

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia usaha media periklanan sangat penting untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan, Iklan dibuat bertujuan untuk memberikan informasi apa saja yang terdapat dalam sebuah usaha sehingga konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa. salah satu bentuk dari media untuk periklanan yang sedang berkembang saat ini adalah Videotron.

Dalam hal ini penulis akan membuat video iklan menggunakan teknik motion graphic pada R2M Café Jambi. Saat ini R2M Café Jambi untuk media iklan dan promosinya hanya menggunakan brosur, dengan adanya media informasi menggunakan video iklan dengan teknik motion graphic maka proses penyampaian informasi akan lebih mudah dipahami jika dipadukan dengan multimedia, teknik motion graphic ini diterapkan untuk dapat memberikan informasi mengenai produk R2M Café, maka proses penyampaian informasi dapat berjalan dengan efektif.

Oleh karena itu R2M Café memerlukan media iklan tambahan agar dapat dikenal masyarakat Jambi dan sekitarnya. Melalui pengemasan visualisasi informasi dalam bentuk video Iklan dengan menggunakan teknik Motion Graphic akan mampu menyampaikan informasi mengenai R2M Café Jambi secara jelas yang nantinya akan di implementasikan pada Videotron.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan/diselesaikan pada penelitian/perancangan ini adalah “Bagaimana membuat Video Iklan R2M Café Jambi Menggunakan teknik Motion Graphic dan dapat di implementasikan pada Videotron?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Video iklan ini dibuat menggunakan *motion graphic*.
2. Penulis hanya membahas dampak dari pembuatan iklan ini terhadap R2M Café Jambi bukan membahas motion graphic pada iklan.
3. Video iklan R2M Café Jambi akan ditayangkan di videotron pada area Simpang Mangga Jambi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

a. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah :

1. Informasi yang disajikan dalam video iklan adalah mengenai R2M Café dan produk yang terdapat pada R2M Café.
2. Membuat Media Iklan yang ditayangkan di videotron dan diharapkan dapat menambah jumlah konsumen pada R2M Café.

b. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat Video Iklan R2M Cafè Jambi menggunakan teknik Motion Graphic
2. Membuat video yang dapat di implementasikan pada Videotron
3. Melihat dampak yang ditimbulkan terhadap R2M Cafè Jambi.
4. Menerapkan ilmu dan teknologi dalam penyampaian informasi R2M Cafè melalui video iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain :

1. Bagi R2M Cafè Jambi
 - a. Meningkatkan Jumlah Konsumen.
 - b. Memberikan Informasi mengenai produk yang ada di R2M Cafè Jambi.
 - c. Memperkenalkan Masyarakat yang belum Mengetahui Mengenai Adanya R2M Cafè Jambi.
2. Bagi Mahasiswa
 - a. Mahasiswa dapat mengembangkan dan menambah ilmu dibidang pembuatan Video Iklan, Sehingga dapat menjadi orang yang mampu bersaing dan mengaplikasikan ilmunya di dunia kerja.
 - b. Sebagai syarat menyelesaikan studi Strata 1 di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta

3. Bagi Masyarakat

- a. Mendorong agar masyarakat tertarik untuk menjadi konsumen di R2M Café.
- b. Agar masyarakat mengetahui mengenai adanya R2M Café dan Produk yang ada pada R2M Café.

4. Bagi UNIVERSITAS AMIKOM

Hasil Skripsi ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi mahasiswa yang akan menyusun Skripsi ataupun Tugas Akhir.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap tidak maksimalnya media periklanan sebelumnya dengan cara ikut serta dalam membagikan brosur yang menjadi media untuk promosi sekaligus beriklan pada R2M Café Jambi.

1.6.1.2 Metode Studi Pustaka

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data melalui buku – buku dan materi yang berkaitan dengan proses pembuatan yang di peroleh di perpustakaan maupun file – file dari internet.

1.6.1.3 Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan melakukan proses tanya jawab langsung kepada pemilik R2M Café Jambi.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan yaitu analisis DKV (Desain Komunikasi Visual) yaitu Analisis Semiotic.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode yang digunakan dalam perancangan yaitu metode Pra Produksi yang meliputi :

- a. Ide
- b. Tema
- c. Naskah
- d. Storyboard

1.6.4 Metode Pengembangan

Dalam metode pengembangan ada beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu :

- a. Produksi

Dalam tahap produksi terdapat langkah – langkah yang harus dilakukan, antara lain animasi iklan, review hasil sementara, pembuatan ulang animasi iklan jika animasi yang digunakan masih belum seperti yang diharapkan.

b. Pasca produksi

Pada tahapan ini membahas mengenai editing, memeriksa hasil sementara setelah editing, kemudian setelah hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan rendering untuk melakukan pengemasan hasil akhir dalam format video yang sudah di tentukan.

1.6.5 Metode Testing

Setelah pembuatan video iklan ini selesai, penulis akan melakukan pengujian dengan menggunakan *Alpha / Beta Test*, proses ini merupakan tahap akhir sebelum video iklan ini di tayangkan pada videotron.

1.6.6 Metode Implementasi

Implementasi dilakukan setelah video iklan jadi secara keseluruhan. Video iklan nantinya akan ditayangkan pada videotron Jambi dengan sudah memenuhi syarat yang di tentukan seperti: Format video, Resolusi, Ratio dan durasi.

1.6.7 Metode Evaluasi

Pengujian terdapat pada tahap pasca produksi. Video iklan yang telah dibuat akan diuji untuk menentukan kualitas serta memperoleh data yang digunakan sebagai bahan revisi produk. Pengujian yang dilakukan menggunakan kuisisioner yang diberikan kepada sample konsumen R2M Cafè.

1.7 Sistematika Penulisan

Penyusunan dan penulisan skripsi ini meliputi lima bagian dengan perincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode analisis dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tinjauan pustaka yang bersifat teoritis, yaitu membahas mengenai teori – teori yang berhubungan dengan perancangan video iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menguraikan analisis mengenai proyek video yang dibuat, perancangan pembuatan video berdasarkan rumusan masalah yang ada.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas bagaimana video digunakan dan apakah berfungsi dengan baik serta bagaimana memaparkan hasil dari tahapan – tahapan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang didapat dari keseluruhan laporan dan perancangan video, serta kritik dan saran yang berguna baik bagi penulis maupun pengguna lain yang ingin mempelajari.