

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sistem teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media yang didalamnya berisi fitur-fitur menarik, canggih, dan mudah dipahami oleh penggunaannya. Begitu juga dengan perkembangan teknologi media iklan menggunakan video yang dilakukan oleh berbagai perusahaan untuk menarik pelanggan. Suatu media iklan dikatakan baik apabila iklan tersebut dirancang menarik dan informatif sehingga bisa mempengaruhi sasaran dan memberi dampak positif pada perusahaan. Misalnya video iklan restoran dengan menerapkan teknik *liveshoot* dan *motion graphic*.

Dalam pembuatan video di perlukan teknik tersendiri dalam penyajiannya, salah satunya yaitu penggabungan *motion graphic* dan *liveshoot*. Dalam video iklan ini *motion graphic* digunakan sebagai animated tittle dan *motion graphic* peta dengan memadukan antara elemen-elemen grafis dan video *shoot*, sedangkan teknik *liveshoot* berfungsi untuk menampilkan beberapa adegan dan suasana dalam objek.

Raminten Kitchen merupakan sebuah Restoran yang bergerak di bidang kuliner dan berada di Kota Yogyakarta. Berdiri sejak 19 September 2017, dan masih tergabung dalam Raminten Group. Ciri khas yang ada di Resto ini adalah menu makanan serta pelayanan yang ditawarkan sangat berbeda sekali dengan Raminten resto yang lain. Namun, dalam mempromosikan produknya pihak Raminten Kitchen masih merasa kurang maksimal jika hanya menggunakan

gambar saja. Selain itu, letak Raminten Kitchen yang sedikit masuk juga kurang bisa dilihat oleh masyarakat. Diharapkan dengan adanya video iklan ini dapat membantu dan memberi Informasi kepada masyarakat tentang Raminten Kitchen.

Berdasarkan uraian diatas,penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Raminten Kitchen sebagai Media Informasi dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan yaitu “Bagaimana membuat video iklan Raminten Kitchen sebagai media informasi dengan menerapkan *Liveshoot* dan *Motion graphic*?”

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah dirumuskan, maka diperlukan batasan-batasan masalah, sebagai berikut:

1. Iklan Raminten Kitchen dibuat dengan durasi 1 menit.
2. Pengambilan gambar secara berkala hanya dilingkungan Raminten Kitchen dan menyajikan suasana yang ada di Raminten Kitchen.
3. Software yang digunakan dalam video ini yaitu Adobe Premiere, Adobe After Effects, Corel Draw, Adobe *Audition*.
4. Iklan ditayangkan melalui Instagram, dan Youtube.
5. Kualitas video menggunakan full HD.
6. Menerapkan *Motion Graphic*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai sarana publikasi dan Informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Raminten Kitchen sebagai media iklan.
2. Mengimplementasikan teknik *liveshoot* dan *motion graphic* pada video iklan Raminten Kitchen.
3. Untuk memberi informasi tentang pelayanan yang ada di Raminten Kitchen secara visual melalui video iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh dalam penelitian ini adalah:

1. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana computer pada jurusan Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Membantu mempublikasi serta memberi informasi untuk menarik konsumen berkunjung ke Raminten Kitchen.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut :

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk melakukan sesi tanya jawab agar mendapatkan informasi yang tepat dan akurat

1. Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung di lokasi untuk menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

2. Metode Literatur

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

1.6.2 Analisis Data

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT (*Strength, Weakneses, Oportunity, Threat*) yaitu dengan menganalisis kelebihan dan kekurangan video iklan Raminten Kitchen.

1.6.3 Metode Perancangan Dan Pengembangan

Metode perancangan yang digunakan untuk membuat video iklan ini adalah metode Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

1.6.4 Evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan yaitu dengan membuat sebuah quisioner tentang video iklan Raminten Kitchen apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok – pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, evaluasi serta sistematik penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang iklan dan pembuatannya. Menampilkan teori tentang *motion graphic*, *liveshoot* dan tahap – tahap dalam pembuatan iklan serta *software* yang nantinya akan digunakan dalam perancangan dan implementasi teknik *motion graphic* dan *liveshoot* menjadi sebuah iklan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah iklan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan diuraikan lebih rinci tentang implementasi dari perancangan dan hasil perancangan video iklan Raminten Kitchen.

BAB V. PENUTUP

Bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis