

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

D'Peace Sang adalah sejenis makanan/cemilan berupa pisang goreng yang diolah secara unik dan disajikan dengan berbagai varian topping rasa. Produk D'Peace Sang ini berbahan dasar pisang, dikemas secara rapi. Untuk menarik perhatian konsumen, sangatlah dibutuhkan sebuah iklan.

Salah satu promosi untuk memasarkan produk D'Peace Sang dibutuhkan sebuah iklan. Iklan adalah suatu pesan tentang barang jasa (produk) yang dibuat produser/pemrakasa yang disampaikan lewat media (cetak, audio, elektronik) yang ditujukan kepada masyarakat. Tujuan iklan adalah agar masyarakat tertarik untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Salah satu media promosi yang belakangan ini marak digunakan adalah publikasi *visual*.

Publikasi *visual* dipilih sebagai media promosi karena komunikasi dengan publik dilakukan menggunakan bahasa *visual*, dimana unsur dasar *visual* yang menjadi kekuatan dalam penyampaian pesan. Dipilih karena media *visual* adalah media yang mampu memberikan penjelasan tanpa harus menyusahkan *klien* atau konsumen dengan catatan prinsip-prinsip dasar dalam membuat video promosi diperhatikan secara seksama. Video iklan yang dibuat berdurasi satu menit menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic*. Dalam media promosi ini, terdapat informasi mengenai D'Peace Sang seperti produk D'Peace Sang tempat, dan menu-menu D'Peace Sang.

Menggunakan teknik *live shot* dikarenakan lebih memudahkan penulis dalam mengatur dan mengedit video. Dan digunakannya teknik *motion graphic* karena ingin membuat iklan tersebut lebih berwarna. Dengan menggabungkan duateknik tersebut

diharapkan, media promosi / iklan untuk D'Peace Sang akan terlihat lebih menarik dan tidak membosankan ketika dilihat konsumen. Sehingga dengan itu bisa menarik konsumen untuk membeli dan mencoba makan berupa D'Peace Sang.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian di atas, masalah yang dapat dirumuskan pada tugas akhir ini yaitu; Bagaimana cara memperkenalkan D'Peace Sang agar konsumen lebih mengenal dan tertarik dengan membuat media promosi yang diterapkan dengan Teknik teknik *live shot* dan *motion graphic*?

### 1.3 Batasan Masalah

Melihat masalah yang dirumuskan pada tugas akhir ini, penulis memberi batasan agar tidak menyimpang dan sesuai harapan.

1. Penelitian dilakukan di D'Peace Sang,
2. Dibuat untuk membantu meningkatkan, memperkenalkan, dan memasarkan D'peace Sang,
3. Hasil dari media informasi ini berupa video yang akan di *share* di sosial media,
4. Dalam media promosi ini, terdapat informasi mengenai D'Peace Sang seperti deskripsi,
5. Menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic*.
6. Pengerjaan media promosi ini menggunakan software Adobe Premiere, After Effect, Photoshop.
7. Durasi video yang ditampilkan adalah 1 menit.
8. Media promosi ini dirender dengan ukuran 1080x720p, dengan format file MP4.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan laporan tugas akhir ini adalah :

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma 3 jurusan

Manajemen Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

2. Bisa mengetahui unsur dan pembuatan multimedia khususnya dalam teknik *editing*

### **1.5 Lingkup Penelitian**

Lingkup perancangan menyakup beberapa hal, antara lain:

1. Perancangan ini dibatasi pada perancangan promosi video D'Peace Sang melalui sosial.
2. Perancangan ini akan diselenggarakan di Indonesia. Target pemasar adalah di Yogyakarta khususnya di sleman.

### **1.6 Metode Penelitian**

Menurut Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd (2017) dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan Metode-metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengumpulan data adalah Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Untuk mendapat data yang relevan, maka diperlukan metode yang efektif dalam pembuatan video ini. Dengan penyusunan Tugas Akhir ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut [1]:

#### **1.6.1. Metode Observasi**

Pengamatan secara langsung mengenai D'peace Sang yang akan di promosikan di media iklan serta data tentang D'peace Sang. Mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang di amati untuk mendapatkan data yang akurat, maka dari itu penulis melakukan observasi baik melalui account sosmed yang di miliki D'peace Sang yaitu instagram juga secara langsung mendatangi tempat D'peace Sang.

#### **1.6.2 Metode Wawancara**

Melalui metode ini penulis dapat memperoleh penjelasan dan pengarahan secara

langsung dengan pihak terkait, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Wawancara langsung dilakukan kepada D'peace Sang sendiri yaitu Reza Kent Denvil juga selaku pendiri D'peace Sang agar di dapatkan informasi yang akurat tentang produk D'peace Sang itu sendiri.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Menurut Suyanto (2004) dalam bukunya yang berjudul Analisis & Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran. Metode perancangan penulis lakukan adalah berikut ini [2]:

#### 1. Pra-Produksi

Pra-produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersial diproduksi secara nyata. Perencanaan secara baik sebelum diproduksi dapat menghemat biaya yang dikeluarkan pemesan multimedia komersial. Hal inilah manfaat utama tahap pra-produksi.

#### 2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini syuting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur dan kamera dipilih.

#### 3. Pasca-Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca Produksi tersebut meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, pengadaan, dan penyerahan atau penyiaran.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman tugas akhir tersebut maka penulisan harus dilakukan secara terstruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu dalam penulisannya dibagi menjadi beberapa bagian.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, tujuan penelitian, rumusan masalah, batasan masalah dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan tentang konsep dasar *multimedia*, konsep dasar *editing*, pengertian media promosi, pengertian *motion graphic*, pengertian *live shot* serta tahapan pra-produksi.

## **BAB III TINJAUAN UMUM**

Di bab 3, menjelaskan cara pembuatan media promosi, *software* dan teknik yang digunakan.

## **BAB IV PERANCANGAN DAN PEMBAHASAN**

Di bab ini menjelaskan tentang perancangan konsep dan penjelasan hasil – hasil dari tahapan produksi serta pasca produksi..

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan tugas akhir berisi kesimpulan dan hasil akhir