

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Multimedia kini benar-benar hampir menguasai semua media komunikasi yang sering kita gunakan. Bisa dilihat, mulai dari telepon genggam yang sekarang sudah menjadi smartphone atau telepon pintar yang populer lewat sistem operasi Android dan Apple, aplikasi dekstop sampai media periklanan sudah menggunakan teknologi multimedia. Multimedia sendiri berada didalam lingkungan komputer dan mengisyaratkan bahwa media yang dibawah komputer. Komputer multimedia perlu mendukung lebih dari satu jenis media yang berbasis antara lain: teks, gambar, video, animasi dan audio. Maksud dari hal tersebut yaitu sebuah komputer dapat melakukan manipulasi pada data teks dan gambar yang diubah enjadi data multimedia, sehingga menjadi komputer yang berbasis multimedia. [1]

Sekarang banyak ditemui coffee shop di Yogyakarta yang bersaing dalam mencari pelanggan. Media iklan melalui media social seperti instagram dan facebook merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk menjual produk. Balakosa Caffee.Co hanya mempromosikan produknya berupa foto dan poster pada facebook dan instagram sehingga kurang efektif. Pihak Balakosa Caffee.Co ingin mempromosikan dan mengenalkan informasi produknya selain foto juga melalui media iklan berupa video agar lebih mudah dipahami sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Akan tetapi dalam pembuatan video, pihak Balakosa Caffee dan Co mengalami kendala pada sumber daya manusia. [2]

Cara periklanan yang paling tepat adalah dengan menggunakan iklan instagram. Karena instagram merupakan media promosi yang hits di jaman milenial sekarang.

Dengan menggunakan dua elemen kekuatan sekaligus yaitu audio dan visual menjadikan instagram sebagai media promosi yang sangat efisien. Sebuah tayangan 60 detik saja akan dapat disaksikan serentak oleh puluhan juta bahkan ratusan juta pasang mata di seluruh dunia. Instagram merupakan media audio visual sehingga penonton dapat melihat produk yang diiklankan di instagram secara maksimal. Pesan dari produk dapat di komunikasikan dengan total, yaitu audio, visual, dan gerak serta hal ini mampu menciptakan kelenturan bagi pekerja kreatif untuk mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, drama, humor, dan lain-lain.

Berdasarkan masalah diatas, penulis terdorong untuk membuat sebuah penelitian dengan mengangkat judul **"Pembuatan Video Iklan pada Balakosa Coffee dan CO"** untuk membantu coffee shop Balakosa Caffee dalam menarik pelanggan.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka secara garis besar dapat di rumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan dengan cara membuat video iklan pada Balakosa Caffee dan Co.

### **1.3. Batasan Masalah**

Dalam penyusunan laporan ini penulis membatasi beberapa hal berikut ini :

1. Video iklan meliputi produk dan nuansa Balakosa Caffee dan Co.
2. Penelitian dilakukan di Balakosa Caffee dan Co.
3. Pengujian yang akan ditampilkan berupa informasi hasil akhir pembuatan video media iklan dengan menggunakan Teknik *Motion Tracking* dan *Time Remapping*.
4. Iklan Balakosa Caffee dan Co berdurasi 59 detik.

5. Tahap akhir penelitian sampai penyerahan video iklan ini kepada pihak Balakosa Caffee.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat video iklan Instagram untuk Balakosa Caffee dan Co.
2. Mempromosikan iklan Balakosa Caffee dan Co agar lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui Instagram.
3. Dapat mengetahui unsur-unsur pembentukan multimedia terutama teknik editing.
4. Sebagai syarat kelulusan Strata 1(S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Bagi Penulis**

1. Penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh saat kuliah.
2. Dapat berbagi pengalaman dalam proses pembuatan iklan.
3. Memberikan kepuasan pribadi dengan membuat sebuah sarana promosi bagi orang lain.
4. Prasyarat kelulusan program studi Strata-1 jurusan Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

##### **1.5.2. Bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta**

1. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan Skripsi.
2. Referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan Skripsi bagi mahasiswa yang sedang mengambil Skripsi.

### 1.5.3. Bagi Balakosa Caffee dan Co

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Meningkatkan pengunjung Balakosa Caffee dan Co.
2. Mengenalkan tempat dan menu yang ada di Balakosa Caffee dan Co.
3. Sebagai media iklan Balakosa Caffee dan Co.
4. Supaya Balakosa Caffee da Co lebih dikenal masyarakat luas tidak hanya kalangan mahasiswa tetapi juga orang tua dan anak-anak.
5. Mampu meningkatkan daya saing Balakosa Caffee dan Co dengan coffee shop lain dalam menarik perhatian konsumen.

## 1.6. Metode Penelitian

### 1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data serta informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Studi Kepustakaan

Menghimpun informasi yang relevan dengan topic atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah baik tercetak maupun digital.

#### 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung kepada pihak Balakosa Caffee dan Co. Peneliti menanyakan perihal menu dan sejarah singkat Balakosa Caffee dan Co.

#### 3. Observasi

Obervasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Balakosa Caffee dan Co untuk kebutuhan pengambilan gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan peneliti.



### 1.6.2. Metode Pembuatan

1. Pra produksi, meliputi pembuatan konsep video dan pembuatan *storyboard*.
2. Produksi, meliputi pengambilan gambar pada objek serta pembuatan *Motion Tracking* dan *Time remapping*.
3. Pasca produksi, meliputi *Editing*, *Color Grading*, *Rendering*.

### 1.6.3. Metode Analisis

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional. Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh iklan dari segi informasi. Kebutuhan non fungsional terdiri dari software, hardware dan brainware yang digunakan dalam penelitian ini.

### 1.7. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari 5 bab dengan beberapa sub bab. Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitanya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung perancangan video iklan untuk media promosi.

### **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Dalam bab ini akan menguraikan tentang analisis yang digunakan, ide cerita pada iklan, naskah, storyboard serta penerapan teknik *motion tracking* dan *time remapping*.

### **BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan iklan Balakosa Caffee pada saat pengambilan video, proses pemilihan video, proses editing dan proses penggabungan video.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan dan saran yang termasuk tindak lanjut dari kesimpulan yang diambil oleh penulis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku referensi-sumber yang menjadi acuan dalam proses penyusunan skripsi tersebut.