

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kirana Tea House & Eatery berlokasi di Jalan Sinduadi, Kutu Patran, Sinduadi, Sleman, Yogyakarta (belakang JCM) dan salah satu tempat makan yang mempunyai sertifikat CHSE dan bertema outdoor sehingga mempunyai udara yang asri serta sejuk. Kirana Tea House & Eatery sangat cocok untuk kumpul bersama teman, keluarga dan rekan kerja. Kirana Tea House & Eatery adalah sebuah tempat makan yang menyajikan berbagai teh mulai dari teh origin, teh tisane maupun blend tea dan berbagai chinese food. Menu teh tisane/teh herbal yang terbuat dari bunga dan menjadi favorit diantaranya Snow Chrysanthemum, Jasmine, Chamomile. Untuk yang tidak menyukai teh tersedia pilihan kopi dan berbagai macam wedhang. Sedangkan menu makanan yang menjadi favorit diantaranya Lamian Kuah Laksa, Lamian Kuah Szechuan, Nasi Goreng Ayam Kecombrang, Chicken Hot Plate Black Pepper Sauce, Seafood Hot Plate Lima Rasa Sauce, dan Side Dish Ayam Telur Asin. Untuk yang makanan ringan ada berbagai jenis Dimsum, Tempe Mendoan, Tahu Cocol, Pisang Goreng dan French Fries.

Menurut pemilik Kirana Tea House & Eatery pihaknya saat ini melakukan promosi produknya dengan menggunakan media social Facebook dan Instagram untuk meningkatkan penjualan produknya. Pemilik Kirana Tea House & Eatery saat ini melakukan promosi dengan memposting foto dan menggunakan fitur story yang ada di Instagram untuk meningkatkan jumlah penjualan. Selain menggunakan social media untuk melakukan promosi, biasanya pengunjung mengajak kerabat

untuk berkunjung ke Kirana Tea House & Eatery. Perkembangan teknologi dan informasi sekarang sangat pesat. Sehingga kita dapat memanfaatkan multimedia sebagai sarana periklanan dan sebagai tempat penyampaian informasi yang menarik.

Berdasarkan kebutuhan di atas maka solusi yang di butuhkan adalah dengan membuat video iklan dengan menggunakan teknik liveness dan motion grafis untuk menampilkan tata cara masuk dengan menggunakan protokol kesehatan, memilih menu makanan minuman dengan QR code, dapat membayar dengan menggunakan QRIS, makanan minuman yang disajikan serta suasana dan fasilitas yang ada di Kirana Tea House & Eatery. Yang di harapkan dapat membantu ketertarikan konsumen untuk mengunjungi Kirana Tea House & Eatery.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana Membuat Video Iklan Kirana Tea House & Eatery Menggunakan Teknik Liveness dan Motion Grafis?”

### **1.3 Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah dari penelitian ini agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahas menjadi terlalu luas. Adapun Batasan masalah dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Video ini menggunakan teknik penggabungan liveness dan motion grafis.
2. Penelitian dilakukan di Kirana Tea House & Eatery.

3. Informasi yang disampaikan mencakup pelayanan, fasilitas dan produk.
4. Iklan akan berdurasi 1 menit 50 detik.
5. Hasil video menggunakan format H.264 – MP4 menggunakan standar kualitas Full HD 1080P dan resolusi 1920x1080.
6. Video iklan akan diserahkan pada pihak Kirana Tea House & Eatery dan menjadi kewenangan pihak Kirana Tea House & Eatery.
7. Untuk Software editing menggunakan Adobe Premiere Pro 2019.

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

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai sarana publikasi dan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Kirana Tea House & Eatery sebagai media iklan.
2. Membantu meningkatkan promosi bagi Kirana Tea House & Eatery agar lebih dikenal masyarakat luar.
3. Mengimplementasikan Teknik livenesshoot dan motion grafis pada Video Iklan Kirana Tea House & Eatery.
4. Untuk memberikan informasi tentang pelayanan, fasilitas dan produk yang ada di Kirana Tea House & Eatery secara visual melalui video iklan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu :

1. Bagi peneliti

Menerapkan ilmu yang telah ditempuh selama berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta dibidang multimedia.

## 2. Bagi Kirana Tea House & Eatery

Dapat membantu promosikan Kirana Tea House & Eatery melalui video.

### **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam analisis dan pembuatan video iklan ini sebagai berikut :

#### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

##### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Metode ini dilakukan karena perlu adanya tinjauan langsung ke lapangan/area Kirana Tea House & Eatery agar data yang di dapat semakin jelas. Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang spesifik dan mengamati apa saja potensi sebuah warung makan yang bisa ditingkatkan.

##### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Metode ini digunakan untuk melakukan tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk pembuatan video iklan.

##### **1.6.1.3 Studi Literatur**

Merupakan metode pengumpulan data dengan membaca buku, artikel, jurnal dan laporan penelitian. Dengan tujuan sebagai bahan referensi atau panduan dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Untuk mengidentifikasi masalah, maka harus dilakukan analisis terhadap kinerja, informasi, ekonomi, pengendalian, efisiensi dan pelayanan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode SWOT. Panduan ini dikenal dengan analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threat)

### **1.6.3 Metode Perancangan**

Metode perancangan yang digunakan untuk membuat video iklan ini yaitu tahap pertama pra-produksi yang meliputi konsep, naskah dan storyboard. Tahap kedua yaitu produksi yang meliputi pengambilan video. Tahap terakhir yaitu pasca produksi yang meliputi compositing, editing dan rendering.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Sistem penulisan yang digunakan akan memuat uraian secara garis besar isi laporan skripsi per bab adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

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

Bab ini menguraikan tentang hal-hal yang berhubungan dan mendukung dalam hal pembuatan video iklan ini yang dibuat berdasarkan pemaparan teori termasuk teknik dan pembuatan video yang digunakan.

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



Bab ini menguraikan tentang analisis kebutuhan produksi. Proses pra produksi pada proses pembuatan video iklan.

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

Bab ini menguraikan tentang proses produksi dan proses pasca produksi dalam pembuatan video iklan

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan hasil penelitian yang berisi kesimpulan.

