

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam dunia periklanan telah membuka berbagai kemungkinan baru dalam menyampaikan pesan kepada konsumen. Dalam konteks pembuatan iklan produk, teknik *motion graphics* dan *sinematik live shoot* telah menjadi dua pendekatan yang semakin populer. *Motion graphics*, yang menggabungkan elemen grafis bergerak dengan audio, memberikan cara yang inovatif untuk menyampaikan pesan secara visual. Sementara itu, *sinematik live shoot*, yang melibatkan pengambilan gambar langsung dengan teknik sinematografi yang canggih, menawarkan nuansa yang lebih realistis dan mendalam. Kedua teknik ini, ketika diterapkan secara bersamaan, dapat menciptakan iklan yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga efektif dalam menyampaikan informasi kepada audiens. (Ramdhan & Kurhi, 2021) [7].

Menurut (Arjunita et al., 2021) berbagai macam perubahan sistem di dunia seperti dalam dunia bisnis perubahan sistem seperti, sistem dalam perdagangan, pemasaran, cara bertransaksi, dan penyampain informasi akan berubah. Produk-produk konsumsi, seperti salah satunya kopi, kopi merupakan kategori yang sangat sering kita temui di pasar. Untuk dapat menarik perhatian konsumen dalam waktu singkat, pengiklan harus mampu menyampaikan pesan yang kreatif, informatif, dan emosional dalam satu waktu. Penggunaan *motion graphics* memberikan keunggulan dalam hal visual yang kreatif dan fleksibel, sementara *sinematik live shoot* menambah dimensi realisme yang mendalam serta estetika yang menawan. Keduanya mampu menciptakan storytelling yang kuat dan efektif dalam membangun citra produk[2].

Mein Kopi sebagai produk yang sudah berdiri sejak 3 November 2019 sebagai salah satu merek kopi yang sedang berkembang di Kabupaten Malinau dan masuk dalam UMKM di Kabupaten Malinau. Oleh karena itu untuk melakukan pendekatan kepada konsumen yang tidak hanya mempromosikan produknya, tetapi juga mampu menciptakan kesan yang kuat di benak konsumen. Implementasi

teknik *motion graphics* dan *sinematik live shoot* dipilih untuk memberikan perpaduan antara animasi kreatif dan realisme visual, yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik serta keterlibatan konsumen terhadap produk Mein Kopi.

Dalam konteks ini, penelitian mengenai implementasi kedua teknik tersebut menjadi sangat relevan untuk mengeksplorasi bagaimana perpaduan antara elemen-elemen visual ini dapat memberikan dampak yang optimal dalam pembuatan iklan produk. Dengan demikian, iklan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai alat yang memperkuat identitas dan citra merek di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka didapatkan rumusan masalah berupa : Bagaimana Implementasi *motion graphics* Dan *sinematik live shoot* Dalam Pembuatan Video Iklan produk Mein Kopi Untuk melihat bagaimana penggunaan metode ini berdampak pada kesadaran produk Mein Kopi dan sejauh mana metode ini dapat meningkatkan identitas produk dan daya tarik pembeli.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian tetap terjaga dan fokus pada masalah utama, batasan masalah perlu didefinisikan dengan jelas. Berikut batasan masalah dalam penelitian antara lain :

1. Penelitian ini telah diberikan izin sepenuhnya kepada peneliti dan bukti tertulis dan diketahui oleh pemilik produk yang akan di iklankan tertera di lampiran
2. Video iklan ini akan ditayangkan pada media social Mein Kopi
3. Video iklan berdurasi 30 detik
4. Video iklan akan menggunakan Teknik *motion graphics* dan *sinematik live shoot*
5. Proses compositing video iklan menggunakan Adobe Premiere Pro 2023

6. Proses implementasi kedua teknik menggunakan Adobe After Effect 2023
7. Uji kelayakan video iklan dari para ahli multimedia dan masyarakat umum

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mempelajari teknik *motion graphics* yang digunakan dalam video iklan produk Mein Kopi dan melihat sejauh mana teknik ini dapat memberikan aspek visual dan menarik pada video iklan produk tersebut
2. melihat bagaimana teknik *sinematik live shoot* digunakan dalam iklan produk Mein Kopi dan melihat bagaimana metode ini mempengaruhi pergerakan kamera dan visual dalam iklan, sehingga menghasilkan video yang lebih menarik dan dinamis
3. Untuk melihat bagaimana penggunaan metode ini berdampak pada kesadaran produk Mein Kopi dan sejauh mana metode ini dapat meningkatkan identitas produk dan daya tarik pembeli

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini menjadi dua bagian, antara lain sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Objek Penelitian

1. Mampu menjadi sebuah konten media promosi agar bisa dikenal oleh masyarakat luas terutama masyarakat kota tersebut
2. Mampu menyampaikan informasi tentang produk Mein Kopi

1.5.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Mampu memahami proses pembuatan iklan
2. Mampu mengimplementasikan hasil dari masa studi Universitas Amikom Yogyakarta prodi SI Teknologi Informasi terutama pada mata kuliah konsentrasi Visual Effect
3. Bisa menjadi inspirasi bagi siapapun yang ingin melakukan penelitian serupa
4. Mampu mengimplementasikan Teknik *motion graphics* dan *sinematik*

live shoot dengan baik

1.6 Sistematika Penulisan

Beberapa metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Proses yang dimulai dengan melakukan pengamatan dan kemudian mencatat hasilnya secara sistematis, logis, objektif, dan rasional terhadap berbagai macam fenomena dalam situasi yang sebenarnya atau yang dibuat. Dalam proses observasi peneliti akan secara teliti mengamati fenomena secara langsung dengan tujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan secara akurat dan obyektif mengenai perilaku atau peristiwa yang diamati.

2. Metode Wawancara

Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah wawancara. Wawancara merupakan pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan maka dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang mendalam.

3. Metode Analisis

Tahapan dari proses penelitian proses menganalisis dari data-data yang terkumpul untuk menjawab permasalahan penelitian. Dalam metode ini menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional. Analisis kebutuhan fungsional adalah jenis kebutuhan yang bersi mengenai informasi apa saja yang harus ada dan dihasilkan oleh system, sedangkan analisis kebutuhan non-fungsional adalah proses menganalisis persyaratan non-fungsional untuk suatu system. Hal ini dapat dilakukan melalui peninjauan persyaratan, mengevaluasi, dan memprioritaskan.

4. Metode Perencanaan

Dalam pembuatan iklan produk Mein Kopi ada tahapan yang dilakukan antara lain :

a) Pra Produksi

Tahap persiapan sebelum melakukan kegiatan produksi, data yang diperoleh kemudian digunakan sebagai bahan menentukan jalannya proses pembuatan iklan yang akan dibuat. Sebelum memulai produksi ada beberapa langkah yang perlu dipersiapkan di antara lain adalah storyboard dan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan iklan tersebut.

b) Produksi

Tahapan pelaksanaan dari rencana yang sudah ditentukan atau dibuat ketika pra produksi. Dilakukan untuk merubah atau meningkatkan nilai objek tanpa mengubah bentuk sepenuhnya.

c) Pasca Produksi

Tahapan yang dilakukan setelah tahap produksi iklan selesai. Proses yang dilakukan pada tahap ini yaitu meliputi pengeditan iklan, pemberian efek visual, pengorekan warna, pemberian suara atau musik latar, dan penambahan animasi dalam iklan.

5. Metode Evaluasi

Evaluasi adalah proses kegiatan seperti materi pertimbangan dalam mengambil keputusan atau tindakan dalam satu kegiatan didasari data dan informasi yang sesuai tentang objek sehingga menghasilkan suatu produk yang bernilai. Proses evaluasi dilakukan penilaian terhadap berbagai aspek untuk menentukan kualitas. Tujuan dari evaluasi untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas yang dievaluasi serta menentukan apakah hal tersebut memenuhi standar kualitas yang diharapkan.

6. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini terdapat masing-masing bab yang akan menjelaskan proses pembuatan iklan atau penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN

berisikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batsan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan Studi Litertur dan Dasar Teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan Objek Penelitian, Alur Penelitian dan Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan tahapan yang penulis lakukan dalam mengembangkan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi di objek penelitian, ...

BAB V PENUTUP

Berisikan Kesimpulan dan Saran

