

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan pesan komunikasi produsen atau pemberi jasa kepada calon konsumen kepada media yang pemasangannya dilakukan atas dasar pembayaran. Iklan biasanya menampilkan objek secara 'eksplisit' artinya ada stimulus audio dan visual yang jelas tentang objek tersebut.

Semakin berkembangnya zaman menuntut suatu perusahaan untuk lebih kreatif, informatif, dan praktis dalam penyampain informasi. Selama ini Kedai Suka Suka hanya promosi melalui brosur dan media social. Kedai Suka Suka menggunakan *facebook* dan *instagram* sebagai media social mereka. Akun *facebook* dengan nama Kedai Suka_suka dengan jumlah teman 1.320 akun *profil like* sebanyak 801 pada *fanpage*. Sedangkan akun *instagram* dengan nama *kedai_suka_suka* dengan jumlah *followers* 3.178.

Pemanfaatan media tersebut dirasa masih minim, kurang efektif dalam penyampain informasi, karena hanya menggunkan teks dan gambar saja sehingga respond masyarakat kurang maksimal. Masih membutuhkan media informasi lain yang dapat menyampaikan informasi dengan praktis dan informatif.

Liveshoot yaitu pengambilan atau perekaman gambar bergerak secara langsung tentang suatu objek atau makhluk hidup yang bersifat nyata atau original. Sedangkan *Motion Graphics* merupakan percabangan dari Seni Desain Graphics

yang merupakan penggabungan dari, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi.

Teknik Live Shoot mempunyai keunggulan menggambarkan suatu objek secara orisinal dan nyata tidak dapat menjelaskan informasi secara detail dan akan memakan banyak waktu dalam pembuatan video. Sedangkan Teknik Motion graphic bisa memvisualkan informasi secara detail dalam suatu gambar dan video. Menggabungkan teknik Liveshoot dan Motion graphic pada video iklan akan membuat informasi dapat disajikan dengan lebih singkat dan jelas. Penulis tertarik menggunakan Teknik Live shoot dan Motion graphic untuk menghasilkan iklan yang mampu memaksimalkan fungsi Teknik Live Shoot dan Motion Graphic. Penulis membuat tugas akhir dengan mengambil judul **“Pembuatan Video Iklan Kedai Suka Suka menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka perlu dirumuskan pokok permasalahan yaitu “Bagaimana membuat video iklan Kedai Suka Suka dengan menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic?”.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Hasil video iklan ini diberikan kepada pihak Kedai Suka Suka.
2. Menerapkan penggabungan teknik live shoot dan motion graphic menjadi video iklan.

3. Iklan ini hanya di publikasikan di Instagram.
4. Video ini hanya berdurasi 1 menit.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma 3 jurusan Manajemen Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Dapat mengetahui unsur-unsur pembentukan multimedia, terutama dalam teknik Live Shoot dan Motion Graphic.
3. Menerapkan teknik-teknik pengeditan efek teknik live shoot dan motion graphic yang telah dikuasai.
4. Untuk mempelajari serta membuat video iklan dengan kombinasi live shoot dan motion graphic.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dalam penyusunan Tugas Akhir ini yaitu:

1.5.1 Bagi Kedai Suka Suka

1. Mengenalkan usaha Kedai Suka Suka kepada masyarakat umum.
2. Menghasilkan video iklan usaha yang dimiliki Kedai Suka Suka.
3. Meningkatkan informasi tentang Kedai Suka Suka.

1.5.2 Bagi Masyarakat

1. Mengetahui usaha yang di jalankan oleh Kedai Suka Suka.
2. Mendapatkan informasi tentang Kedai Suka Suka.

1.5 Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian Kedai Suka Suka, maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut :

1.6.1 Metodologi Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di Kedai Suka Suka. Metode Observasi ini digunakan penulis untuk memperoleh data yang akan di promosikan di media iklan yang akan dibuat. Data- data yang diperoleh penulis melalui observasi adalah merupakan dokumen Kedai Suka Suka yang akan digunakan dalam pembuatan iklan.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab narasumber yang di lakukan secara sistematis berdasarkan daftar pertanyaan baik tertulis maupun lisan mengenai masalah yang di bahas. Metode wawancara ini digunakan penulis untuk memperoleh data dengan menyanyakan langsung dengan pemilik Kedai Suka Suka dengan masalah yang dihadapi oleh penulis.

1.6.1.3 Metode Kearsipan/documentation

Metode dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mengumpulkan dokumen milik Kedai yang ada kaitanya dengan penelitian. Metode dokumentasi digunakan penulis untuk

memperoleh data dengan cara membaca, mempelajari arsip yang sudah ada yang dihubungkan dengan masalah yang diteliti.

1.6.1.4 Metode Kepustakaan

Metode Kepustakaan adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengumpulkan buku-buku pustaka yang digunakan sebagai referensi. Metode kepubstakaan digunakan untuk membantu pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari dari buku, skripsi/TA sebelumnya. Penulis mendatangi perpustakaan UNIVERSITAS AMIKOM untuk melakukan pengumpulan data.

1.6.2 Tahap Perancangan

Untuk memproduksi iklan harus melalui tiga tahapan yaitu pra-produksi, tahapan produksi, dan pasca produksi.

1.6.2.1 Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap dimana pembuat iklan mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan di produksi secara nyata. Pertama-tama yang harus dipikirkan pada tahap pra produksi ialah mempelajari pembuatan ide cerita, naskah, storyboard.

1.6.2.2 Produksi

Tahap produksi adalah periode selama iklan diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi beberapa kegiatan antara lain yaitu Visualisasi, Dubbing, dan Editing yang di tentukan di proses perencanaan sebelumnya.

1.6.2.3 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana semua pekerjaan atau aktivitas yang terjadi setelah iklan diproduksi secara nyata. Tahap ini meliputi Copositting dan Rendering.

1.6.3 Evaluasi

Setelah selesai melalui semua tahap dalam pembuatan iklan ini, langkah terakhir adalah menyusun laporan-laporan tentang pembuatan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi Tugas Akhir dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, atasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan tentang, pengertian dari Multimedia, sistem periklanan, animasi, Live Shoot dan Motion Graphic, yang digunakan dalam pembuatan iklan Kedai Suka Suka.

BAB III TINJUAN UMUM

Dalam bab ini akan membahas mengenai pembuatan konsep, langkah-langkah pembuatan video, screenshoot saat proses pembuatan video iklan, dan hasil akhir video iklan Kedai Suka Suka

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah pasca produksi pada pembuatan video iklan Kedai Suka Suka menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan berdasarkan hasil dari rumusan masalah dalam pembuatan iklan Kedai Suka Suka dengan menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic.

