

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bema adalah rumah makan special bebek goreng sambal hitam yang bertempat di Jl. Puluhdadi No. 427-B, Kecamatan Depok, Caturtunggal Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Bema sendiri sudah memiliki cabang di semarang. Usaha rumah makan bema tergolong sudah tergolong baik dan terkenal oleh mahasiswa dan masyarakat.

Dengan berbagai cabang yang ada. Bema ingin meningkatkan penjualan dan memaksimalkan promosinya. Promosi menggunakan brosur dan gambar sudah efektif namun kurang maksimal. Manajemen Bema akan menampilkan sebuah video iklan di Instagramnya. Karena adanya keterbatasan SDM, Bema kesulitan untuk merealisasikan video iklanya.

Dari permasalahan yang telah di urai di atas, penulis membuat video iklan Bema. Penulis dalam membuat video iklan menggunakan teknik *hyperlapse dan motion graphic*. dengan adanya iklan promosi berbentuk video iklan ini diharapkan promosi lebih efektif dan menarik sehingga pesan yang diharapkan dapat tersampaikan dengan jelas dan tidak membosankan. oleh sebab itu penulis mengajukan skripsi dengan judul "Pembuatan video iklan rumah makan "Bema" dengan menggunakan teknik *hyperlapse dan motion graphic*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan, maka permasalahan yang dapat di rumuskan adalah bagaimana membuat iklan dengan teknik *hyperlapse* dan *motion graphic* pada video iklan rumah makan Bema?

1.3 Batasan Masalah

Agar penyusunan "Pembuatan video iklan "Bema" untuk rumah makan Bema menggunakan Teknik *hyperlapse* dan *motion graphic* dapat terarah dengan benar, maka di perlukan batasan masalah sebagai berikut :

- a. Jenis teknik yang digunakan adalah *hyperlapse* dan *motion graphic*
- b. Durasi video iklan tidak lebih dari 1 menit
- c. Penelitian tidak menekankan pada *software* yang digunakan
- d. Hasil video iklan akan di ditayangkan melalui Instagram rumah makan Bema

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah merencanakan dan membuat video iklan sebagai media promosi rumah makan Bema dengan menggunakan teknik *hyperlapse* dan *motion graphic*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh semua pihak yang terkait sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Rumah Makan Bema

- a. Manfaat penelitian ini bagi perusahaan adalah membantu dalam penyampaian pesan promosi kepada calon pembeli.
- b. Manfaat penelitian ini adalah mengenalkan Bema ke masyarakat luas melalui promosi melalui video iklan.

2.5.1 Bagi Calon Pembeli

Manfaat penelitian ini bagi calon pembeli adalah dapat memahami isi konten dalam video iklan.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi – informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang di gunakan pada pembuatan skripsi ini menggunakan metode :

a. Observasi

Yaitu suatu teknik pengumpulan data untuk mempelajari sistem, dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian.

b. Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail.

c. Studi Literatur

Yaitu teknik pengumpulan data dengan membaca buku – buku pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Penulis mengadakan pemeriksaan analisis kelayakan untuk menentukan kemungkinan apakah pengembangan proyek video iklan layak diteruskan atau dihentikan dengan parameter analisis kelayakan teknis, operasional, hukum, dan jadwal. Selain itu penulis juga 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 animasi.

1.6.3 Metode Pengembangan

Metode pengembangan melalui tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pra produksi persiapan dalam pembuatan animasi antara lain: ide cerita, naskah atau naskah, karakter

atau objek ilustrasi, *storyboard*, *dubbing* awal, dan *sound*. Produksi merupakan kegiatan selama pembuatan video iklan meliputi : syuting, proses pengambilan gambar, Pembuatan *design* grafis, musik dan *animation*. Pasca produksi dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah animasi diproduksi meliputi: *composite*, *editing*, *rendering*, dan pemindahan video kedalam berbagai media lain.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti dalam penyajian laporan penulisan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, teori tahapan pembuatan serta teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan, ide cerita, naskah, dan *storyboard* pada video iklan yang akan dikerjakan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan video iklan

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan di uraikan tentang kesimpulan dan saran.

