

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam pembuatan video iklan suatu badan usaha karena dapat mempresentasikan visi dan misi badan usaha atau yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu video iklan juga dapat digunakan sebagai marketing tool yang efektif dan komunikatif untuk sarana mengenalkan usaha disuatu tempat, karena video iklan terdapat unsur visual seperti, audio, video, animasi, gambar, dan text. Berbeda dengan media cetak yang memiliki keterbatasan dalam menyampaikan informasi berupa video, animasi, dan audio. [1]

DON Coffee adalah sebuah cafe yang beralamat di Jl. Magelang-Yogya No.520, Japunan, Danurejo, Kec. Mertoyudan, Magelang, Jawa Tengah 56172, dan didirikan pada tahun 2017. Filosofi bisnis DON Coffee adalah hadir untuk menyajikan berbagai macam kopi nusantara dengan harga terjangkau dan memberikan tempat yang nyaman untuk disinggahi. Upaya promosi guna mendapatkan konsumen bukanlah proses yang mudah. Melalui penelitian yang dilakukan di objek penelitian DON Coffee, penulis menemukan bahwa upaya promosi melalui iklan di media cetak seperti surat kabar dan poster, serta media sosial telah dilakukan oleh DON Coffee. Maka dari itu promosi melalui video dengan penggabungan Teknik *live shoot* dan *motion graphic* diharapkan mampu menambah daya tarik dan dapat membantu untuk

mengenalkan DON Coffee kepada masyarakat yang lebih luas disegala segmen.

Motion Graphics merupakan penggabungan dari Seni Desain Graphics, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi untuk menyampaikan suatu pesan dan tujuan tertentu yang tidak bisa dilakukan oleh *liveshoot*. Penggunaan *motion graphic* ini sendiri dilakukan pada saat menunjukan varian kopi nusantara dengan cara penyajiannya, dan informasi mengenai alamat lokasi DON Coffe. Selain *motion graphic* penggunaan *live shoot* juga sangat diperlukan untuk menunjukan berbagai macam menu yang di sajikan.

Berdasarkan masalah yang ada maka penulis akan membuat video promosi dengan menggabungkan teknik *motion graphic* dan *live shoot* dalam pembuatan video promosi pada DON Coffee. Dikarenakan video promosi mempunyai jangkuan yang luas dan banyak memberikan informasi yang ada pada video tersebut untuk diketahui oleh masyarakat, maka penulis membuat skripsi berjudul **“Penerapan Motion Graphic dan Live Shoot sebagai Media Promosi DON Coffee”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan yaitu *“Bagaimana Merancang dan membuat video promosi DON Coffee dengan menerapkan teknik LiveShoot dan motion Graphic?”* [2]

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, maka diperlukan batasan-batasan masalah, sebagai berikut:

1. Iklan DON Coffee dibuat dengan format mp4 preset 1920 x 1080px dengan resolusi 72ppi dan durasi 60 detik.
2. Teknik yang digunakan untuk pembuatan iklan adalah teknik Liveshoot dan motion Graphic.
3. Perancangan dan pembuatan untuk iklan DON Coffee untuk keperluan media social Instagram.
4. Hasil akhir dari video media promosi ini akan di uji dari segi informasi dan multimedia oleh masyarakat umum.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai media promosi oleh pihak DON Coffee.
2. Mengimplementasikan Motion Graphic dan teknik Liveshoot pada video iklan DON Coffee.
3. Untuk memberi informasi tentang kedai dan suasana di DON Coffee secara visual melalui video iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat iklan.
2. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana computer pada jurusan Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
3. Membantu mempublikasi serta memberi informasi menarik untuk konsumen berkunjung ke DON Coffee.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut: [3]

1.7 Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan video profile yang menggunakan teknik live shoot dan motion graphic baik dalam negeri maupun luar negeri untuk jadi referensi.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak DON Coffee untuk mendapatkan data data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

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

4. Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan salah satu metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar)

1.8 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menjabarkan secara rinci yang dilakukan bagaimana video iklan ini dibuat. Tahap ini biasanya menggunakan Storyboard untuk menggambarkan deskripsi tiap scene dengan mencantumkan semua objek dan tautan ke scene lain. [4]

1. PraProduksi, meliputi pembuatan konsep video dan pembuatan storyboard.
2. Produksi, meliputi pengambilan gambar pada objek dan pembuatan motion graphic.
3. Pasca Produksi, meliputi proses Editing, Color Grading, Rendering.

1.9 Sistemika Penulisan

Agar penyajian ini terstruktur dan mudah di mengerti maka dibuat sistemka penulisan bedasrakan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menunjukan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistemka penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar,tahapan pembuatan, dan perangkat lunak yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bab ini berisikan tentang perancangan terhadap iklan yang akandibuat, dan juga membahas apa saja yang diperlukan untuk membuat iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan diuraikan lebih rinci tentang implementasi danperancangan dan hasil perancangan video iklan DON Coffee.

BAB V PENUTUP

Bab ini penulis akan menerapkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

