

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.8 Latar Belakang Masalah

Iklan televisi atau Iklan tv, Adalah sesuatu yang sudah biasa dan sering kita lihat dalam kehidupan sehari-hari. Dengan media televisi iklan bisa diterima konsumen dengan jelas, karena media televisi mencakup unsur audio dan video.

Saat ini, Di kota Yogyakarta terdapat banyak kafe yang varian dan menjamur mulai dari harga yang murah, menengah, dan mahal dan dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan nyaman seperti *free wifi*, parkir luas, dan musik akustik. *Minke Experience* sebagai kafe dibidang *dessert* yang lumayan baru dan mempunyai fasilitas yang lengkap memberikan nuansa yang tenang dan tempat nyaman untuk para penikmat kafe tersebut, namun saat ini media penyampaian informasi tentang kafe *Minke Experience* masih sebatas pada media cetak dan jejaring sosial.

Dengan latar belakang masalah tersebut, penulis mencoba untuk mengimplementasikan permasalahan di atas dengan melakukan suatu penelitian dengan judul "*Pembuatan Iklan Televisi Minke Experience dengan Menggabungkan Teknik Motion Graphic dan Live Shoot*" yang diharapkan dapat memperluas promosi dan publikasi dari *Minke Experience*.

### 1.9 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu bagaimana membuat iklan televisi Minke Experience Yogyakarta dengan menggabungkan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* ?

### 1.10 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Informasi yang terdapat dalam pembahasan adalah berupa pembuatan iklan televisi Minke Experience Yogyakarta dengan menggabungkan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* sebagai sarana promosi.
2. Iklan tersebut berdurasi 30 detik.
3. Isi iklan televisi berisi tentang produk yang ada di Minke Experience Yogyakarta.
4. Bahasa yang digunakan untuk dubbing adalah bahasa Indonesia.
5. Teknik yang dipakai dalam pembuatan iklan meliputi *Motion Graphic* dan *live shoot*.
6. Iklan ini ditayangkan di stasiun tv lokal yogyakarta di RBTv.

### 1.11 Tujuan Penelitian

Perancangan ini dirancang dan di buat dengan tujuan:

1. Mempraktekkan teknik *motion graphic* dan *live shoot* dengan membuat iklan mengenai sarana promosi Minke Experience Yogyakarta.
2. Hasil penelitian berupa iklan promosi ini diserahkan kepada *Director of Awesome* Minke Experience Yogyakarta untuk sebagai bahan promosi Minke Experience Yogyakarta.
3. Target dan penelitian ini adalah remaja atau mahasiswa mahasiwi Yogyakarta, namun juga tidak menutup kemungkinan orang lain atau orang asing yang ingin mencoba.

#### **1.12 Manfaat penelitian**

1. Manfaat bagi penulis
  - a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut perancangan iklan televisi.
  - b. Memperoleh gambaran nyata tentang produk Minke Experience Yogyakarta.
  - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program S1 Sistem Informasi STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Manfaat bagi Minke Experience
  - a. Memberikan masukan dan gambaran kepada Minke Experience tentang periklanan televisi.

- b. Memperbanyak media Minke Experience untuk kegiatan periklanan.

### 1.13 Metode penelitian

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

- a. Metode wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada *Director of Awesome* Minke Experience Yogyakarta yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Caffe Minke Experience Yogyakarta untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

- b. Metode observasi

Observasi dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa kelebihan yang di anjurkan oleh manajer pemasaran dan beberapa angel komposisi untuk kebutuhan gambar untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan diteliti.

- c. Metode Kearsipan

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari *caffè* Minke Experience, yang mendukung dalam penulisan skripsi ini.

- d. Metode Perpustakaan (*Library*)

Yaitu cara dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembbuatan suatu iklan televisi.

## 2. Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Di dalam analisis SWOT akan membahas tentang *Strengths* (kekuatan/keunggulan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang/kesempatan), dan *Threats* (ancaman) dari iklan ini. Dalam analisis kebutuhan non fungsional membahas kebutuhan *software*, *hardware*, dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

## 3. Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan merupakan tahapan pertama dalam pembuatan iklan ini yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan meliputi menentukan ide konsep hingga pembuatan *storyboard*.

## 4. Pengembangan

Metode pengembangan yang dilakukan merupakan tahap kedua dan ketiga pembuatan iklan yaitu tahap produksi dan pasca produksi. Pada tahapan ini dilakukan pengimplementasian bahan-bahan yang telah dikumpulkan pada tahap pra produksi. Diawali dengan pengambilan gambar, dilanjutkan dengan pengeditan video yang menggabungkan dengan teknik *motion graphic*. Kemudian pada tahapan terakhir pra

produksi dilakukan pembuatan narasi suara, pemberian *sound* hingga tahap *finishing* berupa hasil *rendering*.

#### 5. *Testing*

Pada tahapan ini dilakukan suatu pengujian terhadap iklan yang dibuat serta kesesuaian konsep. Pengujian yang dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sampel konsumen *minke experience*.

### 1.14 Sistematika penulisan

Laporan Skripsi ini terdiri dari lima bab. Lima bab tersebut antara lain :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

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

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam skema penelitian dan tentang perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan secara singkat.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab III membahas profil *minke experience*, analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional berupa kebutuhan *software*, *hardware*, dan *brainware* serta penegeritian tahap pra produksi.

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

Bab IV ini memuat langkah atau proses, hasil pengujian dan analisa serta saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

## **BAB V      PENUTUP**

Bab V memuat kesimpulan dan hasil pengujian serta analisa saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

