

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Multimedia merupakan alat pendukung untuk menyampaikan informasi yang dinamis dan interaktif sehingga pengguna dapat melakukan interaksi dan komunikasi. Multimedia sering digunakan dalam dunia game dan hiburan, selain itu multimedia juga sering dimanfaatkan dalam dunia pendidikan dan bisnis. Di dunia pendidikan, multimedia dapat dimanfaatkan sebagai media presentasi dan pengajaran, baik dalam kelas maupun secara otodidak. Kemudian di dunia bisnis, multimedia dapat dimanfaatkan sebagai media pengenalan profil perusahaan, periklanan sebagai media promosi produk perusahaan dan lain sebagainya.

Periklanan secara umum berwujud penyajian informasi tentang suatu produk, merek, atau perusahaan yang dijalankan. Dengan demikian, Periklanan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk seseorang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat Periklanan.

7pm coffee merupakan badan usaha yang bergerak di bidang *coffee shop*. Dalam pemasarannya, saat ini masih menggunakan media pemasaran digital platform yaitu instagram dengan menyebar poster event yang akan di adakan di 7pm coffee dan tentunya daftar menu yang disediakan. Coffee shop ini bertempat di Jl Prayan 1 Soropadan RT 3 RW 36 no 80 Pringsurat, Soropadan, Condongcatu Sleman Yogyakarta.

Sejauh ini 7pm coffee ini sudah mengupayakan promosi dengan beberapa cara diantaranya memposting gambar menu di sertai dengan pengurusan konten yang baik dan event yang akan di adakan di cafe tersebut. *Owner 7pm coffee* juga mengharapkan ada upaya pendekatan IT berupa video periklanan pada media sosial instagram yang notabene adalah media sosial yang sangat hits di kalangan milenial saat ini menurut tribunnews.com

Pemanfaatan media sosial INSTAGRAM dari 7pm coffee yang mempunyai 785 followers per 15 november 2018 juga bisa berpengaruh dalam pemasaran. Berdasarkan wawancara dengan Sdr. Agus purwanto pemilik coffee shop, pengunjung yang datang rata-rata mendapat informasi dari postingan di Instagram yang menampilkan gambar produk yang di jual 7pm coffee. Melihat dari peluang tersebut owner cafe ingin memaksimalkan pemasaran dengan membuat video iklan yang akan di tayangkan di instagram, dimana akan menunjang penjualan dan minat orang untuk berkunjung.

Kesimpulan dari latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas maka penelitian ini akan membahas secara rinci tentang "Pembuatan iklan pada 7pm coffee menggunakan teknik motion tracking dan live shoot sebagai media promosi".

1.2 *Rumusan Masalah*

Bagaimana cara merancang dan membuat video iklan untuk 7pm coffee ?

1.3 *Batasan Masalah*

Agar pembahasan pada bab selanjutnya tidak menyimpang dan bisa memberikan arah yang jelas dalam meneliti permasalahan, maka penulis menentukan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Iklan ini hanya menampilkan produk yang di sediakan oleh 7pm coffee.
2. Produk yang di iklankan adalah produk minuman serta camilan yang di jajahkan oleh 7pm coffee
3. Media promosi video iklan ini hanya untuk media sosial yaitu Instagram
4. Video iklan ini menggunakan kombinasi *live shoot video* dengan penambahan *color grading* dan text animasi *2D motion tracking*.
5. Penelitian ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak 7pm coffee dan penayangan iklan di satu media sosial yaitu Instagram.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan sebagai konsep pembahasan pembuatan video iklan untuk menunjang pemasaran produk melalui media sosial instagram.

Tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Teknik Informatika di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat agar video iklan ini dapat memaksimalkan penjualan dalam pemasaran produk 7pm coffee yang selama ini telah dipasarkan melalui mulut ke mulut maupun Instagram.
3. Memperluas jangkauan dalam memasarkan produk 7pm coffee di media promosi elektronik yaitu Instagram.
4. Menarik minat pengunjung untuk datang ke 7pm coffee

1.5 Metode Penelitian

Beberapa Metode-metode yang digunakan dalam pelaksanaan perancangan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperoleh yaitu dengan mengumpulkan data dari investigasi lapangan dan melakukan penelitian terhadap masalah terkait. Adapun metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan wawancara atau tanya jawab kepada pihak-pihak terkait atas masalah dan kendala yang terjadi di dalam perusahaan. wawancara ini dilakukan kepada bagian marketing 7pm coffee dengan beberapa poin diantaranya: Jam oprasional cafe, makanan / minuman favorit pengunjung, *range* harga produk dan lain sebagainya.

2. Metode Observasi

Merupakan suatu metode pengumpulan data-data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung dilapangan. Pengumpulan data yang akan di lakukan adalah mengamati beberapa poin diantaranya: Sikap pelayanan cafe pada pengunjung/*customer*, Fasilitas cafe yang di sediakan, kebersihan serta kualitas produk dan lain sebagainya.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah SWOT.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap pra-produksi, Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle, dimana metode ini memiliki 6 tahapan, yaitu concept, design, material collecting, assembly, testing dan distribution.(Luther, 1994)

1.5.4 Metode Implementasi

Metode implementasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap produksi dan pasca-produksi (*material collecting, assembly*) yang juga menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle.(Luther, 1994)

1.5.5 Metode Testing

Tahap ini disebut juga sebagai tahap pengujian alpha (alpha test) dimana pengujian dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatnya sendiri. Jika telah lolos dalam pengujian alpha maka akan dilanjutkan dengan pengujian beta. Pengujian beta adalah pengujian yang dilakukan

oleh pengguna, dengan pengujian pada beberapa aspek kualitas video iklan kepada seorang ahli animasi dan videography, *owner* atau pemilik 7pm coffee dan pelanggan 7pm coffee, apakah video iklan yang dibuat sudah layak untuk dapat di produksi atau belum.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab dan masing-masing memiliki beberapa sub-sab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Agar lebih memudahkan pembahasan, maka penulisan isi dari setiap bab yang akan ditulis dalam penelitian. Isi bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I – PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II – LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai tinjauan pustaka yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan dasar teori dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III – ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan menjelaskan secara umum mengenai gambaran obyek penelitian dan perancangan proyek. Dalam hal ini adalah

pembahasan metode analisis kebutuhan sistem, perancangan pembuatan naskah dan *storyboard*.

BAB IV – IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan proses pembuatan video iklan dari perancangan yang telah dibuat mulai dari teknik pengambilan video, penganimasian, editing audio video hingga *composition* dan *rendering*. Yang terakhir adalah *testing* (*alpha test* dan *beta test*) yang bertujuan untuk mengetahui layak tidaknya video iklan yang sudah di rancang.

BAB V – PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Yang didalamnya akan dibahas mengenai evaluasi hasil akhir dari penelitian dan penulisan penelitian. Kesimpulan berisi keseluruhan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya. Dan juga disertai beberapa saran yang mungkin dapat berguna untuk pengembangan pembuatan media informasi multimedia berbasis video iklan.

DAFTAR PUSAKA

Disini akan diuraikan semua refrensi dan pustaka yang telah dijadikan acuan dalam penulisan penelitian yaitu semua sumber yang dikutip dalam membantu menyelesaikan penelitian.