

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu dan teknologi merupakan bagian dari siklus pertumbuhan masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi mempermudah personal ataupun kelompok dalam penyampaian pesan. Dengan kemudahan dan keuntungan yang ada pada perkembangan teknologi informasi, perusahaan harus dapat memanfaatkan secara maksimal. Manusia dipermudahkan 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. Video adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara (Sadiman, 2009). Pesan yang disajikan bisa berupa fakta maupun fiktif, bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional.

Penerapan multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, public relation, dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Kelebihan multimedia menarik indra dan minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan.

Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi yang di maksudkan untuk memotivasikan seorang pembeli potensial dan mempromosikan penjual suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik,

memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan pemasang iklan.

Dalam penelitian yang dilakukan pada Warkop Anak Medan di temukan kendala bahwa upaya promosi kurang maksimal. Menurut penjelasan dari pihak Warkop Anak Medan saat wawancara, kendala yang sedang dihadapi yaitu upaya yang dilakukan dalam mempromosikan produknya yaitu melalui brosur, sehingga hasilnya tidak mencapai target yang di harapkan. Warkop Anak Medan belum memiliki media promosi iklan berbasis video dan hanya memiliki sarana promosi melalui instagram.

Dalam dunia bisnis, promosi adalah strategi yang dilakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen untuk akhirnya membeli produk. Upaya promosi melalui iklan media instagram diharapkan mampu memperluas penyebaran informasi mengenai produk Warkop Anak Medan kepada masyarakat yang lebih luas.

Pada penelitian ini ada beberapa alasan yang menjadi dasar pembuatan iklan dalam bentuk video dan motion graphic yaitu agar pesan yang disampaikan lebih informatif, dapat memuat elemen visual grafis maupun audio sehingga memberi kesan yang menarik, video punya peluang besar untuk viral di media sosial dan selain itu juga video mampu memberikan gambaran suasana pada Warkop Anak Medan serta proses penyajian menu.



Gambar 1.1 Instagram Warkop Anak Medan

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis ingin membantu perusahaan membuat iklan dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA WARKOP ANAK MEDAN DENGAN TEKNIK *LIVE SHOOT* DAN *MOTION GRAPHIC*”** diharapkan dapat memperluas penyebaran informasi mengenai produk Warkop Anak Medan terhadap masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat iklan *social media* Instagram pada Warkop Anak Medan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* sebagai media promosi.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di Warkop Anak Medan Jl. Tiara Citra, Krodan, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
2. Software yang digunakan adalah Adobe Illustrator CC, Adobe After Effect CC 2017, Adobe Premier Pro CC 2017.
3. Durasi iklan pada media sosial instagram 59 detik
4. Publikasi video iklan sebagai media promosi Warkop Anak Medan (@warkopanakmedan).
5. Video iklan ini menggunakan metode *live shoot* dan *motion graphic*.
6. Resolusi video iklan ini 1920 x 1080 pixel.
7. Video ini berformat MP4.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Merancang dan membuat iklan sesuai kebutuhan objek penelitian agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.
2. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan program Sastra I pada program studi sistem informasi pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian antara lain :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan portofolio dalam menerapkan ilmu yang didapatkan dan dipelajari pada kegiatan pembelajaran di Universitas AMIKOM Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa yang menjadikan penelitian ini sebagai referensi penelitian.

3. Bagi Warkop Anak Medan

Hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu mempromosikan produk yang disediakan kepada masyarakat.

4. Bagi Masyarakat Luas

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan kepada pihak yang terkait mengenai Warkop Anak Medan untuk menyusun perancangan dan pembuatan iklan, serta mendapatkan solusi dari masalah tersebut.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan video iklan ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Metode ini bertujuan untuk mencari informasi yang di butuhkan kepada pihak yang terkait mengenai Warkop Anak Medan untuk menyusun perancangan dan pembuatan iklan, serta mendapatkan solusi dari masalah tersebut.

2. Metode Observasi

Mendapatkan informasi dengan cara terjuan langsung ke tempat objek penelitian, hal ini bertujuan untuk mengamati objek pembuatan video iklan.

3. Metode Literatur

Mengumpulkan data melalui internet, buku dan jurnal skripsi sebagai referensi.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan video iklan Warkop Anak Medan menggabungkan video *live shoot* dengan *motion graphic*. Metode perancangan ini terdiri dari beberapa tahap yaitu tahap pra-produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

1.6.3 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di media sosial seperti Instagram dan Youtube dengan melakukan kuisioner.

1.7 Sistematika Penelitian

Agar penyajian laporan penelitian ini dapat di mengerti maka di bagi menjadi beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdapat tinjauan pustaka, konsep dasar pembuatan iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, dan tahap pra produksi

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi profil objek penelitian, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, *storyboard*, dan Analisa mengenai pasca produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas proses tahapan pembuatan iklan Warkop Anak Medan, meliputi tahap produksi, pasca produksi dan implementasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUPAN

Pada bab yang terakhir ini berisi kesimpulan dan saran dari topik yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar sumber-sumber data penelitian yang digunakan referensi dalam penyusunan skripsi.