

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kota morowali merupakan kota yang masih berkembang dimana sebagian besar penduduknya bergerak dalam bisnis kecil, dimana jumlah unit usaha mikro 4.804 unit usaha. Salah satu contohnya bidang usaha yang sedang berkembang di Morowali saat ini adalah usaha cake salah satunya donat dijadikan makanan yang praktis, mudah dibawa dan disantap saat beraktifitas maupun saat bersantai. Di Morowali, *Moykofood* termasuk salah satu toko cake yang belum cukup lama berdiri. *Moykofood* saat ini terletak di Jl. Abdul Rabbie, Kec. Bungku, Kabupaten Morowali, Sulawesi Tengah, Indonesia.

Instagram merupakan salah satu media promosi yang dapat mempengaruhi minat calon konsumen. Dengan adanya media promosi melalui media instagram maka produk yang dipromosikan dikenal banyak orang. Hal tersebut tentu saja akan menimbulkan ajakan terhadap calon konsumen untuk membeli sebuah produk tersebut . saat ini promosi pada Instagram sangat berkembang. Ada sangat banyak teknik dalam pembuatan video iklan agar terlihat menarik, contohnya seperti *motion graphic*, *live shoot*, *keying* dan *slow motion*.

Dari hasil observasi bahwa *Moykofood* hanya mengunggah foto di Instagram sebagai media promosi. Menurut pemilik toko *Moykofood* menggunakan foto dalam media promosi di instagram sudah sangat biasa, maka dari itu harus dapat menciptakan inovasi baru untuk terus berkembang dalam mempromosikan produknya tersebut. Oleh karena itu, penulis memiliki inisiatif untuk membuat video promosi yang akan di publikasikan di instagram dengan menggunakan teknik *stop motion* untuk memberi kesan yang menarik dan unik, karena dalam teknik ini memerlukan gambar dalam jumlah yang besar untuk menampilkan aksi disetiap framenya dan *live shoot* untuk

menciptakan adegan dramatik. Dalam proses editing akan diberikan sentuhan agar lebih menarik dan memberikan penjelasan mengenai suatu hal.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan yaitu "Bagaimana membuat iklan promosi dengan teknik *stop motion* dan *live shoot*?"

### 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari yang telah di rumuskan, maka diperlukan batasan masalah, sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah *Donat Moykofood Morowali*.
2. Video ini dibuat video iklan yang nanti akan digunakan untuk promosi produk.
3. Target iklan *Donat Moykofood Morowali* adalah masyarakat umum.
4. Output video ini adalah memperkenalkan produk tersebut.
5. Video akan di export dengan ekstensi Mp4 dan durasi sekitar kurang dari 1 menit.
6. Video ini beresolusi HD (1920 x 1080).
7. Video iklan *Donat Moykofood Morowali* akan menggunakan teknik *stop motion* dan *live shoot* serta finishing di *after effect*.
8. Video iklan ini akan dibuat dengan aplikasi *Premiere Pro*, *After Effect* dan *Photoshop*.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini sebagai berikut:

1. Sebagai media sarana publikasi dan promosi yang bisa dimanfaatkan oleh pihak *Moykofood Morowali* sebagai media promosi.

2. Mengimplementasikan teknik *motion graphic*, *stop motion* dan *live shoot* pada video promosi *Moykofood Morowali*.
3. Membuat referensi iklan dengan teknik *motion graphic*, *stop motion* dan *live shoot*.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Untuk Penulis**

1. Dapat membuat suatu karya dari hasil selama studi di *Universitas Amikom Yogyakarta* pada Strata I Jurusan *Sistem Informasi* dan dapat memahami apa yang didapat selama kuliah teori maupun praktikum.
2. Dapat bermanfaat sebagai penerapan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.

### **1.5.2 Bagi Objek Penelitian**

Tercapainya keinginan kedai *Donat Moykofood Morowali* yang membutuhkan video iklan dengan tujuan agar masyarakat tahu adanya tempat jual donat didaerah mereka.

### **1.5.2 Bagi Akademik**

1. Penelitian ini berguna untuk mengetahui apakah mahasiswa sudah memahami dan bagaimana cara mempraktekannya hasil penelitian dalam dunia kerja.
2. Dapat menjadi bahan referensi untuk mahasiswa dalam penulis karya ilmiah di bidang multimedia terutama periklanan.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam menyusun penelitian Sugiyono (2013). Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut : [1]

### 1.6.1.1 Metode Observasi

Mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

### 1.6.1.2 Metode Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu

### 1.6.2 Metode Analisis

Ide dasar dalam pembuatan adegan dengan menggunakan teknik *stop motion* adalah penggabungan antara beberapa gambar dengan menggunakan media foto dan yang menjadi tantangan adalah bagaimana menggabungkan beberapa gambar agar menjadi satu komposisi adegan yang bagus dan variatif sesuai dengan *iklan* yang dibuat.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Menurut Villamil-Molina (1997), pengembangan multimedia akan berhasil jika memiliki perencanaan yang teliti, penguasaan teknologi multimedia yang baik, serta penguasaan manajemen produksi yang baik juga. Metode ini merupakan metode yang memberikan gambaran tentang pengembangan multimedia melalui beberapa tahapan.

[2]

#### 1. Development

Pada tahapan ini, sebuah konsep atau ide digali dan dikembangkan menjadi sebuah kerangka produksi. Ide yang sudah didapat dikembangkan menjadi sebuah cerita untuk konten yang akan dibuat.

#### 2. Pra produksi

*Pra-Produksi* yaitu perencanaan dalam pembuatan film atau iklan, hal ini meliputi perencanaan konsep, ide cerita, *storyboard*, dan pembentukan tim produksi.

### 3. Produksi

Untuk produksi meliputi *blocking* kamera, *setting* tempat, *lighting* dan proses pengambilan gambar.

### 4. Pasca Produksi

Terbagi menjadi 2 bagian yaitu *offline editing* dan *online editing*, *offline editing* meliputi *screening rules*, *logging data*, *assembly*, *rough cut*, *online editing* meliputi, *fine cut*, *final cut*, *preview*, dan *rendering*.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Susunan pada penelitian yang dilakukan ini untuk mempermudah penulis, dengan cara mengelompokan menjadi beberapa bab sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi Latar belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian serta Sistematika penulisan.

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

Bab ini berisi tinjauan pustaka dan dasar-dasar teori tentang iklan, jenis iklan serta teknik stop motion dan analisa kebutuhan sistem dalam pembuatan iklan.

### **BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum, analisa kebutuhan sistem dan proses pra-produksi dalam membuat iklan ini dengan teknik stop motion dan liveshoot.

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

Pada bab ini berisi tentang tahapan yang penulis lakukan dalam proses pembuatan iklan *Donat Moykofood* dengan teknik *stop motion* dan *liveshoot*. Dari proses pra-produksi, produksi dan pasca produksi dan tahap pembahasan storytelling.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum dari proses selama penelitian dan pembuatan iklan dari pembahasan skripsi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

