

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagaimana diketahui bahwa setiap perusahaan membutuhkan pemasaran untuk mempromosikan suatu produk agar lebih di kenal masyarakat. Maka perlu dilakukan pemasaran atau biasa dikenal dengan istilah *marketing* yang telah lama berkembang di dalam dunia usaha. Dengan adanya teknologi informasi berbasis multimedia bisa membantu pekerjaan masyarakat dalam kehidupan sehari – hari mulai dari pekerjaan bidang sosial maupun dalam bidang usaha apapun. Informasi yang di sajikan beragam mulai dari informasi melalui video maupun gambar, pada era teknologi ini media informasi melalui video, yang paling banyak digunakan dalam bidang sosial dan usaha. Karena media informasi melalui video lebih mudah di pahami dan di mengerti oleh masyarakat, informasi yang di sampaikan dalam bentuk video bisa di lihat dan di pahami bagaimana dan seperti apa bentuk informasi yang di sampaikan.[1]

Studi ini menemukan bahwa konsumen Indonesia memiliki total waktu rata-rata menonton multi layar selama 431 menit setiap harinya. 53 persen dari waktu tersebut dihabiskan untuk menonton televisi, terhitung kurang lebih hampir empat jam tayangan televisi setiap hari (229 menit). Hasil riset ini membantu para pemasar memahami bagaimana, di mana, dan mengapa orang Indonesia menonton televisi. Maka dari itu tokoh utama dalam hal pemasaran suatu profile perusahaan maupun jasa ialah televisi, karena banyak dari orang di indonesia menghabiskan

menonton siaran televisi pada jam tertentu, seperti jam makan siang masyarakat yang bekerja di suatu instansi perusahaan dan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan mereka membeli makanan di warung makan yang menyediakan makanan prasmanan, di warung tersebut tersedia Televisi yang menghadap langsung ke meja makan sehingga konsumen yang menikmati makanannya langsung melihat tayangan yang di tayangkan oleh stasiun Televisi tersebut, para pekerja dan mahasiswa yang menghabiskan waktu makan siang mereka, tidak akan meninggalkan kursi makan mereka sebelum jam makan siang habis dan menonton siaran yang di tayangkan oleh stasiun televisi tersebut.[2]

Maka dari itu mempromosikan melalui iklan Tv pada suatu produk ialah langkah yang tepat bagi pengusaha untuk memasarkan produk andalan mereka ke masyarakat sehingga produk tersebut di ketahui ragam dan manfaatnya oleh masyarakat luas.

Saat ini Notorosso Jogja Coffe and Tea, coffe shop kekinian yang berdiri pada tahun 2017 belum memiliki media informasi dan promosi dalam bentuk video iklan Tv, untuk mengatasi masalah ini perlu di buatnya media informasi dan promosi mengenai Notorosso Jogja Coffe and Tea sehingga usaha coffe shop ini bisa di kenal oleh masyarakat luas.

Maka dari itu penulis mengusulkan adanya penggunaan motion graphic didalam pembuatan video iklan Tv, yaitu untuk menjelaskan alur cerita dan memberikan bantuan media promosi iklan. Yaitu saat menampilkan sebuah data dan informasi yang tidak bisa divisualisasikan menggunakan live shoot, sedangkan live shoot memberikan objek nyata dalam video iklan tersebut.

Dengan latar belakang masalah tersebut, maka untuk mengimplementasikan permasalahan diatas yaitu dengan cara melakukan penelitian. Judul penelitian tersebut adalah Desain dan Analisis Pada Notorosso Jogja Coffee and Tea Menggunakan Teknik *Motion Graphic dan Live Shoot*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu “Desain dan Analisis Pada Notorosso Jogja Coffee and Tea Menggunakan Teknik *Motion Graphic dan Live Shoot*”.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penelitian ini dilakukan di Notorosso Jogja Coffe and Tea dengan membuat iklan tv menggunakan teknik *Motion Graphic dan Live Shoot*
2. Hasil akhir dari pembuatan Iklan ini akan berdurasi selama 30 detik dan di tayangkan di stasiun televisi lokal yaitu RBTv.
3. Penelitian ini hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak Notorosso Jogja Coffe and Tea kemudian diserahkan untuk dijadikan sebagai bahan promosi.
4. Ditunjukan kepada masyarakat umum
5. Dikemas dengan format file video, mp4 dengan kualitas full HD 1080p resolusi 1920 x 1080p.

1.4 Maksud dan Tujuan

Tujuan diadakan laporan ini agar permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan Iklan Tv dapat terlaksana sehingga tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan ilmu multimedia yang diperoleh ke dalam bentuk media informasi dan promosi suatu perusahaan.
2. Menerapkan teknologi informasi berbasis multimedia yang berupa video iklan *motion graphic* dan *live shoot*.

1.5 Metode Penelitian

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan iklan diantaranya yaitu :[3]

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Cara yang dilakukan untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan yang selanjutnya data tersebut diolah dan dianalisa secara logis dimana data-data tersebut akan menjadi masukan dalam perancangan skripsi. Pada metode pengumpulan data disini melalui tiga cara yaitu :

1.5.1.1 Metode Observasi

Metode observasi ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang dituju, yaitu Notorosso Jogja Coffee and Tea. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

1.5.1.2 Metode Wawancara

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan Person In Charge Notorosso Jogja Coffee and Tea.

1.5.1.3 Metode Kepustakaan

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi teori dari buku, jurnal atau internet yang bersangkutan dengan penelitian ini.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Di dalam analisis SWOT akan membahas membahas kebutuhan Software, Hardware, dan Brainware yang digunakan dalam penelitian tentang kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threat*) dari iklan ini.[4]

1.5.3 Metode Perancangan

Tahapan ini menggambarkan proses perancangan video sebagai media promosi. Perancangan video ini dapat menggunakan standar produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah, yaitu:[5]

1. Praproduksi

Pra produksi merupakan tahap yang harus mempersiapkan bahan untuk produksi kedepannya. Bahan yang dipersiapkan yaitu :

- a. Ide cerita.
- b. Naskah
- c. Storyboard

2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama video iklan dibuat. Tahap ini meliputi proses pengambilan gambar, dilakukan mengacu pada storyboard dan naskah yang telah dibuat pada proses Pra Produksi sebelumnya, pengaturan pencahayaan dan pemilihan kamera.

3. Pasca Produksi

Proses ini mencakup penggabungan *Effect Sound*, Pemberian *Effect Spesial* pada Video dan Pengambilan suara maupun text dan menyatukan *Frame - Frame* yang terdapat pada video.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian metode penelitian sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam skema penelitian dan tentang perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan secara singkat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab III membahas profil Notorosso Jogja Coffe and Tea, analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional berupa kebutuhan software, hardware dan brainware serta pengertian tahap pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini membuat langkah atau proses, hasil pengujian dan analisis serta saran-saran yang akan disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab V membuat kesimpulan dan hasil pengujian serta analisa saran-saran yang akan disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.