

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi dan informasi sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga menuntut kita dalam mengikuti perkembangan teknologi dan informasi saat ini. Di karenakan informasi yang mudah untuk di cari ini dapat menguntungkan berbagai bidang salah satunya dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam bentuk video. Bagi sebuah perusahaan itu sangat di perlukan dalam mempromosikan apa yang mereka punya dengan video iklan yang lebih komunikatif dalam mempromosikan sebuah produk yang di miliki perusahaan tersebut.

Coffee Van Jogja adalah sebuah cafe kopi yang berada di JL. Kaliurang No. KM. 5,8, Manggung, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Yang di miliki oleh owner Shunzun, Dengan mengandal sebuah mobil van membuat daya tarik tersendiri dari Coffee Van Jogja. Namun periklanan dari coffe van jogja ini masih dengan baliho, stiker, sosial media serta secara lisan.

Pemanfaatan multimedia dalam penyampaian sebuah iklan akan lebih menarik jika mmiliki nilai tambah seperti teks, audio, gambar, animasi, dan salhsatunya adalah video. *Motion Graphic* merupakan percabangan dari ilmu Desain grafis yang merupakan penggabungan dari Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik animasi untuk menyampaikan suatu

pesan dan tujuan tertentu. Yang tidak bisa dilakukan oleh livenesshoot sebagaimana yang di butuhkan oleh coffee van jogja untuk memperkenalkan coffee van jogja.

Bagaimana cara untuk memperkenalkan Coffee Van jogja dalam bentuk video singkat yang mudah di pahami oleh masyarakat dalam penyampaian informasi yang di butuhkan. Solusi yang ditawarkan adalah, dengan menggunakan Media sosial seperti instagram untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan menggunakan video iklan untuk memperkenalkan brand Coffee Van Jogja.

Berdasarkan kebutuhan di atas maka solusi yang di butuhkan adalah dengan membuat video iklan dengan menggunakan teknik livenesshoot dan *Motion Graphic*. Yang di harapkan dapat membantu memperkenalkan brand dari Coffee Van jogja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan di selesaikan di penelitian ini yaitu **"Bagaimana merancang video iklan pada Coffee Van Jogja dengan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*?"**

1.3 Batasan Masalah

Didaptkan beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Perancang video iklan ini menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*
2. Durasi dari video iklan ini adalah 60 detik.

3. Video iklan ini mencakup tentang produk dari Coffee Van Jogja.
4. Pembuatan video iklan ini menggunakan software *Adobe After Effect cc 2018, Premier Pro cc 2018, Photoshop cc 2018, Audition cc 2018*.
5. Hasil akhir akan di serahkan kepada *owner* Coffee van jogja.
6. Video akan di tayangkan di *instagram* Coffee Van Jogja.

1.4 Maksud dan Tujuan

1.4.1 Maksud

1. Sebagai pembuatan iklan dari Coffee Van Jogja menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
2. Sebagai salah satu persyaratan untuk peneliti menyelesaikan pendidikan program Strata-1 Informatik pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4.2 Tujuan yang Hendak dicapai Peneliti

1. Tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini adalah untuk memperkenalkan produk, yang dapat digunakan melalui media yaitu berupa video iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi penulis

1. Mampu membuat iklan *liveshoot* dan *Motion Graphic* dengan kemampuan sendiri.
2. Mampu menerapkan apa yang telah di dapat dari kuliah di universitas amikom Yogyakarta.

1.5.2 Bagi Coffee Van Jogja

1. Sebagai media iklan untuk Coffee Van Jogja.
2. Memperkenalkan Produk yang ada di Coffee Van Jogja ke masyarakat luas.
3. Membuat iklan produk yang lebih menarik, dan membuat banyak konsumen lebih tertarik

1.5.3 Bagi Masyarakat

1. Memberikan pandangan agar konsumen tertarik membeli produk dari Coffee Van Jogja.

1.6 Metodeologi Penelitian

Metodeologi Penelitian yang dilakukan untuk penulisan dan penyelesaian animasi 2D melalui metode berikut:

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Studi Pustaka

Metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku dan internet sebagai bahan referensi pada judul penelitian.

2. Metode Observasi

Obeseravasi dilakukan dengan melakukan pengamatan video iklan yang menggunakan teknik livenesshoot dan *Motion Graphic*.

3. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan di beberapa tk di condong catur guna mendapatkan data yang dibutuhkan dalam proses pembuatan video.

Dalam wawancara tersebut perlu memperhatikan objek yang menjadi pembahasan dalam pengumpulan data.

1.6.2. Metode Analisis

Penulis mengadakan pemeriksaan analisis kelayakan untuk menentukan kemungkinan apakah pengembangan proyek video iklan dapat diteruskan atau dihentikan dengan parameter kelayakan menggunakan analisis SWOT. Selain itu juga penulis menggunakan analisis kebutuhan sistem yang terdiri dari kebutuhan fungsional dan non-fungsional. Pada kebutuhan non-fungsional menjelaskan perangkat keras, perangkat lunak, dan pelaku yang terlibat dalam pembuatan video iklan.

1.6.3. Metode Perancangan

Pada tahap perancangan kegiatan yang dilakukan adalah narasi dan melakukan evaluasi narasi yang sudah di buat. Kemudian membuat storyboard untuk menggambar alur video iklan yang akan di buat.

1.6.4. Metode Pengembangan

Metode pengembangan melalui tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pra produksi persiapan dalam pembuatan video animasi antara lain: ide dan konsep, naskah, dan *storyboard*. Produksi merupakan kegiatan selama pembuatan video meliputi : pengambilan gambar, pembuatan gambar (aset). Pasca produksi dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah video diproduksi meliputi : *compositing*, *editing*, dan *rendering*.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk membuat penyajian dalam penelitian ini menjadi terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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 membahas tinjauan pustaka. Pengertian dan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai tinjauan tentang objek penelitian serta analisis dan perancangan video iklan Coffee Van Jogja secara umum dan menjelaskan kelebihan dan kekurangan video promosi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan analisis SWOT.

BAB IV IMPELEMATASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang proses tahapan produksi dan pasca produksi hingga pengujian, dimana tahap produksi membahas tentang pembuatan bahan-

bahan video iklan danpaska produksi membahas bagaimana mengimplementasikan bahan-bahan iklan menjadi video iklan utuh, dan kemudian dilakukan pengujian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang saran dan kesimpulan-kesimpulan dari seluruh skripsi yang telah disusun serta dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat semua sumber yang telah di sajikan sebagai acuan dalam penyusunan skripsi.

