

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 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. Perancangan iklan televisi dengan metode *motion graphic* dan *live shoot* yaitu metode yang memadukan beberapa unsur multimedia yaitu gambar, video dan audio serta dipadukan dengan grafis yang kemudian diolah menggunakan software tertentu, sehingga produk akan lebih menarik di mata konsumen.

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. Gending Kopi Nusantara sebagai kafe dibidang kopi 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 Gending Kopi Nusantara 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 Gending Kopi Nusantara dengan*

*Menggabungkan Teknik Motion Graphic dan Live Shoot*" yang diharapkan dapat memperluas promosi dan publikasi dari Gending Kopi Nusanatara.

## 1.2 Rumusan Masalah

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

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagaiberikut:

1. Informasi yang terdapat dalam pembahasan adalah berupa pembuatan iklan Gending Kopi Nusanatara Yogyakarta dengan menggabungkan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* sebagai sarana promosi.
2. Iklan tersebut berdurasi 30 detik.
3. Aplikasi yang digunakan adalah Adobe Illustrator, Adobe Audition, Adobe Flash Professional, Adobe After Effect.
4. Isi iklan televisi berisi tentang produk yang ada di Gending Kopi Nusanatara Yogyakarta.
5. Teknik yang dipakai dalam pembuatan iklan meliputi *Motion Graphic* dan *live shoot*.
6. Iklan ini ditayangkan di stasiun tv lokal yogyakarta di RBTv.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari perancangan antara lain :

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

#### 1.5 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 Gending Kopi Nusanatara.
  - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program SI Sistem Informasi STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Manfaat bagi Gending Kopi Nusanatara
  - a. Memberikan masukan dan gambaran kepada Gending Kopi Nusanatara tentang periklanan televisi.
  - b. Memperbanyak media Gending Kopi Nusanatara untuk kegiatan periklanan.

## 1.6 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 Gending Kopi Nusantara* yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Gending Kopi Nusantara 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 Perpustakaan (*Library*)

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

### 2. 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*.

### 3. 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 pemberian *sound* sampai tahap *finishing* berupa hasil *rendering*.

#### 1.7 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 sekema penelitian dan tentang perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan secara singkat.

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

Bab III membahas profil Gending Kopi Nusantara dan analisis kebutuhan non fungsional berupa kebutuhan *software*, *hardware*, dan *brainware* serta penegertian 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**