

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman saat ini di kota Yogyakarta sangat pesat, begitu juga diikuti persaingan yang sangat ketat. Salah satu persaingan yang sangat ketat ini bisa dilihat munculnya kafe-kafe baru. Untuk menarik pengunjung, banyak kafe melakukan berbagai bentuk promosi seperti melakukan penyebaran brosur, membuat papan nama yang berukuran besar dengan desain menarik, renovasi ruangan dan lain-lain agar semakin dikunjungi berbagai kalangan social

Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang adalah kafe yang berlokasi di Jalan Kaliurang KM. 5,2 Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang adalah kafe dengan trobosan baru yang dijadikan obyek penelitian dalam skripsi ini. Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang ini selain menyediakan berbagai macam makanan dan minuman juga menyediakan hotspot yang berupa voucher.

Dalam memperkenalkan Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang sampai pada saat ini mengandalkan relasi dari mulut ke mulut guna untuk menjangkau konsumen. Kebutuhan mempublikasikan profil merupakan hal yang berpengaruh terhadap reputasi perusahaan untuk bisa dikenal. Oleh karena itu kafe super hotspot jalan kaliurang ini membutuhkan solusi untuk mempromosikan usahanya melalui iklan agar kafe ini dapat dikenal dan menjangkau konsumen.

Banyak sekali perkembangan tentang multimedia, sebagaimana mestinya multimedia sangat menguntungkan bagi bisnis apapun itu. Multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik. Sebagai contoh, multimedia dapat digunakan untuk membuat iklan televisi, untuk keperluan presentasi atau seminar, mendesain majalah dan membuat film-film animasi, seperti film-film kartun.

Teknik Motion Graphic merupakan bentuk pengembangan dari desain grafis. Video iklan merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia. Dalam video iklan, teknik motion graphic menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-elemen grafis yang dapat berupa teks atau image yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut. Sedangkan teknik live shot dapat diartikan sebagai teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung. Live shot juga dapat dikatakan sebagai video shooting di mana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting .

Pengertian live shot itu sendiri adalah teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada suatu proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh John Cristant & Taufik Rahmadani tentang pembuatan film dengan menggabungkan teknik Motion Graphic (3D Animation) dan Live Shot. Bahwa dengan menggabungkan kedua teknik tersebut dapat membuat sebuah produk multimedia menjadi lebih unik dan menarik. [1] Maka dari itu penulis mencoba membuat iklan dengan menggabungkan kedua teknik tersebut dengan harapan dapat menghasilkan video iklan yang lebih unik dan menarik.

Karena Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang ini terbilang baru, dan belum memiliki iklan untuk mengenalkan kafe ini pada khalayak. Maka dalam penulisan skripsi ini, penulis mengambil judul "PEMBUATAN IKLAN CAFE SUPER HOTSPOT JALAN KALIURANG YOGYAKARTA DENGAN MENGGABUNGKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOT SEBAGAI MEDIA PROMOSI".

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu "Bagaimana membuat iklan Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang Yogyakarta dengan menggabungkan teknik *motion graphic* dan *live shot*?"

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang, penulis membatasi masalah pada hal hal tersebut:

- a. Pembuatan iklan ini menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shot*

- b. Penelitian ini hanya dilakukan sampai pembuatan prototype iklan.
- c. Durasi iklan ini 1 menit
- d. Sasaran konsumen iklan ini dibatasi dari umur 17 keatas, sesuai permintaan Manajemen Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang
- e. Pengujian program menggunakan pengujian kebutuhan fungsional
- f. Pendistribusian iklan hanya di social media youtube
- g. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Adobe Premier CS6, Adobe Audition CS6, Adobe Illustrator CS6, Adobe After Effect CS6

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dari penulisan skripsi ini antara lain:

- a. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- b. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain:

- a. Membuat iklan Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang dengan menggabungkan teknik *motion graphic* dan *live shot*
- b. Membantu mempromosikan Iklan Kafe Super Hotspot Jalan Kaliurang agar dapat dikenal konsumen luas

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap iklan yang menggabungkan teknik *motion graphic* dan *live shoot* baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak manajemen kafe super hotspot jalan Kaliurang Yogyakarta, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil gambar obyek dan dokumen terkait. Dengan tujuan gambar hasil dokumentasi dapat digunakan sebagai acuan untuk mendesain komponen iklan tersebut.

1.5.2 Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities* dan *Threats*.

1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan animasi yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini

dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan televisi meliputi menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan *motion graphic*. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahapan pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *distributing*.

1.5.5 Metode Testng

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di *social media* *youtube*.

1.6 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

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video animasi menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil kafe super hotspot jalan kaliurang Yogyakarta, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan kafe super hotspot jalan kaliurang dengan menggabungkan teknik *motion graphic* dan *live shoot* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

