

BAB I

PENDAHULUAN

2.1. Latar Belakang

Pelaku bisnis tengah saling bersaing dalam meningkatkan penjualan produk. Salah satu metode untuk meningkatkan penjualan produk adalah dengan melakukan pemasaran dan penyampaian informasi produk melalui media sosial. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, serta dengan biaya yang lebih murah [1].

Pemanfaatan media sosial sangat dekat dengan ilmu multimedia. Hal ini dikarenakan konten yang beredar di media sosial mayoritas merupakan produk multimedia. Multimedia adalah kombinasi dari paling sedikit dua media input atau output dari data, media ini dapat berupa audio (suara, musik), animasi video, teks, grafik dan gambar [2]. Kelebihan multimedia adalah dikarenakan multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video sehingga dapat memberikan informasi secara jelas dan menarik [3].

Pengerjaan tugas akhir ini, dilakukan pembuatan video komersil dengan menerapkan *camera movement* dan *motion graphic* untuk bisnis Da'im Donuts Coffee. Permasalahan yang dihadapi oleh pemilik Da'im Donuts Coffee yaitu pemasaran melalui media sosial yang sudah ada kurang menarik pembeli. Se jauh ini, media yang digunakan sebagai sarana pemasaran dari Da'im Donuts Coffee adalah foto dan desain grafis, sehingga pemilik Da'im Donuts Coffee ingin menambahkan promosi dalam bentuk video.

Teknik *motion graphic* ini diterapkan untuk dapat memberikan informasi terkait Da'im Donuts Coffee serta tentang produk Da'im Donat Coffee yang tehitung baru dan unik untuk jenis kafe.

Maka dari itu pembuatan video komersil Da'im Donuts Coffee ini sangat penting sebagai media informasi periklanan yang berupa video yang disusun berdasar *camera movement* dan *motion graphic*. Diharapkan video komersil ini dapat menjabarkan dan menjelaskan apa itu Dai'm Donuts Coffee dengan tampilan video yang menarik.

2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yang akan diselesaikan yaitu, "Bagaimana pembuatan video komersil untuk Da'im Donuts Coffee dengan menggunakan Teknik *camera movement* dan *motion graphic*".

2.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan video komersil untuk Da'im Donuts Coffee, sehingga menjadi sarana pemasaran dan publikasi, memberi informasi, persuasi, mengingatkan para pembeli,

2.4. Batasan Masalah

Dalam pengerjaan tugas akhir ini, dirumuskan batasan masalah, yaitu:

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan adalah *camera movement* dan *motion graphic* (2D);
2. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere 2020, After Effect 2020, dan CorelDraw X7;
3. Render dengan ukuran 1920x1080 pixel, dengan format Mp4.

2.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Da'im Donuts Coffee:

Dapat menjadi sarana pemasaran dan publikasi bagi Da'im Donuts Coffee dalam bentuk video komersil serta dapat menjadi arsip dokumentasi terkait dengan kegiatan bisnis Da'im Donuts Coffee.

2. Bagi Penulis:

Sebagai sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama menempuh studi, khususnya di dalam bidang Multimedia.

3. Bagi Akademik:

Laporan Tugas Akhir ini dapat dijadikan sebagai sarana tambahan referensi di perpustakaan Universitas Amikom Yogyakarta mengenai permasalahan yang terkait dengan penulisan Tugas Akhir ini.

2.6. Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan untuk pembuatan video komersil Da'im Donuts Coffee.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan menguraikan tentang pengertian dari multimedia, elemen dalam multimedia, *live shots*, *type of shots*, *camera movement*, format standar video, *motion graphic*, standar tahapan pembuatan video atau film, sistem periklanan di media sosial, dan metode pengumpulan serta analisis data.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang pendefinisian masalah, Analisa kebutuhan, penjabaran tahapan pra produksi, tahapan produksi, dan tahapan pasca produksi.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai perancangan konsep dan penjelasan hasil dari setiap tahapan produksi serta pasca produksi.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi laporan.

