

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern seperti saat ini, teknologi informasi diciptakan mengikuti kebutuhan manusia untuk membantu aktivitasnya. Kebutuhan manusia akan teknologi informasi sudah cukup tinggi karena banyak teknologi yang digunakan untuk memperoleh informasi. Teknologi yang banyak dibutuhkan dan mengalami perkembangan cukup pesat adalah bidang multimedia. Multimedia merupakan perpaduan antara berbagai media (format file) yang berupa teks, gambar (vektor atau bitmap), grafik, sound, animasi, video, interaksi, dan lain-lain yang telah dikemas menjadi file digital (komputerisasi), digunakan untuk menyampaikan atau menghantarkan pesan kepada publik [1]. Multimedia dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang kehidupan seperti bidang bisnis, teknik, pendidikan dan lain-lainnya. Dalam bidang bisnis teknologi multimedia sangat berperan dalam mempromosikan produk perusahaan [2]. Multimedia dapat meningkatkan minat dengan penampilan menarik, melalui penyelesaian media baik audio dan video [3]

Kegiatan promosi adalah segala usaha yang dilakukan oleh penjual untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen untuk membujuk mereka agar membeli serta mengingatkan kembali kepada konsumen lama agar melakukan pembelian ulang [4]. Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi suatu konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan [5].

Darmawan dan Barka Satya pada tulisannya yang berjudul Implementasi Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* pada Video Promosi CV Volva Indonesia membuat sebuah video

promosi dengan teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic* agar video yang dihasilkan lebih menarik dan meningkatkan promosi [6].

Kedai Jogbel adalah sebuah kedai kopi yang berada didekat Sungai Belan Kabupaten Magelang dan dibuka pada awal tahun 2020. Tema Kedai Jogbel mengambil dari konsep vernakular yaitu desain arsitektur menggunakan bahan dari lingkungan sekitar dan menyesuaikan dengan budaya masyarakat daerah tersebut sehingga dapat digunakan sebagai tempat bersantai menikmati kopi yang membaur dengan alam Sungai Belan. Kedai Jogbel sudah melakukan promosi berupa gambar melalui media sosial yaitu Instagram. Namun promosi kepada konsumen melalui gambar dirasa kurang memperoleh hasil yang maksimal. Maka dari itu dibutuhkan media promosi yang tepat seperti periklanan dalam bentuk video menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Promosi dalam bentuk video menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* diharapkan dapat membantu Kedai Jogbel untuk menarik perhatian konsumen.

Pada skripsi ini, penulis tertarik untuk membantu perusahaan membuat video iklan dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul: "Implementasi Teknik *Live Shoot* Dan *Motion Graphic* Pada Video Iklan Kedai Jogbel Sebagai Media Promosi".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka permasalahan penelitian ini adalah Bagaimana cara mengimplementasikan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada video iklan Kedai Jogbel sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Video iklan ini berisi tentang informasi mengenai Kedai Jogbel dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Video iklan ini sebagai media promosi untuk Kedai Jogbel.
3. Video iklan ini akan di tayangkan di Instagram.
4. Video iklan ini berdurasi 70 detik.
5. Video iklan ini menggunakan format video mp4 dengan kualitas HDTV 1080.
6. Video iklan ini menggunakan software Adobe After Effect, Corel Draw, Adobe Audition dan Adobe Premiere Pro.
7. Hasil akhir akan diserahkan kepada pemilik Kedai Jogbel.
8. Pengujian akan dilakukan oleh masyarakat dan ahli bidang iklan/multimedia.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penulis mengimplementasikan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada video iklan Kedai Jogbel sebagai media promosi sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Strata 1 di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mengimplementasikan *live shoot* dan *motion graphic* dalam membuat video iklan untuk Kedai Jogbel sebagai media promosi yang diharapkan dapat membantu memberikan informasi dan promosi sehingga dikenal dimasyarakat luas serta meningkatkan kunjungan konsumen.
3. Menghasilkan video iklan sebagai promosi Kedai Jogbel.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Kedai Jogbel

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi media bantu dalam sarana promosi kepada masyarakat luas.

2. Bagi Penulis

Mengetahui kemampuan penulis dalam implementasi teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada video iklan Kedai Jogbel serta menambah pengetahuan dan pengalaman dalam hal penelitian.

1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini ada beberapa metode yang digunakan, antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Menurut Yatim Riyanto (2010) Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian [7].

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan pengamatan langsung terhadap objek Kedai Jogbel.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Mengumpulkan data melalui tanya jawab kepada pemilik Kedai Jogbel. Metode wawancara ini digunakan oleh penulis untuk mendapatkan data serta informasi yang lebih akurat dan lebih rinci yang ada di Kedai Jogbel.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis adalah tahapan yang akan menentukan masalah apa yang harus diselesaikan pada organisasi atau perusahaan [8].

1.6.3 Metode pengembangan

Metode pengembangan melalui tiga tahapan yaitu pra produksi : ide cerita, dibuat storyboard selanjutnya produksi merupakan kegiatan selama pembuatan video iklan meliputi : syuting, proses pengambilan gambar kemudian pasca produksi dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah animasi diproduksi meliputi: composite, editing, rendering, dan pemindahan video kedalam berbagai media lain [9].

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian yang meliputi: Metode Pengumpulan data, Metode Analisis, Metode Pengembangan, dan sistematika penulisan.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai teori-teori yang mendeskripsikan tentang iklan, multimedia, teknik livenesshoot, teknik *motion graphic*, segala teori yang berkaitan dengan topik pada penulisan skripsi.

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab III ini membahas tentang objek penelitian, alur penelitian, menjelaskan tentang metode analisis yang digunakan sesuai dengan permasalahan yang ada.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab IV membahas implementasi dan pengujian terhadap iklan yang telah dibuat.

5. BAB V PENUTUP

BAB V merupakan penutup, yang berisi kesimpulan dan saran dari penyusunan skripsi.

6. DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang daftar pustaka dari literatur-literatur yang digunakan, yang telah mendukung dalam penyelesaian skripsi.

