

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kedai mongondow adalah usaha yang bergerak di bidang jasa boga atau kuliner yang beralamat di Jalan Gajahmada, Purwokinanti, Pakualaman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55166, salah satu rumah makan di Yogyakarta yang menyajikan konsep makanan tradisional khas Sulawesi Utara. Rumah makan ini sendiri berdiri pada tahun 2017 dengan tiga menu utama, yakni bubur manado, nasi kuning manado dan ikan bakar/goreng rica. Rumah makan ini menjadi tempat favorit mahasiswa perantauan Sulawesi Utara, dalam mempromosikan menu, kedai mongondow masih menggunakan metode media pamflet dan dari mulut ke mulut, salah satu permasalahan yang dijumpai di kedai mongodow Yogyakarta saat ini.

Salah satu upaya meningkatkan perekonomian masyarakat adalah melalui pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Keberadaan UMKM telah terbukti memiliki sumbangsih bagi perekonomian nasional. Hadirnya Teknologi Informasi mengubah cara dalam bisnis dengan memberikan peluang dan tantangan baru yang berbeda dengan cara konvensional. Teknologi informasi merupakan salah satu pilar utama pembangunan peradaban manusia saat ini yang harus mampu memberi nilai tambah bagi masyarakat luas. Perkembangan dunia teknologi dan

informasi di era yang semakin canggih khususnya di bidang multimedia seperti yang kita ketahui telah berkembang sangat pesat.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memberikan solusi dengan proses perancangan dan pembuatan iklan video televisi, teknik gambar yang di gunakan adalah *Live Shoot* yaitu mengambil gambar menggunakan camera dan terdapat gambar-gambar produk yang di promosikan oleh perusahaan tersebut dan juga menggabungkan teknik *Motion Tracking*. *Motion Tracking* adalah *frame video* dapat dianalisis untuk mengikuti posisi objek melalui waktu. Hal ini dapat berguna untuk mendeteksi adanya gerakan apapun atau untuk menangkap gerakan yang kompleks yang digunakan dalam video editing (Okun, Zwerman, 2010 : 283)[1].

Dengan menambah media informasi berupa video iklan televisi diharapkan mampu menjadi media informasi dan mempermudah dalam hal penyampaian, mengenalkan, ataupun mempromosikan Kedai Mongodow serta memberi kesan dan visualisasi yang menarik. Keselarasan antara *Live shoot* dan *motion tracking* merupakan tantangan tersendiri dalam pembuatan video iklan yang nantinya berguna untuk memperkuat narasi, proses *Editing* dalam pembuatan dan perancangan media ini juga sangat penting sehingga dapat memperkuat pesan dan informasi yang akan disampaikan. Guna mendorong penulis untuk dapat memaksimalkan pembuatan Video iklan untuk Kedai Mongondow.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, peneliti menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang dan membuat video iklan televisi pada kedai mongodow Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dalam hal ini penulis memfokuskan pembahasan, sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Kedai Mongondow Yogyakarta.
2. Penelitian ini menerapkan teknik *Live Shoot* pada pengambilan gambar dan memaksimalkan teknik *Motion Traking* pada *Editing*.
3. Hasil pembuatan iklan ini berdurasi 30 detik.
4. Hasil video dikemas dengan format file .MP4 dengan kualitas full HD 1080p resolusi 1280px720p.
5. Hasil video iklan akan ditayangkan pada stasiun televisi RBTv.
6. Informasi yang ditampilkan dalam iklan adalah menu utama dan beberapa menu pendukung dari Kedai Mongondow.
7. Alat yang digunakan Camera Mirorless Sony A6300, lensa sony 16-50mm f3.5-5.6 OSS, Lensa Sigma 50mm f1.4 DX, Lensa Sigma 35mm f1.4 ART, Lightbox, Lighting Camtree 1000w, Lighting Aputure Amaran 578C, C-Stand (Lightstand), Procure Mount Adapter Canon EF/EF-S To Sony E-Mount, Zhyun Crane Plus, Tripod softbox.
8. Software yang digunakan Adobe Premier Pro, Adobe After, Adobe Media encoder CC, dan Davinci Reslove.
9. Melakukan kuesioner untuk hasil akhir video iklan yang dibuat.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini Bertujuan, sebagai berikut:

1. Membuat iklan video televisi menerapkan teknik *Live Shoot* dan memaksimalkan proses *Editing* pada *Motion Tracking*-Nya.
2. Memperkenalkan menu andalan Kedai Mongondow kepada masyarakat atau *viewers*.
3. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Teknik Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari disusunnya skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis:
 1. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan pengetahuan menyangkut perancangan maupun pembuatan iklan televisi yang baik dan benar.
 2. Memperoleh gambaran nyata tentang Kedai Mongondow Yogyakarta.
 3. Dapat menyusun skripsi pada program S1 Teknik Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Bagi Kedai Mongodow.
 1. Memperkenalkan menu makanan dan minuman yang ada pada Kedai Mongondow Yogyakarta.

2. Memberikan informasi dan gambaran kepada masyarakat tentang Kedai Mongondow Yogyakarta.
3. Membantu meningkatkan penjualan pada Kedai Mongondow Yogyakarta dengan iklan video.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, perlu adanya metode penelitian yang tepat agar tujuan dalam penelitian dapat tercapai. Untuk itu penulis menerapkan berbagai metode penelitian, seperti:

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain:

a. Metode Observasi

Metode ini peneliti mengumpulkan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Kedai Mongondow untuk kebutuhan pengambilan gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan peneliti.

b. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada makerting Kedai Mongondow untuk mencari semua data yang

diperlukan tentang Kedai Mongondow sebagai bahan analisa dan penelitian.

c. Metode Studi Pustaka

Mengumpulkan data dengan membaca buku-buku dan sumber lain untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan.

d. Metode Kepustakaan/Library

Yaitu penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku dan contoh skripsi yang ada untuk digunakan sebagai referensi yang berhubungan dengan masalah yang di teliti sehingga nantinya dapat membantu terselesaikan penyusunan skripsi ini.

e. Metode Kearsipan/ Documentation

Yaitu dengan melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari data-data, arsip, maupun artikel yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Metode Analisis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths*(kekuatan), *Weakness*(kelemahan), *Oportunity*(peluang), dan *Threats*(ancaman). Serta menggunakan analisis

kebutuhan fungsional dan kebutuhan 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.

3. Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan tahapan pertama dalam pembuatan iklan yaitu tahap pra produksi sesuai rancangan yang telah dibuat.

4. Pembuatan

Melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar , dilanjutkan dengan pengeditan video yang menggabungkan dengan beberapa teknik. Kemudian dilanjutkan tahap terakhir pra produksi meliputi pembuatan narasi, backsound hingga tahap terakhir rendering.

5. Implementasi dan Evaluasi

Peneliti melakukan testing terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di Televisi. Peneliti juga melakukan kuisisioner sebagai bukti apakah video ini tersampaikan maksudnya, kreatif dan inovatif atau tidak

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini memuat uraian secara garis besar isi dari skripsi yang terdiri dari lima bab, masing –masing bab berisi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, konsep, ide cerita pada iklan, naskah, Storyboard serta penerapan teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking* pada iklan Kedai Mongondow karena teknik inilah yang dijadikan konsep dalam pembuatan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan dan perancangan iklan video Kedai Mongondow pada saat pengambilan video, proses pemilihan video, proses editing dan proses penggabungan video dengan gambar.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang membangun dari penyusunan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

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

