

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha jasa sablon sudah banyak diminati oleh masyarakat. Para pengusaha berlomba-lomba menciptakan kualitas terbaik bagi produknya. Usaha jasa sablon menggunakan berbagai macam metode dalam pembuatannya, ada yang menggunakan mesin untuk memproduksi sablon dengan skala besar demi kepentingan bisnis yang memiliki banyak permintaan. Tetapi bagi jasa sablon yang menggunakan metode manual tidak menutup minat mereka dalam membuka usaha jasa penyablonan.

UMKM yang membuat usaha jasa sablon dengan menggunakan metode manual seperti BKR B PROJECT. BKR B PROJECT sendiri, salah satu jasa yang menerima sablon kaos baik itu dengan jumlah banyak maupun sedikit dengan pilihan sablon bisa manual atau digital. Kualitas kaos dan sablon yang ditawarkan bisa dikatakan dapat bersaing dengan konveksi besar dan kaos yang berkualitas distro. Selain menerima jasa sablon Bkrb project juga menjual produk sendiri atau produk distro berupa kaos kualitas distro dengan beragam desain yang ditawarkan. sablon digital, hal tersebut akan memunculkan usaha kecil yang mampu bersaing dengan usaha yang besar seperti konveksi ataupun distro.

BKR B PROJECT adalah sebuah tempat produksi atau konveksi beralamat di Pugeran, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan nama lengkap BKR B PROJECT Clothing Vendor dan didirikan pada tahun 2018. Minimnya media iklan di instagram membuat peneliti membantu Bkrb project dalam pembuatan iklan dengan menggunakan live shoot dan motion graphic. Dengan hasil pembuatan iklan dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu “Bagaimana pembuatan video tahapan produksi BKRB PROJECT dengan menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic sebagai media iklan”.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu :

- a. Penelitian dilakukan di BKRB PROJECT.
- b. Materi dalam video mencakup tahapan-tahapan produksi pada BKRB PROJECT.
- c. Target durasi video 1 menit.
- d. Video iklan akan di unggah di instagram BKRB PROJECT.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan diadakan laporan ini agar permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan video iklan dapat terlaksana sehingga tujuan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Membuat video iklan BKRB PROJECT berbasis multimedia menggunakan teknik live shoot dan motion graphic.
2. Mengimplementasikan ilmu multimedia yang diperoleh ke dalam bentuk video iklan.
3. Membantu penulis akan menambah wawasan dan sebagai syarat kelulusan Pendidikan S1 pada Universitas Amikom Yogyakarta Jurusan Sistem Informasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian pasti ada sebuah manfaat yang ada, baik dari peneliti maupun pihak-pihak terkait. Berikut beberapa manfaat yang diperoleh:

1.5.1 Bagi Penulis

Dari penelitian ini penulis akan menambah wawasan dan sebagai syarat kelulusan Pendidikan S1 pada Universitas Amikom Yogyakarta Jurusan Sistem Informasi.

1.5.2 Bagi BKR PROJECT

Membantu BKR PROJECT dalam mempresentasikan tahapan-tahapan produksi kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat. Dalam hal ini pengamatan dilakukan langsung pada BKR PROJECT.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis Kebutuhan

Analisis Kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan system yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan non fungsional adalah Batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan system seperti Batasan waktu, Batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya..

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan dilakukan dengan standar produksi video yang terdiri dari 3 langkah sebagai berikut:

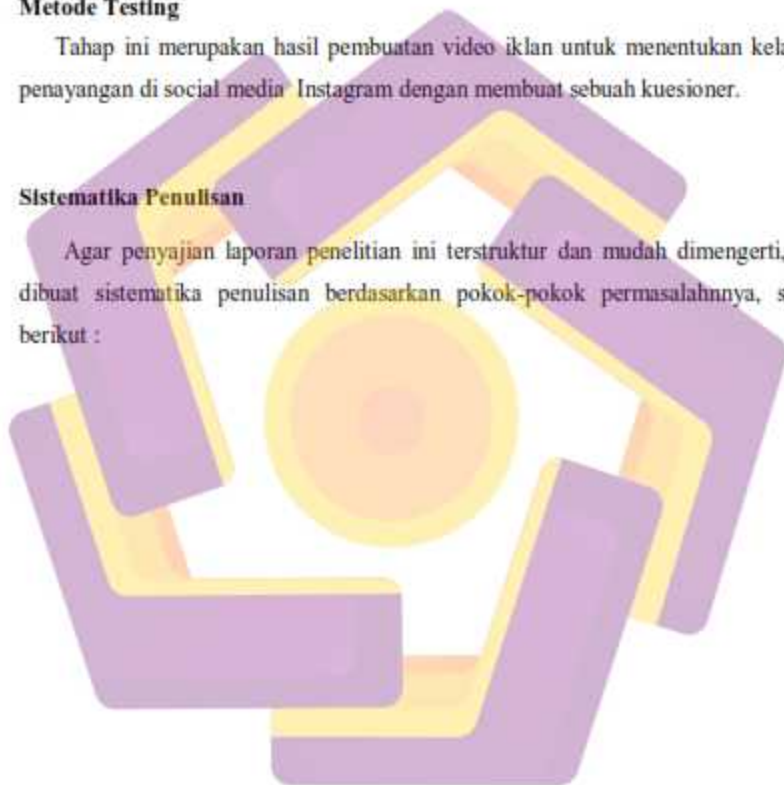
1. Pra Produksi (Tema, Naskah, Storyboard).
2. Produksi (Pengambilan Video, Pembuatan Aset).
3. Pasca Produksi (Compositing, Editing, Rendering).

1.6.4 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di social media Instagram dengan membuat sebuah kuesioner.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, sebagai berikut :



BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang pembahasan latar belakang diambilnya judul skripsi “pembuatan video pada bkrb project clothing vendor menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media iklan” , serta bab ini membahas rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video iklan dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang pembuatan video iklan dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* serta perancangan iklan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan BKRK PROJECT serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

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