

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan oleh suatu masyarakat lewat suatu media. Namun demikian, untuk membedakannya dengan pengumuman biasa, iklan lebih diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli. Dalam sebuah video terdapat gambar dan juga beberapa tulisan pendukung yang menunjukkan produk maupun jasa yang di tawarkan kepada masyarakat. Buat foto dan juga tulisan dengan jelas namun tidak perlu terlalu memenuhi layar khususnya bagian tulisan. Dan membuat tulisan itu hanya sebagai pendukung saja dan sudah mencakup seluruh isi serta maksud dari pembuatan video iklan tersebut.[1]

Dalam dunia bisnis peran media informasi sebagai promosi sebuah produk maupun jasa sangatlah penting. Semakin berkembangnya jaman semakin berkembang pula cara, waktu, konsep serta ide penyampaian informasinya. Media promosi sendiri secara garis besar dibedakan menjadi dua jenis yakni media informasi online dan media informasi offline.

Pemilihan media informasi yang tepat sangatlah mempengaruhi efektifitas dalam mempromosikan sebuah produk maupun jasa.[2]

Warkop Mulyadi adalah salah satu cafe kopi yang berada di daerah Sleman Yogyakarta yang berada tepat di pinggir jalan dan lokasinya sangat strategis. Cafe ini juga menyediakan biji-biji kopi yang berkualitas. Warkop Mulyadi juga menyediakan berbagai menu makanan dan minuman yang bervariasi. Banyak fasilitas yang disediakan oleh pihak cafe seperti Nonton Bareng(NonBar), Free Wifi, Free Music(Akustikan/Jamming), Game Center, dll. Warkop Mulyadi sendiri dikenal orang hanya dari mulut ke mulut dan mempunyai media promosi berupa akun facebook, twitter dan Instagram saja dalam mempromosikan produknya, dan dalam mempromosikan produknya Warkop Mulyadi hanya menampilkan gambar dan teks saja sehingga kurang menarik untuk dilihat masyarakat secara luas. [3]

Di kehidupan yang serba digital di jaman sekarang ini Motion Graphic sangatlah penting. Motion Graphic atau Grafis bergerak yang di desain sedemikian rupa yang kemudian di animasi kan menggunakan *software* tertentu yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu proyek tertentu. Dengan Motion Graphic, pengguna bisa mempromosikan produk dan perusahaan, beriklan, presentasi dan lain sebagainya. Pencinta Motion Graphic, mungkin ada berbagai cara untuk membuat sebuah Motion Graphic yang bagus dan menarik.[4]

Dengan keunikan yang berbeda dari kedai kopi lain yaitu suasana yang sangat modern dan anak muda banget, cukup disayangkan jika Warkop Mulyadi belum mempunyai media iklan yang efisien dan efektif. Oleh karena itu, penulis berinisiatif membuat sebuah media promosi dengan memanfaatkan video animasi Motion Graphic dalam mempromosikan produk Warkop Mulyadi. Dengan menambah media informasi berupa iklan diharapkan mampu memberi kesan dan daya tarik yang lebih kuat kepada masyarakat untuk berkunjung ke Warkop Mulyadi serta mengenal lebih dalam jenis-jenis kopi yang disediakan Warkop Mulyadi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana cara membuat video Motion Graphic sebagai media promosi yang dapat meningkatkan penjualan di Warkop Mulyadi.”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan diuraikan pada penelitian ini adalah :

1. Video Promosi ini memuat teknik Motion Graphic tentang profile Warkop Mulyadi.
2. Video promosi ini dibuat menggunakan Adobe After Effect CS6, Adobe Premier CS6 dan Adobe Photoshop CS6

1.4 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah :

1. Membuat video iklan Motion Graphic sebagai media promosi Warkop Mulyadi.
2. Menerapkan teknik Motion Graphic pada video promosi Warkop Mulyadi.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mempromosikan Warkop Mulyadi kepada masyarakat.
2. Untuk meningkatkan penjualan produk Warkop Mulyadi.
3. Untuk memperkenalkan jenis – jenis kopi kepada masyarakat

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Bagi Penulis

1. Menerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh saat kuliah.
2. Prasyarat kelulusan program studi Diploma 3 jurusan Manajemen Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer (A.Md).

1.6.2 Bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta

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

1.6.3 Bagi Warkop Mulyadi dan Masyarakat

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Meningkatnya pengunjung di Warkop Mulyadi
2. Mengenalkan jenis-jenis kopi yang ada di Warkop Mulyadi dan makanannya kepada masyarakat.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang didukung dengan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan untuk melengkapi data pada penelitian ini adalah :

1. Studi Kepustakaan

Menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku

ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah baik tercetak maupun digital di berbagai perpustakaan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab terhadap interviewee. Interviewee dalam memperoleh data adalah pemilik dan karyawan Warkop Mulyadi. Peneliti menanyakan perihal jenis – jenis kopi, sejarah singkat Warkop Mulyadi, dan susunan organisasi Warkop Mulyadi. Penulis juga mengumpulkan data berupa interviewe oleh Bapak Alfian selaku pemilik Warkop Mulyadi pada bulan Maret 2018.

3. Observasi

Obsrvasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Hasil observasi yang dilakukan peneliti berupa jumlah pengunjung Warkop Mulyadi pada awal bulan Maret 2018 dan untuk pengumpulan bahan penelitian pada bulan April 2018.

1.8 Sistematika Penulisan

Bab I – Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan laporan penelitian, hingga jadwal rencana kegiatan penelitian.

Bab II – Dasar Teori, menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan pembuatan Video Iklan Dengan Teknik Motion Graphic secara detail, berupa definisi-definisi tentang sistem operasi, serta hal yang berkaitan langsung dengan ilmu atau masalah yang diteliti.

Bab III – Gambaran Umum, berupa gambaran umum tentang Warkop Mulyadi, yang meliputi sejarah singkat Warkop Mulyadi, visi dan misi segmentasi pasar, serta susunan organisasi.

Bab IV – Pembahasan, membahas tentang ide, pembuatan storyboard, pembuatan sketsa animasi, dan background, dengan menerapkan motion graphic, pengisian suara, editing sampai hasil akhir.

Bab V – Penutup, menyampaikan kesimpulan (jawaban dari rumusan masalah yang terdapat di Bab I), saran penggunaan terhadap objek penelitian dan saran pembuatan Video Animasi Motion graphic yang lebih menarik lagi.

