

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan adalah bentuk komunikasi untuk memotivasi seseorang dan menjual suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik atau masyarakat untuk membeli atau bertindak sesuai dengan keinginan si pemasang iklan. Iklan dapat digunakan untuk membangun citra jangka panjang untuk suatu produk tertentu. Dalam perkembangannya, iklan sering ditemui di media cetak maupun elektronik, seperti iklan majalah, iklan koran, iklan radio, iklan videotron, ataupun iklan TV. Dari beberapa jenis iklan tersebut yang paling mudah dipahami adalah iklan dalam bentuk *visual*. Dengan adanya suara dan video maka orang dapat dengan cepat dan mudah memahami maksud iklan tersebut.

Gudeg Bu Prapti adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner tradisional yang menyajikan menu utama yaitu Nasi Gudeg, pilihan paket menu yang ditawarkan juga beragam. Rumah makan gudeg ini berada di Klaten tepatnya di Jalan Raya Solo-Yogyakarta KM 19, Taji, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Sampai saat ini Gudeg Bu Prapti masih belum mengandalkan iklan berbentuk video maupun media sosial sebagai sarana promosi karena adanya keterbatasan sumber daya manusia, pihaknya hanya mengandalkan spanduk dan kartu nama sebagai media promosi, namun media promosi yang digunakan masih belum dapat mencerminkan citra rumah makan karena menurut mereka media

promosi yang digunakan saat ini belum dapat menyampaikan informasi tentang Gudeg Bu Prapti secara jelas serta belum bisa menjangkau masyarakat secara luas. Gudeg Bu Prapti ingin meningkatkan kualitas promosi dengan menggunakan video sebagai sarana media promosi agar informasi tentang Gudeg Bu Prapti dapat lebih jelas tersampaikan kepada masyarakat, namun sampai saat ini Gudeg Bu Prapti belum mempunyai video iklan yang akan digunakan sebagai media promosi.

Dari uraian tersebut, penulis berusaha memberi inovasi dengan membuat media promosi berbentuk video dimana dalam hasilnya dapat berupa video iklan televisi. Dengan media iklan televisi informasi tentang Gudeg Bu Prapti dapat lebih luas dikenalkan kepada masyarakat karena televisi dapat menjangkau wilayah yang luas secara serentak sehingga diharapkan dapat membuat calon konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh rumah makan Gudeg Bu Prapti itu sendiri.

Pada pembuatan iklan Gudeg Bu Prapti ini akan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*. Teknik *Live Shoot* menjadi elemen penting karena berupa pengambilan gambar bergerak yang disempurnakan dengan proses *editing* yang memperkuat *visual* serta penambahan *Motion Graphic* sehingga dapat memperkuat pesan dan informasi yang akan disampaikan. Melihat latar belakang tersebut maka mendorong penulis membuat penelitian berjudul "Perancangan Dan Pembuatan Iklan Gudeg Bu Prapti Klaten Jawa Tengah Dengan Teknik Liveshoot dan Motion Graphic".

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang diatas, penulis merumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah “Bagaimana merancang dan membuat iklan televisi Gudeg Bu Prapti dengan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*?”

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*
2. Video Iklan berdurasi 45 detik.
3. Penulis hanya membahas *Live Shoot* dan *Motion Graphic* pada iklan bukan membahas dampak dari pembuatan iklan ini.
4. Format video yang digunakan pada iklan Gudeg Bu Prapti adalah *Full HD (Full High Definition)* dengan resolusi 1920 x 1080 pixels.
5. Iklan ini ditayangkan di stasiun televisi lokal RBTv.
6. *Software* yang digunakan *Adobe Premiere CC 2017, Adobe After Effect CC 2017, Adobe Photoshop CC 2017, dan CorelDRAW 2018*

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud kegiatan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan program pendidikan pada jenjang Strata-1 di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memperkenalkan Gudeg Bu Prapti ke masyarakat luas pada umumnya.
2. Membuat media promosi baru pada Gudeg Bu Prapti dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

3. Membuat video iklan televisi sebagai sarana media promosi untuk Gudeg Bu Prapti.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penyusunan penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis:

Untuk menerapkan disiplin ilmu dalam pembuatan iklan serta mengasah kemampuan dalam mengolah software editing.

2. Bagi objek:

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai media promosi berbentuk video oleh Gudeg Bu Prapti serta dapat memperkenalkan Gudeg Bu Prapti kepada masyarakat sehingga lebih dikenal.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1.6.1.1 Metode Observasi

Penelitian dilakukan dengan mengamati langsung ke objek penelitian untuk mengetahui produk yang dijual untuk kebutuhan pengambilah gambar.

1.6.1.2 Metode Kepustakaan

Mengumpulkan informasi tambahan atau konsep teoritis menggunakan buku atau dan literatur-literatur yang didapatkan dari internet yang semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Setelah melakukan observasi, data yang terkumpul dari objek penelitian akan di analisis guna mendapatkan pemecahan permasalahan yang timbul. Adapun metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*.

1.6.3 Metode Perancangan

Merupakan tahapan perencanaan dalam pembuatan iklan televisi, hal ini meliputi tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi:

1. Praproduksi, tahap ini berisi tentang perencanaan iklan dan persiapan iklan secara teknis. Tahap perencanaan merupakan tahap menentukan ide dan konsep kemudian membuat sketsa beberapa adegan penting lalu dibuat *storyboard* untuk menerjemahkan cerita menjadi lebih detail.
2. Produksi, tahap ini berisi tentang proses pengambilan gambar, pembuatan desain grafis dan pembuatan *motion graphic*.
3. Pascaproduksi, tahap ini dilakukan setelah proses produksi. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti pengeditan, penambahan efek, pengkoreksian warna, dan pemberian suara dan musik latar.

1.6.4 Metode Implementasi / Evaluasi

Dalam tahap implementasi, peneliti mengamati kembali apakah ada kesalahan proses *editing* atau tidak. Apabila semua sudah selesai maka peneliti menyerahkan *video* hasil *rendering* untuk dipublikasikan ke stasiun televisi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

1.7.1 Bab I Pendahuluan

Bab ini mengurai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, metode analisis, metode perancangan, metode implementasi serta sistematika penulisan.

1.7.2 Bab II Landasan Teori

Pada bab ini akan menjelaskan teori tentang yang melandasi pengertian dari iklan sebagai dan teknik yang digunakan.

1.7.3 Bab III Analisis dan Perancangan

Bab ini menjelaskan mengenai perancangan iklan yang dibuat, gambaran umum tentang iklan, membahas tentang apa saja yang dibutuhkan dalam membuat sebuah iklan.

1.7.4 Bab IV Implementasi Dan Pembahasan

Bab ini menguraikan langkah atau proses produksi dan pasca produksi pada pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic.

1.7.5 Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan dan saran untuk perbaikan iklan yang sudah dihasilkan untuk masa mendatang.

