

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan adanya teknologi seperti sekarang, iklan menjadi salah satu daya tarik untuk memperkenalkan dan memasarkan produk maupun jasa melalui media periklanan digital. Salah satunya adalah Capture Photography Jogja. Berawal dari layanan jasa video shooting, multicam, & live view. Capture Multimedia dulunya dikelola oleh tiga orang yang sudah sejak tahun 2009 bergerak dibidang multimedia khususnya video shooting. Hingga tahun 2016, Capture Multimedia mengembangkan jasa layanannya untuk fotografi. Sehingga pada tahun tersebut bergantilah nama Capture Multimedia menjadi Capture Photography.

Studio Foto "Capture Photography Jogja" menggunakan pola promosi dengan menampilkan video hasil dokumentasi kegiatan, durasi yang cukup lama membuat konsumen cenderung bosan melihatnya. Sehingga berimbas pada menurunnya minat konsumen datang ke Studio Foto "Capture Photography Jogja". Untuk menanggulangi hal tersebut, Capture Photography Jogja berkeinginan membuat media promosi baru yang dapat membantu meningkatkan kembali minat konsumen untuk datang ke Studio Foto "Capture Photography Jogja".

Maka berdasarkan masalah tersebut, penulis mencoba untuk mencari solusi permasalahan diatas dengan membuat sebuah penelitian berjudul "Pembuatan Video Iklan Dengan Teknik Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Studio Foto Capture Photography Jogja". Video Iklan yang menerapkan teknik *motion*

graphic pada penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat sebagai pendukung media promosi bagi Studio Foto “Capture Photography Jogja”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas ,maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dijadikan dasar dalam penyusunan penelitian ini, yaitu : “Bagaimana membuat video iklan sebagai media promosi pada Studio Foto Capture Photography Jogja dengan menggunakan teknik *motion graphic*?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Teknik pembuatan video iklan menggunakan teknik *motion graphic*.
2. Format video adalah mp4 dengan resolusi Full HD 720p.
3. Video iklan berdurasi 2 menit.
4. Adapun software yang digunakan untuk mengedit video ini adalah Adobe After Effects CS6, Adobe Premiere Pro CS6, Adobe Illustrator CS6, dan Adobe Audition CS6.

1.4 Maksud dan Tujuan Peneltitan

Adapun tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Membuat animasi 2D sebagai media promosi untuk mengenalkan produk yang ada di “Capture Photography Jogja” kepada para pengguna jasa dan masyarakat umum.
2. Mengetahui proses pembuatan video iklan untuk ‘Capture Photography Jogja’ dengan teknik *motion graphic* menggunakan Adobe After Effects.

3. Sebagai persyaratan mencapai gelar Ahli Madya pada jenjang Program Diploma di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Sebagai alternatif baru dalam media promosi untuk mengenalkan dan mempromosikan Studio Foto "Capture Photography Jogja" agar dapat memperluas pemasaran terhadap masyarakat umum dan mampu bersaing dengan industri kreatif di Indonesia.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh pengumpulan data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan persoalan yang ada, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis menggunakan beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah sebagai berikut :

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan melalui buku-buku, majalah, berita, internet dan lain-lainya dari sumber yang valid untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan video iklan.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada Bapak

Muhammad Taufiqurrohman, sebagai pemilik dari Studio Foto “Capture Photography Jogja” yang berdasarkan tujuan penelitian yaitu mencari data tentang data produk yang akan dipromosikan secara lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai membahas tentang kebutuhan *software*, *hardware* dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan berupa tahap pra produksi video, tahap produksi dan pasca produksi. Pada tahap pra - produksi ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan termasuk ide, konsep hingga penulisan *storyboard* yang akan dibuat. Tahap selanjutnya yaitu tahap produksi. Tahap ini bertujuan untuk mengimplementasikan bahan-bahan yang telah terkumpul pada tahap pra-produksi. Diawali dengan pembuatan gambar konsep, dilanjutkan proses editing dengan teknik *motion graphic*. Kemudian pada tahap akhir pasca produksi dilakukan *recording* suara, pemberian *sound* hingga tahap *finishing* berupa hasil *rendering*.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini terdiri dari lima sub pokok pembahasan yang terdiri antara lain sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang permasalahan apa yang akan diambil dalam pembuatan laporan penelitian dan memuat tentang : latar belakang masalah,

rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan secara singkat tentang landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam menyusun skema penelitian yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini.

BAB III TINJAUAN UMUM

Bab ini membahas tentang Studio Foto “Capture Photography Jogja”, analisis kebutuhan sistem serta penjabaran tahap pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan mengenai produksi dan paska produksi pembuatan video iklan dengan teknik *motion graphic*, urutan-urutan pekerjaan serta menampilkan hasil video yang telah dibuat dengan dosen pembimbing. Serta menyerahkan video iklan kepada Studio Foto “Capture Photography Jogja”.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir yang berisikan kesimpulan dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari video yang dibuat. Saran berisi tentang kekurangan atau kelemahan video yang dibuat serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut dari pembahasan yang telah dilakukan, serta bab ini juga berisi daftar pustaka yang berisi referensi-referensi yang telah digunakan sebagai penunjang dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.