

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya teknologi yang telah terjadi seperti penggunaan barang elektronik di hampir semua kegiatan sehari-hari, bahkan di kalangan anak sampai dewasa yang membuat perubahan besar pula yang berefek kepada kegiatan-kegiatan yang bersangkutan. Dahulu dengan belum berkembangnya teknologi seperti sekarang ini, untuk mengakses informasi pun sangat terbatas, seperti dari koran, selebaran, televisi, radio. Dan untuk iklan yang bersifat promosi pun belum sebanyak sekarang tempat untuk menaruh iklannya.

Sehingga dengan berkembangnya teknologi, perkembangan dalam penyebaran informasi pun dapat diakses dari berbagai media, media yang saat ini banyak digunakan untuk mencari informasi yaitu internet. Karena format apapun dapat dimasukkan ke dalam internet baik seperti tulisan, suara, gambar, dan gambar bergerak atau video. Hal ini pun menjadi sesuatu yang diperhitungkan dalam memberi informasi kepada masyarakat luas seperti yang ditampilkan dalam bentuk video iklan sehingga dapat diterima dan dicerna dengan mudah oleh semua kalangan.

Karena itu, Angkringan Cafetaruna Jogja membutuhkan video iklan yang dapat membantu dalam proses promosi. Selama ini proses promosi yang dilakukan masih dengan cara memposting foto maupun gambar. Walaupun promosi yang selama ini cukup efektif namun, Angkringan Cafetaruna Jogja ingin meningkatkan promosinya dengan menggunakan iklan video di media Instagramnya. Akan tetapi dengan keterbatasan kemampuan dan alat, iklan tersebut belum sepenuhnya terlaksana.

Dari permasalahan di atas bertujuan untuk meningkatkan sebuah iklan promosi. Maka penulis melakukan penelitian yang berjudul "Pembuatan Video Iklan Instagram Angkringan Cafetaruna Jogja dengan Menggunakan Live Shoot

dan Motion Graphic". Video promosi ini dibuat berdasarkan konten jurusan yang berisi dari hasil objek penelitian tersebut.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Bagaimana membuat video iklan instagram dengan live shoot dan motion graphic di Angkringan Cafetaruna Jogja?".

### **1.3 Batasan Masalah**

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Pembuatan Video Iklan sebagai media publikasi yang ditujukan kepada pengguna media sosial yaitu Instagram.
- b. Penelitian hanya menggunakan metode pembayaran ditempat yang sudah ditentukan.
- c. Video ini dibangun dengan menggunakan aplikasi yaitu Adobe Premiere, Adobe After Effect, Celtx dan Google Chrome sebagai web browser saat pembuatannya.
- d. Video ini tidak menggunakan efek khusus seperti Animasi 3D.

### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan iklan yang dapat digunakan untuk memberikan informasi dari Angkringan Cafetaruna Jogja, supaya masyarakat mengenal menu-menu makanan yang sudah di sediakan oleh Angkringan Cafetaruna Jogja. Disamping itu juga untuk meningkatkan penjualan pada produk yang di sediakan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

- a. Dengan adanya video promosi ini, diharapkan dapat meningkatkan omSITE dari penjualan angkringan tersebut.

- b. Memperkenalkan menu - menu makanan dan minuman yang ada pada Angkringan Cafetaruna Jogja.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data - data dilakukan dengan penelitian secara langsung ke Angkringan, dengan menggunakan dua cara antara lain :

- a. Metode Observasi

Peneliti mengamati langsung objek penelitian. Tujuannya agar peneliti lebih mengenal dan paham akan produk Angkringan.

- b. Metode Wawancara

Penelitian dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik untuk mendapatkan informasi secara detail.

- c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil gambar objek dan dokumen terkait.

- d. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet, buku dan sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

### **1.6.2 Metode Analisis**

- a. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sehingga dapat memperoleh media promosi yang baik dan bermanfaat.

- b. Analisis Kebutuhan

Analisis Kebutuhan sistem berfungsi untuk mempermudah menganalisis sebuah sistem. Dibutuhkan dua jenis kebutuhan, yaitu kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode tahap pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, seperti penetapan ide cerita dan pembuatan naskah.

### 1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan meliputi dua tahap, yaitu tahap produksi dan tahap pasca produksi. Tahap produksi merupakan salah satu tahap menentukan produk apa yang akan dibuat. Kegiatan pada tahap produksi meliputi *perancangan, penataan, penentuan alur dan penjadwalan*. Tahap pasca produksi merupakan tahap dimana video promosi akan dikerjakan. Tahap ini meliputi *pengambilan video, pemberian efek khusus, pengoreksian warna, pemberian suara atau music, penambahan animasi dan rendering*.

### 1.6.5 Metode Testing

Melakukan uji coba pada hasil video dengan cara menampilkan secara berulang-ulang. Apabila tidak sesuai konsep dan terjadi kesalahan, maka akan dilakukan *pengeditan ulang dan rendering*.

### 1.6.6 Implementasi

Merupakan tahap dimana video promosi yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan pada akun media sosial Instagram.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok - pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut :

**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 penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video katalog, serta software yang akan digunakan dalam perancangan video promosi.

**BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan tentang profil Cafetaruna Jogja, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video katalog Cafetaruna Jogja serta pembahasannya.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran dan daftar pustaka.