

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis kuliner sangat saat ini sangat pesat. Bisnis kuliner dari usaha kecil, menengah hingga besar. Kuliner merupakan gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari baik anak – anak, remaja, maupun keluarga. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Wisata kuliner tidak hanya menjual makanan dan minuman lagi, tetapi sudah menjual kenyamanan tempat dengan fasilitas – fasilitas yang mampu menjadi daya Tarik tersendiri bagi para pelanggannya. Banyak wisata kuliner yang mempunyai umur usaha yang hanya sebentar karena beberapa faktor seperti makanan yang kurang nikmat, lokasi yang susah dicapai, tempat yang tidak nyaman, fasilitas yang tidak lengkap, ataupun kurangnya promosi kepada orang – orang sehingga orang tidak mengetahui ada tempat yang nyaman dengan fasilitas yang lengkap dan menu makanan yang murah meriah rasa luar biasa seperti Kangen Pasta Yogyakarta cabang Seturan.

Kangen Pasta merupakan tempat nongkrong yang sangat nyaman dengan fasilitas dan promo makanan yang sangat menggoda, tetapi semua itu tidak akan maksimal jika tidak adanya iklan. Karena pelanggan tidak akan mengetahui bahwa

ada tempat luar biasa di Yogyakarta yang masih tersembunyi karena kurang maksimal promosi tempatnya. Dengan menggunakan iklan televisi adalah metode paling tepat untuk memikat pelanggan datang ke Kangen Pasta.

Perancangan dan pembuatan iklan televisi dengan *motion graphic* sebagai media promosi Kangen Pasta Yogyakarta cabang Seturan ini berperan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas terutama daerah Yogyakarta bahwa ada tempat nyaman untuk anak-anak, remaja, keluarga, rapat, nonton bareng, ataupun kencan. Dan di harapkan dengan perancangan dan pembuatan iklan televisi dengan *motion graphic* bisa meningkatkan jumlah pelanggan pada Kangen Pasta Yogyakarta cabang Seturan.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan adanya uraian yang telah di kemukakan pada latar belakang diatas Maka rumus masalah pada penelitian ini yaitu : Bagaimana merancang dan pembuatan video iklan televisi dengan *motion graphic* pada Kangen Pasta Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi dengan *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi Kangen Pasta Yogyakarta dalam hal ini lingkup perancangannya menitik beratkan pada bagaimana memvisualisasikan sebuah videografis yang menarik dan juga unik yang bisa diterima oleh masyarakat luas dengan konsep

pembuatan videografis tersebut dan nantinya akan didukung oleh media-media lainnya.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer Informatika di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat iklan televisi dengan *motion graphic* menggunakan aplikasi *after effect* dan *corel draw X7* dan *audition*

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang dilakukan, antara lain :

1. Bagi Penulis
 - a. Mengetahui dan memahami proses perancangan dan pembuatan iklan televisi dengan *motion graphic*.
 - b. Mengetahui dan menguasai *tools – tools* yang digunakan pada proses pembuatan gambar desain dan *motion graphic* pada *corel draw X7*, *after effect* dan *adobe audition*.
 - c. Menghasilkan *output* karya yang nantinya bisa digunakan untuk melengkapi portofolio kerja.
2. Bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta
 - a. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa berupa penelitian skripsi yang membahas tentang *motion graphic*.

- b. Refrensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi bagi orang lain yang mencari pembahasan tentang *motion graphic*.
3. Bagi Kangen Pasta
 - a. Sebagai media iklan promosi Kangen Pasta Yogyakarta Cabang Seturan

1.6 Metode Penelitian

Beberapa metode-metode yang digunakan dalam pelaksanaan perancangan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperoleh yaitu dengan mengumpulkan data dari investigasi dilapangan dan melakukan penelitian terhadap masalah terkait.

Adapun metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Merupakan suatu metode pengumpuolan data – data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung dilapangan.

2. Metode Studi Pustaka

Mempelajari arsip-arsip yang sudah ada sebagai acuan atau bahan refrensi dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan.

1.6.2 Metode Anallsis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap pra-produksi.

1.6.4 Metode Implementasi

Metode implementasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap produksi dan pasca-produksi.

1.6.5 Metode Testing

Pada metode ini akan dilakukan pengujian pada beberapa aspek kualitas video iklan kepada *owner* atau pemilik Kangen Pasta Yogyakarta cabang Seturan, apakah video iklan yang dibuat sudah layak untuk dapat di produksi atau belum.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab dan masing-masing memiliki beberapa sub-bab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Agar lebih memudahkan pembahasan, maka akan penulis gambarkan penulisan isi dari setiap bab yang akan di tulis dalam penelitian. Isi bab tersebut adalah sebagai berikut

BAB I – PENDAHULUAN

Pada bab ini akan di bahas tentang gambaran umum mengenai penulisan pada penelitian ini. Dimana terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan..

BAB II – LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III – ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan menjelaskan secara umum mengenai gambaran penelitian dan perancangan proyek. Dalam hal ini adalah pembahasan metode analisis kebutuhan system, analisis pembuatan *story board*.

BAB IV – IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menhelaskan proses pembuatan video iklan dari perancangan yang telah dibuat mulai dari pembuatan gambar, penganimasian, editing video hingga *composition* dan *rendering*.

BAB V – PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Yang didalamnya akan dibahas mengenai evaluasi hasil akhir dari penelitian dan penulisan penelitian. Kesimpulan berisi keeluruhan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya. Dan juga disertai beberapa saran yang mungkin dapat berguna untuk pengembangan pembuatan media informasi multimedia berbasis video iklan.

DAFTAR PUSTAKA

Disini akan diuraikan semua refrensi dan pustaka yang telah dijadikan acuan dalam penulisan penelitian yaitu semua sumber yang telah dikutip dalam membantu menyelesaikan penelitian

