

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan teknologi saat ini telah mengubah pola pikir masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan mencari informasi mengutamakan sebuah kemudahan. Iklan adalah salah satu contoh informasi yang sangat mudah didapatkan dari media apapun. Tujuan iklan adalah agar masyarakat atau konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa yang ada dalam iklan tersebut.

Pemanfaatan ilmu dan teknologi yang berkembang saat ini sudah sangat luas penerapannya dari film, media cetak, olah suara, alat komunikasi bahkan alat transportasi online. salah satu contoh adalah iklan atau video yang saat ini sudah sangat berkembang dengan adanya berbagai ide unik dan penambahan animasi yang dapat membuat iklan atau video tersebut menjadi lebih menarik di mata konsumen. Manusia dimudahkan dengan adanya multimedia karena dapat berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, video dan animasi sehingga informasi yang disajikan akan lebih jelas dan memiliki daya tarik (Suyanto, 2004).

Kopi Negri adalah sebuah kafe di daerah Samirone Yogyakarta yang memiliki bermacam jenis menu kopi dan makanan dengan desain tempat di dalam ruang dan luar ruangan. Dalam hal pemasaran Kopi Negri saat ini hanya mempunyai akun media sosial Instagram dengan jumlah *follower* 2143 yang berisi

gambar menu-menu yang ada, Kopi Negeri saat ini ingin mengembangkan media promosi ke dalam sebuah bentuk video iklan sebagai media informasi produk kepada konsumen dan untuk meningkatkan jumlah *follower*. Media sosial Instagram sendiri mempunyai banyak manfaat, diantaranya sebagai sarana mencari dan membagikan sebuah informasi, membantu pencarian target konsumen lebih efektif, dan sebagai sarana media promosi. Kelebihan Instagram saat ini yang memiliki fitur video yang dapat memvisualisasikan sebuah objek dari berbagai sudut sehingga objek dapat dilihat dengan lebih jelas.

Berdasarkan penjelasan diatas maka kafe Kopi Negeri membutuhkan alat bantu pemasaran yang mampu memberikan informasi produk kepada pelanggan dalam bentuk sebuah video iklan yang akan diterapkan pada akun Instagram sebagai media promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni, "bagaimana membuat video iklan Kopi Negeri sebagai media promosi dengan penggabungan teknik *live shoot* dan *motion tracking 3D*?".

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Video iklan ini hanya menggunakan unsur teknik Live Shoot dan Motion Tracking.
2. Perangkat lunak yang digunakan adalah Windows 10 Professional,

Adobe After Effect CC 2015, Adobe Premiere CC 2015.

3. Objek penerapan dan implementasi teknik motion tracking adalah Kopi Negri.
4. Video iklan Kopi Negri hanya akan diterapkan pada akun sosial media Instagram Kopi Negri.
5. Penelitian ini hanya sebatas membuat sebuah video iklan, untuk selanjutnya menjadi kewenangan Kopi Negri.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisa dan Membuat video iklan Kopi Negri sebagai media promosi.
2. Membantu Kopi Negri menciptakan *branding* perusahaan yang terpercaya dan mampu bersaing dengan kompetitor dimata klien dan masyarakat luas.
3. Sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana komputer STMIK "AMIKOM" Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk karya ini penulis menggunakan beberapa metode:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

- a. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara peneliti melakukan pengamatan

terhadap objek dengan datang langsung ke lokasi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

b. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan cara tanya jawab langsung dengan pemilik atau penanggung jawab Kopi Negeri untuk mendapatkan informasi yang benar dan terpercaya sebagai bahan analisa penelitian.

c. Metode Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengambil data dan gambar tentang objek penelitian.

d. Metode Daftar Pustaka

Mendapatkan informasi atau dasar-dasar teori tentang pembuatan video iklan dari buku-buku yang terkait untuk menambah referensi materi yang akan penulis tuangkan dalam pembuatan skripsi ini.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang penulis gunakan adalah analisis menentukan karakter 3D yang akan digunakan, analisis *storyboard*, analisis penggabungan karakter 3D dengan video *live shoot*, dan analisis kebutuhan.

1.5.3 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.

1.5.4 Pengembangan

Proses pengambilan gambar secara langsung, pembuatan serta penerapan animasi 3D pada live shoot, dan merekam suara untuk narasi iklan.

1.5.5 Implementasi

Adalah tahap dimana pengerjaan video sudah selesai dan akan diimplementasikan atau dipublikasikan pada akun sosial media Instagram.

1.5.6 Testing

Merupakan tahap pengujian setelah video promosi tersebut ditayangkan pada akun sosial media Instagram. Pada tahapan ini penulis menggunakan Alpha Testing dan Beta Testing.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar lebih terstruktur dan mudah dimengerti maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori tentang pembuatan video iklan dan motion tracking 3D serta perangkat lunak yang digunakan sebagai landasan dalam pembuatan video iklan ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang perancangan iklan, proses pembuatan iklan, dan pembuatan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, implementasi motion tracking pada video iklan, serta perancangan secara teknis dan memaparkan hasil dari penerapan tersebut.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil tes quisioner serta saran sebagai bahan evaluasi penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku atau sumber-sumber yang digunakan penulis dalam pembuatan skripsi ini.