

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam pembuatan video Iklan suatu badan usaha karena dapat mempresentasikan visi dan misi badan usaha atau yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu video iklan juga dapat digunakan sebagai *marketing tool* yang efektif dan komunikatif untuk sarana mengenalkan usaha di suatu tempat, karena video iklan terdapat unsur visual seperti, audio, video, animasi, gambar, dan teks. Berbeda dengan media cetak yang memiliki keterbatasan dalam menyampaikan informasi berupa video, animasi, dan audio

Crypicochips adalah sebuah toko kripik pisang yang beralamat di Kedungkracak RT02/RW02, Desa Kaliboto, Kec. Bener, Kab. Purworejo, Jawa Tengah yang didirikan pada tahun 2017. Filosofi bisnis Crypicochips adalah untuk menyajikan berbagai kripik pisang yang memiliki berbagai macam varian rasa seperti matcha late, keju, red velvet, creamy milk, dan coklat dengan harga yang terjangkau. Penggunaan *motion graphic* ini sendiri dilakukan pada saat menunjukkan proses pembuatan kripik pisang dan untuk penggunaan teknik *live shoot* diperlukan saat menunjukkan berbagai macam varian kripik pisang pada Crypicochips.

Pada Crypicochips ini, promosi penjualan masih menggunakan gambar saja sehingga informasi yang di sampaikan kurang maksimal. Oleh karena itu, penulis akan merancang dan membuat video iklan dengan menggabungkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi pada Crypicochips. Maka dari itu promosi melalui video dengan penggabungan Teknik *live shoot* dan *motion graphic*, diharapkan mampu menambah daya tarik dan dapat membantu untuk mengenalkan Crypicochips kepada masyarakat yang lebih luas di segala segmen

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang dapat diambil yaitu “Bagaimana merancang dan membuat video iklan dengan menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi Crypicochips?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari perancangan dan pembuatan video iklan dengan menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi adalah sebagai berikut :

1. Iklan Crypicochips dibuat dengan format mp4 preset 1920 x 1080px dengan resolusi 72ppi dan durasi 60 detik .
2. Teknik yang digunakan untuk pembuatan iklan adalah teknik *Liveshoot* dan *Motion Graphic*.
3. Perancangan dan pembuatan iklan Crypicochips untuk keperluan media sosial Instagram .
4. Hasil akhir dari video media promosi ini akan di uji dari segi informasi dan multimedia oleh masyarakat umum.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai media promosi oleh pihak Crypicochips.
2. Menciptakan inovasi baru dalam bentuk video iklan dengan mengimplementasikan teknik LiveShoot dan Motion Graphic sebagai media promosi Crypicochips.
3. Untuk memberikan informasi tentang pembuatan kripik pisang dan aneka varian rasa kripik pisang secara visual melalui video iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat video iklan.
2. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Teknik Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Membantu mempublikasikan produk Crypicochips serta memberikan informasi yang menarik kepada konsumen.

1.5.1 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

I. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang dituju untuk mencari informasi-informasi yang dibutuhkan dan mempelajari contoh pembuatan video profil yang menggunakan teknik live shoot dan motion graphic baik dalam negeri maupun luar negeri untuk dijadikan referensi.

II. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak Crypicochips untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

III. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet yang sumbernya terpercaya dan valid untuk dapat dijadikan pedoman atau bahan tambahan.

1.5.2 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukan ulasan sementara produksi dan pasca produksi untuk menyesuaikan dengan konsep kebutuhan video dan menentukan hasil untuk masuk ke tahap selanjutnya yaitu pasca produksi.

1.5.1.1 Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini Suting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur, dan pemilihan kamera .

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

1.6 Sistematika Penulis

Agar penyajian ini terstruktur dan mempermudah dalam Menyusun laporan, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahan yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menunjukkan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematikah 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 analisis dan 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 dari hasil perancangan pembuatan video iklan menggunakan teknik Liveshoot dan Motion Graphic.