

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee, adalah sebuah restoran yang berada di Yogyakarta dan bergerak dalam bidang kuliner. Beragam kuliner yang menarik yang ditawarkan oleh Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee. Menu Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee juga sangat bervariasi dari menu tradisional maupun *western*.

Restoran ini terletak di pusat kota Yogyakarta, dengan demikian lokasi nya yang strategis menjadikan restoran ini mudah di akses. Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee memiliki 2 tema ruangan dimana di lantai 1 memiliki tema tradisional dan lantai 2 memiliki suasana eropa kuno. Namun untuk saat ini media penyampaian hanya terbatas melalui media social dan brosur.

Oleh karena itu, penulis bermaksud membuat media promosi dari Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee dengan membuat iklan melalui media televisi menggunakan teknik *Live Shoot* dengan menambahkan efek *Slow Motion* dan *Time Lapse*. *Slow Motion* dan *Time Lapse* sangat mendukung kualitas dalam video iklan ini dan membuatnya lebih menarik untuk di lihat. Penulis berharap setelah adanya video iklan ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee sehingga akan menjadikanya satu dari sekian rumah makan di provinsi Yogyakarta yang wajib di kunjungi.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melihat dari latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut. Bagaimana merancang sebuah video iklan untuk Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee menggunakan teknik *Live shoot*, *Slow Motion* dan *Time Lapse*?

1.3 Batasan Masalah

Ada beberapa batasan masalah yang terinci dalam penelitian ini. Hal itu diperlukan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada maka perlu adanya batasan masalah. Adapun pembagiannya sebagai berikut:

1. Perancangan iklan ini dibuat untuk Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee di Yogyakarta sebagai media promosi dalam bentuk video dengan durasi 30 detik yang akan ditayangkan pada televisi local Yogyakarta (RBTv).
2. Proses pembuatan video iklan Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee mengikuti alur pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
3. Video iklan ini dibuat dengan software utama Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe After Effects Pro CC 2018, Adobe Photoshop Pro CC 2018 serta software pendukung lainnya yaitu Adobe Audition Pro CC 2018.
4. Hasil akhir video menggunakan format (.mp4).
5. Pembuatan video iklan menggunakan teknik *Live Shoot*, *Slow Motion*, dan *Time Lapse*.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dalam penelitian ini adalah untuk syarat kelulusan Strata 1 Jurusan Informatika di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

Adapun tujuan laporan skripsi ini adalah untuk :

1. Tujuan untuk penulis
Dapat merancang iklan pada Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee dengan teknik *Live Shoot*, *Slow Motion*, dan *TimeLapse*.
2. Tujuan untuk masyarakat umum
Bagi masyarakat umum yang ingin membuat iklan dengan teknik *Live Shoot*, *Slow Motion*, dan *TimeLapse* dapat mengetahui langkah-langkah dalam pembuatannya.

3. Tujuan untuk Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee

Membantu Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee membuat iklan dalam bentuk video menggunakan teknik *Live Shoot*, *Slow Motion*, dan *TimeLapse*.

1.4 Metode Penelitian

Dalam pembuatan skripsi metode penelitian yang digunakan dalam perancangan animasi ini yaitu metode pengumpulan data kualitatif dengan mencari referensi atau menganalisis dokumen-dokumen apa saja yang ingin ditampilkan obyek dalam pembuatan iklan tersebut.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan membaca buku untuk mendapatkan bahan tambahan yang bersifat teoritis dan relevan yang dapat menunjang laporan yang berkaitan dengan topic yang diambil serta pemecahan yang ada.

2. Observasi

Observasi adalah metode yang digunakan penulis dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan data di tempat penelitian.

3. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pihak management Mak Semarangan Resto Gallery & Coffee untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan skripsi.

4. Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku, peraturan, laporan kegiatan, foto, video, dan data yang relevan dengan penelitian.

1.5.2 Metode Analisis

Dalam metode ini penulis membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan yang baru. Analisis yang digunakan adalah analisi SWOT yang meliputi : *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Oppurtunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman).

1.5.3 Metode Perancangan

Penulis menggunakan perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan *Video Iklan* yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat *Video Iklan* meliputi ide konsep ,merancang isi iklan, dan membuat *storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Pada tahapan ini dilakukan dilakukan pengimplementasian bahan-bahan yang telah dikumpulkan pada tahap pra produksi. Dimulai dengan tahap produksi yaitu, pengambilan gambar dan perekaman suara sesuai dengan storyboard. Kemudian tahap selanjutnya yaitu , editing , memeriksa hasil editing sementara, jika hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan proses rendering dan dilanjutkan dengan penyerahan atau penyiaran.

1.5.5 Metode Pengujian

Penulis melakukan *testing* terhadap *Video Iklan* dengan menayangkan film tersebut kepada teman, pemilik resto atau dosen pembimbing untuk mengetahui apa kekurangan dalam iklan tersebut.

1.5.6 Metode Implementasi

Penulis melakukan implementasi penayangan *Video Iklan* di stasiun televisi yaitu RBTv.

1.6 Sistematika Penulisan

Supaya penulisan ini terarah dan tersusun dengan baik maka secara garis besar sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menerangkan tentang masalah-masalah apa saja yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan pustakan dan uraian tentang teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar pembuatan media iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan televisi pada Mak Semarang Resto Gallery & Coffee.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses Pembuatan Iklan Dengan Teknik *Timelapse dan Live Shoot*. Mulai dari tahap produksi, penerapan teknik, dan paska produksi.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi tentang kesimpulan dan saran yang disampaikan untuk menyempurnakan penulisan laporan.