

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat sebagaimana dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang salah satunya adalah bidang multimedia, khususnya pembuatan video company profile usaha cafe yang sangat diperlukan. Dalam sebuah video iklan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk sarana mengenalkan usaha cafe di suatu tempat, video iklan selalu menggunakan berbagai elemen komposisi seperti, video, audio (suara), visual (gambar), dan text.

Perkembangan iklan digital di Indonesia ini telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat juga. Pertumbuhan yang pesat ini tentunya menjadi kesempatan untuk para pebisnis untuk memasarkan produknya pada ranah online khususnya pada usaha Abah Kopi. Banyaknya pengguna internet secara terus menerus setiap harinya, bahwa popularitas pengguna akses internet banyak sekali dan dapat menjadikan kesempatan pada bisnis Abah Kopi untuk mengiklankan produk yang disajikan melalui video iklan online media sosial.

*Motion Graphics* merupakan penggabungan dari Seni Desain Grafis, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan Teknik Animasi untuk menyampaikan suatu pesan dan tujuan tertentu yang tidak bisa dilakukan oleh *live shoot*. Penggunaan *Motion Graphic* ini sendiri ditujukan dan dilakukan pada saat menunjukkan lokasi Abah Kopi, Proses pemesanan online, dan informasi menu yang disajikan oleh Abah Kopi.

Selain *motion graphic* penggunaan *live shoot* juga sangat diperlukan untuk menunjukkan situasi tempat pada lokasi dan proses pembuatan dan penyajian yang ada di Abah Kopi.

Saat ini Abah Kopi hanya melakukan iklan dan promosi melalui media sosial yang berupa poster, dan banner. Oleh sebab itu Abah Kopi café memerlukan iklan dan promosi yang dapat dijangkau lebih meluas seperti video iklan agar meningkatkan minat konsumen dan dapat menarik pelanggan.

Salah satu kekurangan Abah kopi belum adanya video iklan untuk memberitahu masyarakat tentang apa itu Abah Kopi. Keuntungan dari pembuatan video iklan pada Abah Kopi berguna untuk menambah jangkauan pemasarannya, maka video iklan yang baru akan dibuat untuk menonjolkan nilai plus Abah Kopi dari segi produk.

Dari masalah tersebut maka penulis akan membuat sebuah video iklan dengan menggabungkan Teknik livenesshoot dan motion graphic dalam pembuatan video iklan pada Abah Kopi. Dikarenakan video iklan terdapat jangkauan yang sangat luas dan banyak informasi yang terdapat pada video tersebut yang dapat diketahui oleh masyarakat, maka penulis membuat skripsi berjudul **“Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Abah Kopi Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan pada penelitian yakni:

1. Bagaimana cara membuat sebuah video iklan pada Abah Kopi yang dapat menarik perhatian para penonton iklan untuk mengunjungi Abah Kopi.
2. Bagaimana cara membantu sebuah usaha UMKM Abah Kopi cafe di masa pandemi ini untuk meningkatkan konsumen serta penjualan pada Abah Kopi.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, agar memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu :

1. Video ini menggunakan Teknik penggabungan live shoot dan gambar Motion Graphic.

2. Pembuatan iklan ABAH KOPI.
3. Perancangan dan pembuatan video iklan untuk keperluan *advertising* media sosial (instagram) ABAH KOPI.
4. Video ini akan ditayangkan di *Instagram* ABAH KOPI.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat Video Iklan Abah Kopi Yogyakarta

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis  
Menerapkan ilmu yang didapat selama studi di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan aplikasi Sony Vegas Pro 14, Adobe Photoshop, Corel Draw 2019, Adobe After Effect.
2. Bagi Mahasiswa  
Diharapkan dapat memberi wawasan pengetahuan dan dapat menjadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam pembuatan Video Iklan.
3. Bagi Abah Kopi Yogyakarta  
Dapat membantu Abah Kopi untuk mengenalkan jasa kepada masyarakat yang lebih meluas.
4. Bagi Masyarakat  
Memberikan informasi bagaimana situasi, pelayanan fasilitas, tempat di Abah Kopi.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan, maka dalam pembuatan video iklan ini memerlukan data yang valid dan akurat. Maka yang digunakan dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi diantaranya:

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam memperoleh suatu data dan informasi adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak pemilik Abah Kopi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui media internet yang sumbernya terpercaya dan valid untuk dapat dijadikan acuan atau bahan tambahan.

3. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan video iklan secara langsung atau media internet dengan menggunakan teknik yang sama dan sesuai untuk dijadikan referensi.

4. Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan salah satu metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengetahui kekuatan ( Strengths ), kelemahan ( Weakness ), peluang ( Opportunities ), dan ancaman ( Threats ) dalam suatu proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal ( Dalam ) dan faktor eksternal ( Luar ).

### 1.6.2 Metode Perancangan

Tahapan pembuatan video iklan menggunakan standar produksi animasi yang didalamnya terdapat beberapa langkah yaitu:

1. Pra Produksi, meliputi pembuatan konsep video dan pembuatan storyboard.
2. Produksi, meliputi pengambilan gambar pada objek dan pembuatan gambar ilustrasi
3. Pasca Produksi, meliputi proses Editing, Color Correction, Rendering Video.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab Pendahuluan menguraikan gambaran secara keseluruhan berupa latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab Landasan teori yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video profile menggunakan teknik live shoot dan gambar ilustrasi, dan software-software serta hardware yang akan digunakan dalam perancangan video iklan.

#### **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab analisis dan perancangan berisi tentang system yang akan diimplementasikan pada bab selanjutnya.

#### **BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab implementasi dan pembahasan ini menguraikan lebih rinci mengenai implementasi dari bab analisis dan perancangan dan hasil perancangan video profile Abah Kopi Yogyakarta.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dibuat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi tentang referensi yang digunakan dalam pembuatan produksi video iklan.

