan ditambah dengan topping- topping yang sudah menjadi ciri khas dari Kedai Lupis Yogyakarta.

Multimedia merupakan salah satu cara untuk mempermudah menyampaikan informasi dalam bentuk audio ataupun visual. Multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik, salah satu penerapan multimedia adalah untuk memvisualisasikan video profil dan video iklan.

Namun dari informasi yang didapat dari pemilik Kedai, Kedai Lupis ini masih kurang di kenal di kota Yogyakarta. Upaya promosi yang dilakukan pihak Kedai Lupis saat ini hanya menggunakan Media Cetak seperti koran dan brosur dalam mempublikasikan usahanya. Maka berdasarkan penelitian, pembuatan

media audio visual dalam bentuk video promosi, video yang dibuat akan di upload ke media sosial seperti youtube dan instagram. Dengan adanya pembuatan video promosi ini di harapkan dapat membuat Kedai Lupis Yogyakarta dikenal banyak dan mampu bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.

Sehingga dari permasalahan tersebut, maka penelitian ini berjudul “Pembuatan Video Promosi dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic pada Kedai Lupis Yogyakarta” maka dibuatlah sarana untuk menyapaikan informasi agar lebih menarik secara audio visual dan dikemas dalam bentuk animasi dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik sebuah rumusan masalah yakni, Bagaimana membuat video promosi Kedai Lupis Yogyakarta dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *Motion Graphic*?

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan pembahasan agar batasan masalah tidak meluas dan menyimpang dari pokok bahasan maka dirumuskan batasan masalah sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot*, animasi *motion graphic* dan editing dengan *Adobe Premiere Pro CC*, *Adobe After Effect CC* dan *Adobe Photoshop CC*.
2. Video promosi ini akan tayang disosial media pada internet seperti *Youtube* dan *Instagram*.

3. Iklan ini bergenre pendek dengan masa putar 59 detik.
4. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah HDTV 1080p 25 *High Quality Video*, 1920 x 1080 *Video Size* dengan *type data(.mp4)*.
5. Pembuatan video promosi ini hanya satu kali uji coba iklan kepada pihak Kedai Lupis Yogyakarta.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun Maksud dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Membuat Video Promosi dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic pada Kedai Lupis Mak Itok Yogyakarta.
2. Untuk memberikan citra positif ke masyarakat oleh pihak Kedai Lupis Yogyakarta.

Adapun Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengenalkan apa itu Kedai Lupis Mak Itok Yogyakarta kepada masyarakat.
2. Mengetahui pengaruh dari pembuatan video promosi ini ke masyarakat.
3. Membantu pihak Kedai Lupis untuk berkembang di media sosial.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain :

1. Diharapkan dapat menjadi sarana promosi bagi Kedai Lupis Yogyakarta untuk mendapatkan para pembeli.

2. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam kajian yang sama.

3. Membantu pemilik Kedai Lupis Yogyakarta dalam memperkenalkan penjualannya ke masyarakat luas khususnya Yogyakarta.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode Penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian, yaitu :

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti, misalnya pengamatan langsung di lokasi dan mengamati apa saja potensi yang ada di Kedai Lupis Yogyakarta secara langsung.

#### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Tahap ini mengumpulkan data dengan cara tanya jawab kepada pemilik Kedai Lupis Yogyakarta untuk mendapatkan informasi dengan jelas dan lengkap.

### **1.6.2 Metode Pengembangan Sistem**

Tahap ini menggunakan pengembangan dalam sistem multimedia meliputi :

### 1. Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersial diproduksi secara nyata. Perencanaan secara baik sebelum diproduksi dapat menghemat biaya yang dikeluarkan pemesan multimedia komersial.

### 2. Tahap Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini *shooting* dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur, dan kamera dipilih.

### 3. Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi tersebut meliputi pengeditan, pemberian efekefek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan.

## 1.7 Sistematikan Penulisan

Untuk memedahkan pemahaman terhadap skripsi ini, maka pembahasan dibagi dalam beberapa bab sesuai dengan masing-masing pokok permasalahan, yaitu :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video animasi menggunakan teknik live shoot dan motion graphic, serta software-software yang ada digunakan dalam pembuatan video promosi.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini berisi profil singkat Kedai Lupis Yogyakarta, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, storyboard, analisis, dan pra produksi.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana mengimplementasikan teknik live shoot dan motion graphic pada pembuatan video promosi Kedai Lupis Yogyakarta dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil dan melakukan testing.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan laporan skripsi.

