

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi sangat berpengaruh untuk media promosi di media sosial, sangat cocok digunakan sebagai media promosi. Menurut *Hootsuite Indonesia Digital Report 2020* yang merupakan situs layanan manajemen konten serta menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial Instagram pada tahun 2020 ini, Hootsuite mengeluarkan data dan tren tentang internet serta media sosial. Pengguna internet tahun 2020 di Indonesia sebanyak 175,4 juta dan pengguna Instagram di tahun 2020 sebanyak 63 juta jiwa.

Untuk saat ini iklan menjadi salah satu faktor penunjang dalam proses pemasaran suatu produk. Sehingga banyak perusahaan memperkenalkan produk melalui media digital seperti iklan video promosi. Promosi merupakan program komunikasi pemasaran total perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat – masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. [1]

Café Dua Masa adalah sebuah tempat kopi yang berada Jl. Ki Ageng Pemanahan No.21, Banguntapan, Bantul.. Yang di miliki Karel Alexander Zulkarnaen, Dengan mengandalkan menu yang lengkap tidak hanya coffe saja dan banyaknya rasa kopi asli dari berbagai daerah, membuat daya Tarik

dan rasa nyaman tersendiri dari café Dua Masa. Namun media promosi yang di gunakan saat ini oleh café Dua Masa dalam menginformasikan coffee mereka masih melalui mulut ke mulut serta social media instagram dengan memposting produk yang berupa foto. namun dirasa kurang maksimal, karena tidak menjelaskan semua hal yang mencakup dari cafe coffee tersebut

Sejarah Motion Graphic yaitu pada awal abad ke-20, seniman mulai menolak representasi klasik dan ingin mengekspresikan sesuatu secara lebih baik. Banyak keinginan untuk menghasilkan abstrak, eksperimen animasi yang akhirnya menghasilkan teknik baru dalam membuat animasi. Selama tahun 1970, tokoh-tokoh seperti Stan Vanderberk, John Whitney, dan Robert Abel memulai metode baru dalam animasi computer untuk judul sebuah film.

Kata *motion graphic* sendiri berasal dari nama perusahaan animasi yang didirikan oleh John Whitney saat itu. Pada tahun 1950-an, pelopor desain grafis Saul Bass menjadi inovator judul film dalam industri perfilman. Animasi opening credit yang dibuat untuk sutradara Hitchcock dan Preminger mendapatkan perhatian. Tahun 1960-an, opening kartun dari Friz Freleng untuk film *The Pink Panther* (1963) dan opening yang dibuat oleh Maurice Binder untuk film klasik James Bond menjadi ikon budaya pop saat itu. Judul film Terry Gilliam, animasi pendek, set panggung aneh, kostum, dan angle kamera telah menjadi trend dan terus berkembang.

Motion graphic saat ini banyak digunakan baik di dunia perfilman, pertelevisian, dan periklanan. Dalam perfilman, *motion graphic* biasa

digunakan untuk pembuatan opening title atau movie trailer. Sedangkan dalam dunia pertelevisian, *motion graphic* lebih dimanfaatkan sebagai network branding antara lain dalam bentuk station ID, Public Service Announcements (PSA), show openers, dan show packages yang mencakup bumper, lower-third, interstitials, lineups and upfronts, dan mortises. Dan untuk Live shoot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada suatu proses *editing*, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut.

Media utama yang dipilih dalam menyampaikan informasi adalah video live shoot dan *motion graphic*. Dengan menggunakan live shoot dan *motion graphic*, objek terlihat tidak membosankan tetapi terlihat menarik. Dengan memanfaatkan kemampuan visual, akan dirancang video dengan hasil yang maksimal. Agar informasi yang diserap lebih optimal.

Oleh karena itu, penulis bermaksud menambah jumlah media promosi dari café Dua Masa. Pembuatan video iklan yang akan dilakukan oleh penulis adalah menggunakan teknik Live Shoot dan *motion graphic*, yaitu metode yang memadukan beberapa unsur multimedia, seperti teks, gambar, video, dan audio yang kemudian diolah menggunakan software tertentu, sehingga sebuah promosi akan lebih menarik.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik menjadikan bahasan tersebut sebagai penelitian dengan judul "PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN CAFÉ DUA MASA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka dirumuskan masalah, yaitu *"Bagaimana membuat sebuah Video Iklan pada CAFÉ DUA MASA agar dapat digunakan sebagai media informasi dan promosi"*.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas maka permasalahan yang dibatasi adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian dilakukan di DUA MASA.
2. Penelitian difokuskan pada DUA MASA.
3. Pembuatan iklan menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic.
4. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe After Effects CC 2018, Adobe Photoshop CC 2018.
5. Durasi video iklan live shoot dan motion graphic adalah 59 detik, dan telah di iklankan oleh penulis di Instagram Ads selama 2 hari dengan biaya 110 ribu.
6. Target tayang dari hasil pembuatan iklan melalui Social Media Instagram dan untuk presentasi offline.

1.4 Manfaat dan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah:

1. Pembuatan iklan untuk membantu mempromosikan café Dua Masa.
2. Menghasilkan karya yang dapat dijadikan portofolio yang nantinya dapat membantu saat didunia kerja.
3. Guna menyusun skripsi sebagai syarat kelulusan program studi Strata 1 di Universitas Amikom Yogyakarta.

Manfaat Penelitian:

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai media penyampean informasi produk yang lebih inovatif dan menarik

2. Bagi Penulls

Sebagai pengembangan ilmu yang telah di pelajari ataupun ilmu baru yang di dapat selama penelitian sebagai persiapan dalam dunia kerja.

3. Bagi Masyarakat

Manfaat yang di harapkan antara lain:

- a. sebagai media informasi yang sangat menarik dengan tampilan video
- b. sebagai media pembantu agar dapat meningkatkan minat terhadap produk yang di jual oleh café Dua Masa.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisa kualitatif untuk menghasilkan data deksriptif dari sumber yang diamati dengan menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipakai dalam penelitian terdiri dari langkah-langkah berikut:

1. Metode Observasi (Observation Research)

Untuk mendapatkan data dengan jalan pengamatan dan untuk mencari sumber informasi dengan melakukan evaluasi terhadap masalah yang ada. Seperti mempelajari apa saja penyebab kurang banyaknya pembeli di café Dua Masa. Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Juni 2021 di café Dua Masa.

2. Wawancara (Interview)

Pada metode ini penulis melakukan pembicaraan langsung kepada pihak pengelola, tepatnya kepada Karel Alexander Zulkarnaen selaku Owner, pada bulan April 2021 untuk melakukan pengumpulan data dan informasi yang akurat untuk mengetahui apa saja penyebab kurang banyaknya Pembeli di café Dua Masa.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil beberapa footage dan dokumentasi terkait. Dengan tujuan footage tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk mendesain komponen iklan tersebut.

1.7 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan di bentuk, mulai tahap penentuan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan juga pembuatan storyboard dan screenplay.

1.8 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di media televisi atau media lainnya seperti (instagram)

1.9 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini tersusun atas lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Sistematika penulisan tugas akhir ini terdiri dari tujuan bab yang terdiri dari.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang digunakan dalam penelitian. Adapun yang dibahas dalam bab ini adalah teori tentang Multimedia, pengertian Iklan, pengertian video, pengertian Live shoot, Pengertian animasi, pengertian Motion Graphic, Color Grading dan Spesifikasi iklan disocial .

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini berisi mengenai Perancangan analisis system yang sedang berjalan dan permasalahan yang ada serta menjalankan perancangan sistem yang akan diimplementasikan.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil implementasi dan testing dari sistem informasi yang baru dibuat.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan, dan saran dari hasil skripsi yang telah dibuat.