

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mutiara Cafe dibuka sejak 25 April 2017, Cafe ini menyediakan berbagai makanan berat, ringan dan minuman. Cafe ini didirikan oleh Pralampito Yogo Asmoro, Cafe ini tergolong baru dan belum berumur satu tahun. Mutiara Cafe ini berlokasi di Ruko Grand Tlogoadi No. R-23, Jl. Kebun Agung, Gandekan, Getas, Tlogoadi, Mliti, Sleman, Yogyakarta. Cafe ini belum memiliki cabang dan satu-satunya di Jogja. Mutiara Cafe ini buka setiap hari dari pukul 08.00 siang hingga 12.00 malam. Mutiara Cafe menempati bangunan 2 lantai, dimana setiap lantai memiliki arsitektur interior yang berbeda, tetapi tetap mengutamakan kenyamanan. Lantai pertama adalah indoor area dengan design homy. Lantai 2 adalah semi out door dan untuk smooking area. Menu yang special dari Cafe ini adalah kopi yang diracik langsung oleh barista. Selain menu kopi Mutiara Cafe menyuguhkan nasi goreng, spaghetti dan snacks.

Mutiara Cafe ini belum lama buka dan masih dalam peningkatan promosi karena sampai saat ini Mutiara Cafe belum ramai dikunjungi. Saat ini Mutiara Cafe melakukan promosi melalui media sosial dan brosur. Media sosial yang sering digunakan Mutiara Cafe untuk promosi adalah Instagram dengan memposting produk yang berupa foto.

Dari permasalahan di atas penulis melihat peluang untuk menciptakan suatu media promosi pada Mutiara Cafe melalui sebuah video dengan menerapkan teknik *Live Shoot* dan *Motion tracking* yang nantinya video promosi tersebut akan dipublikasikan di channel youtube dan Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "*Bagaimana membuat iklan mutiara cafe dengan penggabungan metode live shoot dan motion tracking?*".

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Penelitian ini dilakukan di Mutiara Cafe dengan membuat iklan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking*.
2. Pada penelitian ini hanya membahas produksi teknik *Compositing*.
3. Pada penelitian ini hanya menganalisa pembuatan media promosi menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking*.
4. *Software Editing* yang digunakan hanya Adobe Premier CC 2015 dan Adobe After Effect CC 2015.
5. Media promosi Mutiara Cafe hanya akan diterapkan pada *channel* youtube dan instagram.
6. Hasil implementasi video sebagai media promosi menggunakan teknik *live shoot* dan teknik *motion tracking* ini akan berbentuk video media

promosi yang berdurasi satu menit dan akan menjadi kewenangan perusahaan dalam penayangannya.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah untuk membuat iklan Mutira Cafe dengan penggabungan metode live shoot dan motion tracking. Sehingga masyarakat umum mendapatkan informasi pehyanan yang diberikan oleh Mutiara Cafe dan sebagai sarana promosi bagi Mutiara Cafe.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian adalah :

1. Sebagai salah satu media promosi Mutiara Cafe.
2. Media konten sebagai informasi kepada para pencinta kuliner.
3. Media konten dapat digunakan untuk membantu tim marketing dalam pemasaran Mutiara Cafe.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke kantor Mutiara Cafe oleh penulis untuk mendapatkan data secara spesifik.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan secara langsung kepada manajemen Mutira Cafe.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka.

1.6.2 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pascaproduksi yang meliputi *compositing* dan *rendering*.

1.6.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan naskah, storyboard dan biaya produksi yaitu tahap praproduksi yang nantinya dapat memperlancar proses pembuatan iklan.

1.6.4 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian yang ditayangkan di *channel Youtube* dan media sosial *Instagram*.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada BAB III ini adalah gambaran dari Mutiara Cafe. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil tes quisioner dari pihak Mutiara Cafe terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat

DAFTAR PUSTAKA

