

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Chockles Es Cokelat merupakan perusahaan produk minuman yang memproduksi bermacam-macam minuman yang berunsur cokelat. Chockles Es Cokelat pertama kali berdiri tepatnya di Yogyakarta pada tahun 2012, usaha ini mempunyai produk andalan yaitu minuman es cokelat dengan empat macam variasi rasa, yang pertama rasa chockles original, chockles kopi, chockles susu dan chockles klasik.

Berdasarkan peninjauan yang dilakukan penulis pada objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa selama ini produk Chockles Es Cokelat pengiklanannya masih menggunakan brosur dan foto, media ini sudah berjalan dengan sangat baik namun masih minim dan cakupannya kurang luas, dan pihak manajemen ingin meningkatkan dengan iklan dengan menggabungkan video live shoot dan motion graphics, akan tetapi belum memiliki iklan tersebut. Dengan adanya media iklan ini diharapkan dapat meningkatkan penyebaran informasi tentang Chockles Es Cokelat.

Dari masalah di atas maka penulis tertarik membuat sebuah penelitian dengan judul **“Pembuatan Iklan Chockles Es Cokelat Sebagai Media Promosi Dengan Menggabungkan Teknik Live Shoot Motion Graphics”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis mencoba membuat rumusan masalah yaitu : “Bagaimana Membuat Iklan Chockles Es Cokelat Sebagai Media Promosi Dengan Menggabungkan Teknik Live Shoot dan Motion Graphics?”

## 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia yang lebih kecil yaitu :

- a. Iklan Chokles Es Cokelat berdurasi 30 detik sesuai dengan keinginan pihak Chokles Es Cokelat
- b. Teknik yang digunakan pembuatan iklan adalah live shoot dan motion graphics.
- c. Perancangan iklan untuk media Promosi Chokles Es Cokelat, akan di tayangkan di youtube dan setelah itu akan menjadi kewenangan Chokles Es Cokelat.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Membuat Iklan Chockles Es Cokelat Sebagai Media Promosi Dengan Menggabungkan Teknik Live Shoot dan Motion Graphics”

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk :

- a. Mempromosikan Chockles Es Cokelat kepada konsumen.
- b. Memberikan informasi kepada konsumen tentang Chockles Es Cokelat

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

- a. Metode Studi kasus

Peneliti mengadakan eksplorasi mendalam dari system terikat misalnya,(kegiatan, proses atau individu) berdasarkan pengumpulan data yang luas.

- b. Metode Observasi

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

- c. Metode Wawancara

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung yang berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

#### d. Metode Kepustakaan

Merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku dan internet sebagai bahan referensi.

#### 1.6.2 Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahapan yang harus mempersiapkan bahan untuk produksi ke depannya. Bahan yang di persiapkan yaitu naskah dan storyboard.

#### 1.6.3 Produksi

Tahap ini merupakan tahap pembuatan iklan serta pengimplementasian motion graphics dan video live shoot pada iklan sesuai dengan konsep dan naskah yang telah dibuat.

#### 1.6.4 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana dilakukan proses editing terhadap file hasil produksi. Pada tahap ini akan dilakukan pengkomposisian file hasil produksi, animasi, dan proses editing dengan sound yang kemudian akan dijadikan file video sehingga dapat dimainkan pada software player.

### 1.6.5 Metode Testing

Setelah pembuatan video iklan selesai, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang. Berikut adalah contoh penggunaan Skala Likert :

- |                        |        |
|------------------------|--------|
| a. Sangat setuju       | skor 5 |
| b. Setuju              | skor 4 |
| c. Tidak ada pendapat  | skor 3 |
| d. Tidak setuju        | skor 2 |
| e. Sangat tidak setuju | skor 1 |

## BAB I PENDAHULUAN

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

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitanya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung perancangan video iklan untuk media Promosi.

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

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan video iklan secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan dibahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian video iklan dan implementasi dari video yang sudah dibuat.

### **BAB V PENUTUP**

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan dan perancangan video iklan dan berupa saran untuk perbaikan media yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis.