

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Brainsuck Coffee Magelang adalah salah satu toko kopi yang berada di Magelang yang menawarkan aneka varian menu kopi dari berbagai daerah di Indonesia maupun varian kopi internasional dengan suasana yang santai dan ramah. Dan saat ini Brainsuck Coffee juga belum mempunyai media promosi yang mempunyai jangkauan target luas.

Penulis mengusulkan adanya pembuatan video promosi singkat menggunakan teknik *Motion Graphic* yang memang sedang ramai digunakan dengan media penyiaran televisi swasta. Dengan demikian maka informasi dapat disajikan dengan lengkap. Penulis memilih menggunakan teknik ini dikarenakan kesederhanaan konten dalam video sehingga mudah dipahami oleh para penerima informasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya iklan layanan masyarakat, video *tutorial*, *bumper-in*, *bumper-out*, dan lain-lain. Teknik *Motion Graphic* ini diterapkan untuk dapat memberikan penjelasan tentang produk maupun hal yang ada di dalam Brainsuck Coffee Magelang.

Dari permasalahan diatas penulis melihat peluang untuk menciptakan suatu media promosi pada Brainsuck Coffee Magelang untuk memperkenalkan kepada publik, melalui sebuah video promosi singkat tersebut yang akan dipublikasikan di media televisi swasta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah *"Bagaimana membuat video iklan Brainsuck Coffee Magelang menggunakan motion graphic?"*

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan maka penulis membatasi permasalahan:

1. Media promosi Brainsuck Coffee Magelang ini berbasis multimedia, dibuat dengan menggunakan *Motion Graphic*.
2. Informasi yang di sampaikan mencakup produk Brainsuck Coffee Magelang Jawa Tengah.
3. Media promosi Brainsuck Coffee Magelang hanya akan diterapkan pada media televisi swasta.
4. Hasil implementasi video infographics sebagai media promosi menggunakan teknik motion graphic ini akan berbentuk video media promosi berdurasi kisaran 30 detik.
5. Target materi pengujian adalah faktor informasi yang ditampilkan dan kecakapan produk iklan.
6. Hasil video promosi akan diserahkan kepada Brainsuck Coffee Magelang.
7. Pembuatan video promosi ini hanya sampai uji coba kepada pihak Brainsuck Coffee Magelang satu kali oleh pihak peneliti.

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini:

1. Membuat iklan Brainsuck Coffee Magelang sebagai media promosi untuk meningkatkan pelanggan dan mempromosikan event.
2. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang perancangan teknik motion graphic menjadi sebuah iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1. Sebagai salah satu media promosi Brainsuck Coffee Magelang.
2. Media konten sebagai informasi kepada para pencinta kopi dan pelanggan Brainsuck Coffee Magelang.
3. Media konten dapat digunakan untuk membantu tim marketing dalam pemasaran Brainsuck Coffee Magelang.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain:

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan oleh penulis dengan cara pengumpulan data yang secara langsung ke Brainsuck Coffee Magelang untuk mendapatkan data secara spesifik.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan secara langsung kepada pemilik Brainsuck Coffee Magelang.

3. Metode Kepustakaan

Merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku yang berkaitan dengan tema judul skripsi yang penulis ambil. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode kepustakaan.

1.6.2 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pascaproduksi yang meliputi compositing dan rendering.

1.6.3 Metode Analisis

Pada penelitian ini, metode analisis yang penulis gunakan adalah analisis kebutuhan, yaitu analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan informasi, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk merancang dan membuat video

1.6.4 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan naskah, storyboard dan biaya produksi yaitu tahap praproduksi yang nantinya dapat memperlancar proses pembuatan iklan.

1.6.5 Metode Evaluasi

Merupakan bentuk penelitian yang bertujuan untuk memeriksa proses perjalanan suatu program sekaligus menguraikan fakta-fakta yang bersifat kompleks dan terlibat di dalam program.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih terstruktur dan mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada BAB III ini adalah gambaran dari Brainsuck Coffee Magelang. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat keterangan yang didapatkan dari beberapa buku dan internet sebagai referensi dan panduan untuk membantu dalam pembuatan dan sebagai penulisan skripsi.