

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring meningkatnya perkembangan teknologi, perkembangan iklan meningkat cukup signifikan, khususnya iklan bergambar di mana pemilik usaha bisa menawarkan barang atau jasanya di iklan tersebut. Dalam perkembangannya kini iklan dipadu dengan perkembangan jaman yang semakin modern dimana iklan digital sudah dipasang di berbagai sektor seperti di jalan raya, mall, pusat pertokoan, pasar, rumah sakit, kantor dan berbagai tempat yang memungkinkan untuk keberadaan iklan digital tersebut. Iklan atau layanan promosi sangat dibutuhkan bagi mitra usaha menengah agar lebih dikenal oleh masyarakat sehingga mendongkrak nilai jual maupun citra dalam sebuah perusahaan. [1]

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan pihak Kopion Coffee, saat ini Kopion Coffee memanfaatkan media promosi berupa foto-foto yang diunggah di media sosial. Namun hal tersebut masih kurang optimal dalam meningkatkan minat konsumen. Kopion Coffee membutuhkan sebuah media promosi yang lebih memadai dalam menginformasikan dan memvisualisasikan tentang proses pembuatan menu *signature*, jenis kopi yang digunakan, serta fasilitas yang ada di Kopion Coffee.

Dalam pembuatan video iklan di perlukan teknik tersendiri dalam penyajiannya, salah satunya yaitu penggabungan *motion graphic* dan *live shoot*. [2] *Live shoot* digunakan untuk mengambil gambar secara langsung pada lokasi objek sehingga seseorang lebih mudah mendapatkan gambar atau video yang

sesuai dengan kejadian sebenar-benarnya yang terjadi di lokasi pengambilan gambar. [3] *Motion graphic* dapat digunakan untuk media promosi, karena biaya pembuatannya dapat dijangkau oleh perusahaan. Keuntungan lain yang menggunakan motion graphic adalah tampilannya yang menarik dan *simple*. [4]

Oleh karena itu, penulis memilih teknik *Live shoot* dan *Motion graphic* diterapkan dalam pembuatan video iklan Kopion Coffee karena dengan kedua teknik tersebut kebutuhan media promosi Kopion Coffee dengan informasi dan visualisasi yang menarik dapat direalisasikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana cara merancang dan menerapkan teknik live shoot dan motion graphic pada video iklan Kopion Coffee?”

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak melebar dan media promosi tepat sasaran, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Video iklan ini hanya berfokus pada penerapan teknik live shoot dan motion graphic.
2. Video Iklan hanya akan digunakan oleh pemilik Kopion Coffee Yogyakarta dalam penyampaian informasi melalui media sosial Instagram.
3. Informasi yang disampaikan mencakup produk yang dimiliki Kopion Coffee.
4. Penerapan video iklan akan melalui tahap pra produksi, produksi, dan

pasca produksi.

5. Video iklan menggunakan format file .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p resolusi 1920x1080p.
6. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah Adobe Premiere CC 2018 dan Adobe After Effects CC 2018.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini ialah, sebagai berikut:

1. Membuat media promosi yang dapat menyampaikan pesan secara singkat namun juga persuasif.
2. Menerapkan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* pada media promosi produk Kopion Coffee Yogyakarta.
3. Mempermudah akses informasi produk yang terdapat di Kopion Coffee Yogyakarta melalui video iklan tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk:

1.5.1 Bagi Penulis

1. Dapat lebih memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya penerapan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*, penerapan software *Adobe Premiere* dan *After Effect*, dan perancangan konsep iklan.
2. Dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi pada program S1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Bagi Objek Penelitian

1. Mengoptimalkan media promosi Kopion Coffee Yogyakarta.
2. Menginformasikan produk minuman Kopion Coffee Yogyakarta kepada masyarakat luas.
3. Menambah konsumen tetap pada Kopion Coffee Yogyakarta.

1.5.3 Bagi Masyarakat Umum

1. Masyarakat dapat dengan mudah menerima informasi promo mengenai produk Kopion Coffee Yogyakarta.

1.5.4 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

1. Referensi bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan karya ilmiah skripsi.

1.6 Metode Penelitian

Dalam metode penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode penelitian deskriptif analisis, yaitu dengan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa metode yang dilakukan penulis dalam mengumpulkan data, yaitu:

1. Metode Observasi

Guna memperoleh data secara spesifik, metode observasi dilakukan penulis dengan cara mengamati secara langsung Kopion Coffee di kedai Kopion Coffee Yogyakarta.

2. Metode Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada pihak Kopion Coffee pada tanggal 28 juli, 2020 di kedai Kopion Coffee Yogyakarta.

3. Metode Studi Pustaka

Penulis melakukan studi pustaka dengan membaca buku di perpustakaan ataupun mencari literasi melalui internet untuk dijadikan sebagai bahan acuan.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam metode analisis penulis menggunakan analisis SWOT sebagai tolak ukur untuk mengetahui kekurangan maupun kelebihan dalam membuat sebuah video iklan. Sehingga video iklan ini bisa bermanfaat.

1.6.3 Metode Perancangan dan Pembuatan

Metode yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini dimulai dari beberapa tahapan, yaitu:

a. Pra Produksi

Pra produksi adalah kegiatan merancang dan mempersiapkan suatu konsep, membuat naskah, dan storyboard.

b. Produksi

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan sesuai dengan konsep, naskah, dan storyboard yang telah dirancang sebelumnya.

c. Pasca Produksi

Pasca produksi adalah penyelesaian dari produksi yang telah dilakukan sebelumnya, seperti: *Editing, Compositing dan Rendering.*

1.6.4 Metode Evaluasi

Metode evaluasi menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang pengujian dan pembahasan pada teknik *Live shoot* dan *Motion graphic* yang diterapkan pada pembuatan video iklan Kopion Coffee dalam memvisualisasikan informasi.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian masalah yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi uraian dasar teori, yang terdiri dari kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video *live shoot* dan *motion graphic*, serta software yang akan digunakan dalam pembuatan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini penulis mengurai tentang profil Kopion Coffee Yogyakarta, analisis video iklan *live shoot* dan *motion graphic* yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis membahas tentang hasil dari pengujian video iklan *live shoot* dan *motion graphic* yang ditujukan kepada produk minuman Kopion Coffee Yogyakarta.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, serta daftar pustaka.

