

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Promosi pada MG House of Boutique merupakan kegiatan yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan bisnis. Dengan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa promosi yang dilakukan Mg House Of Boutique masih dilakukan secara umum yaitu dengan media spanduk dan banner. Promosi dengan cara tersebut dirasa masih kurang luas cakupan informasi kepada masyarakat sehingga perlu dilakukan pengembangan dalam promosi. Media televisi dirasa paling tepat untuk melakukan promosi karena iklan yang disampaikan lebih tervisualisasi.

Untuk menghasilkan iklan yang menarik membutuhkan teknik editing dalam pembuatan video iklan. Beberapa teknik editing video yang dapat diaplikasikan dalam pembuatan iklan adalah teknik motion graphic yaitu tipe animasi yang menampilkan tulisan dan grafik, dan motion tracking Yaitu proses perekaman gerakan suatu objek menjadi model digital .

Dari uraian diatas, maka judul penelitian yang dilakukan adalah "Pembuatan Iklan Dengan Menggunakan Motion Graphic dan Motion Tracking Pada MG House of Boutique Sebagai Media Promosi ". Dengan adanya iklan televise tersebut diharapkan dapat menambah informasi tentang Mg House of Boutique kepada masyarakat dan dapat memperluas cakupan bisnis.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas rumusan masalah yang dapat dihasilkan adalah bagaimana membuat sebuah iklan televisi dengan menggunakan teknik editing motion graphic dan motion tracking untuk MG House of Boutique ?

## 1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari semakin meluasnya permasalahan penelitian dan perancangan yang akan dibahas dalam skripsi, maka diberikan batasan permasalahan sebagai berikut :

1. Durasi iklan Mg House of Boutique adalah 45 detik dengan format video AVL.
2. Iklan ini digunakan untuk media promosi pada MG House of Boutique.
3. Iklan yang dibuat adalah iklan televisi.
4. Dalam pembuatan iklan menggunakan teknik motion graphic dan motion tracking.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari kegiatan penelitian ini diantaranya adalah :

- a. Dengan adanya iklan televise ini diharap kepercayaan masyarakat terhadap MG House of Boutique meningkat karena menampilkan wujud fisik dari toko.

- b. Meningkatkan pendapatan penjualan MG House of Boutique.

#### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian dan penyusunan Skripsi ini antara lain:

- a. Membuat video iklan televisi untuk MG House of Boutique dengan menggunakan teknik motion graphic dan motion tracking.
- b. Mengenalkan wujud fisik toko MG House of Boutique.
- c. Membantu mengenalkan produk - produk yang terdapat di MG House of Boutique agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
- d. Mengubah media promosi dari banner dan spanduk ke media promosi iklan televisi sehingga terjadi peningkatan kualitas promosi.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Dalam melakukan penelitian untuk mendapat data, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

##### **1. Metode Observasi**

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke MG House of Boutique oleh penulis untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

##### **2. Metode Kepustakaan**

Metode kepustakaan ini mengacu pada buku-buku atau literatur-literatur yang dibutuhkan sebagai tambahan referensi peneliti,

mengenai teori cara pembuatan iklan dimana semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

### **3. Metode Wawancara**

Data yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan secara langsung dengan mewawancarai pihak pemilik Mg House of Boutique. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Pembuatan skripsi ini merupakan pergabungan beberapa bab yaitu :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

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

Memaparkan tentang tinjauan pustaka, dasar teori yang didapat dari sumber-sumber yang relevan, metode analisis yang digunakan, serta langkah-langkah pengembangan iklan.

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

Bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, ide cerita dari iklan, naskah, dan storyboard pada pengaplikasian dalam teknik motion graphic dan motion tracking pada iklan televisi untuk MG House of Boutique.

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

Bab ini menguraikan tentang hasil dan proses pembuatan iklan MG House of Boutique pada saat pengambilan video, proses pemilihan video, proses editing, dan proses penggabungan video dengan gambar sampai proses akhir.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang sifatnya membangun untuk bahan peninjauan selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku referensi, sumber referensi, sumber yang menjadi acuan dalam proses penyusunan skripsi tersebut.

