

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Video adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan bisa berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, berita) maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional. Kelebihan lain dari video yaitu menghemat waktu dan rekaman dapat diputar berulang-ulang [1].

Promosi adalah salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya [2]. Menurut Gitosudarmo Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut [3].

Warung Fiesto adalah warung yang berlokasi di Jalan Kaswari no.77A, Mancasan Lor, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Warung Fiesto awalnya tempat makan berjenis makanan pasta yang harganya diatas rata-rata karena bahan pembuatan makanan yang lumayan mahal, dan karena sepinya minat masyarakat yang tinggal di daerah tempat makan tersebut,

maka diubahlah nama tempat makanan dan jenis makanan yang di jual, agar lebih menarik minat orang-orang.

Upaya promosi guna mendapatkan konsumen bukanlah proses yang mudah, Dengan adanya teknik *Motion Graphics* dan *Live Shoot* dapat menggambarkan dan memvisualisasikan tempat dan jenis makanan yang di tawarkan oleh Warung Fiesto.

Live Shoot adalah teknik perekaman pada kamera movie atau menangkap realitas atau pergerakan adegan, baik fiksi maupun nonfiksi, seperti adegan dramatis, romantis maupun nyata yang semua terjadi di depan lensa dan kemudian terekam dalam sebuah kamera film [4].

Motion graphic atau motion grafis adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet. Pada dunia perdagangan, informasi, dan hiburan adalah suatu tantangan, ketika dimana pemirsa/audience memutuskan apakah tidak atau akan untuk saluran, keluar dari situs web, atau ketika menonton trailer, untuk melihat film. Maka dari itulah diperlukan strategi, kreativitas, dan keterampilan dari seorang desainer broadcasting, desainer judul film dan animator dalam seni motion grafis [5].

Dari latar belakang masalahnya, saya sebagai penulis tertarik untuk membantu membuat video promosi dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul **"Pembuatan Video Promosi Warung Fiesto "Sahabat Mahasiswa" Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphics"**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu “Bagaimana membuat video iklan Warung Fiesto menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphics sebagai media promosi”

## 1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah adalah:

1. Iklan ini di buat untuk Warung Fiesto sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Peneliti menawarkan teknik live shoot dan motion graphics yang di terapkan dalam pembuatan video promosi.
3. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah 1920 x 1080 px (HDV/HDTV 1080 29) Video size dengan type data (.mp4)
4. Durasi video iklan 60 detik.
5. Video promosi ini akan ditayangkan di sosial media seperti Instagram.
6. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Adobe Audition CS6, Adobe Illustrator CS6, Adobe After Effect CS6.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai syarat kelulusan untuk menyandang gelar Sarjana komputer strata I jurusan Teknik Informatika di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

3. Membuat iklan Warung Fiesto "Sahabat Mahasiswa" dengan menggabungkan teknik *live shot* dan *motion graphic*.
4. Membuat iklan Warung Fiesto "Sahabat Mahasiswa" sebagai sarana promosi untuk menarik pelanggan di *Instagram*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat bagi saya sendiri, serta perusahaan dan konsumen adalah sebagai berikut:

#### a. Bagi Penulis

1. Mendapat pelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang di dapat selama menempuh studi di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Mampu mengukur dan menimbang kemampuan dan sebagai tahap pengembangan diri dalam proses pembuatan video iklan.
3. Mengerti tentang aspek aspek yang harus di lalui dalam pembuatan sebuah iklan.

#### b. Bagi Perusahaan

1. Sebagai media promosi Warung Fiesto "Sahabat Mahasiswa".
2. Memberikan informasi tentang tempat dan makanan yang di tawarkan kepada masyarakat.
3. Mampu meningkatkan daya tarik masyarakat untuk berkunjung.

c. Bagi Konsumen

1. Memberikan keyakinan bahwa tempat dan makanan yang di sajikan patut di coba dan kunjungi.
2. Membuat rasa penasaran masyarakat agar berkunjung.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang akan digunakan untuk membantu dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi adalah MDLC (Multimedia Development Life Cycle), Dimana metode ini sesuai dengan proses penelitian ini.

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data serta informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **A. Metode Wawancara**

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung kepada pemimpin atau selaku pemilik Warung Fiesto "Sahabat Mahasiswa" yaitu bapak Triono pada bulan Januari 2018.

#### **B. Metode Observasi**

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap video visual effect yang mempunyai ciri yang sama, dan melakukan pengamatan langsung pada bulan Januari 2018 ke lokasi Warung Fiesto "Sahabat Mahasiswa" untuk mengamati dan mengambil poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

### C. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, pengambilan gambar objek dan dokumen terkait. Dengan tujuan gambar hasil dokumentasi dapat digunakan sebagai acuan untuk mendesain komponen video.

### D. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal ilmiah dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan.

#### 1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan merupakan tahapan pertama dalam pembuatan iklan ini yaitu tahapan pra produksi. Yaitu tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan diproduksi secara nyata. Yang harus dipikirkan pada tahap pra produksi adalah mempelajari naskah, *storyboard*, dan menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan [6].

#### 1.6.3 Metode Analisis

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*), dan Kelemahan (*weaknesses*) [7].

#### 1.6.4 Metode Implementasi

Pada metode implementasi, video dipublikasikan kedalam sosial media yang telah disediakan oleh pemilik Warung Fiesto yaitu Instagram.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Metode ini di lakukan agar penyusunan skripsi menjadi lebih terarah dan mampu dipahami oleh pembaca, Sistematika penulisan pada skripsi ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud penelitian, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

##### **BAB II           LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar serta teori teori secara umum, serta menjelaskan *software* yang akan digunakan untuk pembuatan iklan ini.

##### **BAB III        ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini menjelaskan tentang analisis perancangan iklan, mulai dari pembuatan alur cerita serta tahapan pra produksi, seperti pembentukan ide cerita dan *storyboard* yang digunakan untuk video iklan ini.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan.

**BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran saran yang membangun, Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang di buat, Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri.

