

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi merupakan bagian dari pertumbuhan masyarakat. Perkembangan teknologi mempermudah penyampaian pesan. Salah satunya perkembangan teknologi yang cukup pesat yaitu di bidang *Digital Advertising*. Sejak zaman televisi muncul pertama kali hingga di era modern sekarang, iklan merupakan suatu media yang digunakan untuk promosi yang akan dilakukan oleh pelaku usaha untuk mengenalkan suatu produk atau jasa. Iklan dibuat semenarik mungkin untuk menarik minat masyarakat terhadap produk atau jasa yang di promosikan.

Pada tahun 2000an masyarakat mulai menggunakan internet dan *smartphone* untuk mendapatkan informasi melalui sosial media karena itu merupakan *Digital Advertising* sangat efektif digunakan untuk mendapatkan berbagai macam produk atau jasa di era modern ini. *Digital advertising* atau yang bisa juga disebut "Iklan Internet" merupakan media penjualan dengan mempromosikan produk atau jasa melalui situs internet seperti Instagram.

Instagram adalah salah satu *platform media social* dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang begitu besar. menurut data yang dirilis *napolioncat.com*, pada bulan july 2021 pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 91 jt pengguna atau setara dengan 33.3% dengan populasi di Indonesia. [1]

Fla-Fla Milkshakes merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner khususnya minuman. Cafe yang sudah berdiri sejak tahun 2012 ini hingga kini sudah memiliki total 4 cabang yang tersebar di Yogyakarta.

Metode promosi yang dilakukan oleh Fla-Fla Milkshakes sejak tahun 2012 masih belum cukup efektif untuk meningkatkan minat masyarakat dalam membeli produk yang ditawarkan. Fla-Fla Milkshakes memanfaatkan sosial media Instagram untuk menarik minat konsumen dengan cara *me-repost* postingan pembeli. Fla-Fla Milkshakes juga terlihat melakukan promosi dengan mengupload beberapa foto dan animasi *stop motion*.

Hal tersebut tidak berlangsung lama karena penggunaan teknik tersebut terlalu kuno dan monoton. Di era saat ini pesatnya saat iklan yang bermunculan memanfaatkan bermacam-macam media dan beragam teknik pengambilan gambar, salah satunya teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

Penggunaan teknik *live shoot* dan *motion graphic* efektif dalam pembuatan iklan promosi karena teknik tersebut mampu menunjukkan visualisasi sebuah produk secara nyata, namun ada beberapa perusahaan yang belum menerapkan teknik tersebut untuk mengiklankan produk yang mereka miliki sehingga promosi dalam perusahaan tersebut kurang maksimal dan tidak tersebar secara luas contohnya seperti Fla-Fla Milkshakes.

Dari latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka peneliti mengadakan penelitian dengan mengambil judul “Analisis dan Implementasi Iklan Fla-Fla Milkshakes Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Analisis dan Implementasi Iklan Fla-Fla Milkshakes Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini peneliti membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu:

1. Iklan Tersebut akan fokus tayang di media sosial Instagram.
2. Iklan tersebut berdurasi 40 detik.
3. Dikemas dengan file video .mp4 dengan kualitas full HD 1080p.
4. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah Adobe Premiere CC 2019 dan Adobe After Effect CC 2021.
5. Pembuatan video dengan metode *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
6. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi tahap pra-produksi, produksi dan pasca-produksi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah guna mengetahui lebih dalam mengenai pembuatan media promosi menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* serta sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Suatu penelitian pasti akan memiliki manfaat bagi peneliti maupun bagi pihak-pihak yang akan menggunakannya oleh karena itu maka diharapkan penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya yang menyangkut animasi.
2. Mampu menimbang kemampuan dan sebagai tahap mengembangkan diri dalam proses pembuatan video
3. Mengerti dampak pembuatan media promosi menggunakan video iklan

1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Sebagai alternatif baru dalam menyampaikan informasi atau jasa pelayanan kepada masyarakat melalui video iklan Fla-Fla Milkshakes.
2. Meningkatkan daya saing dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama.

3. Memperluas pemasaran dan informasi perusahaan Fla-Fla Milkshakes agar di kenal lebih luas lagi.
4. Fla-Fla Milkshakes mempunyai media promosi tambahan.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

1.6.2 Metode Observasi

Dalam metode ini peneliti mengumpulkan data yang dilakukan langsung ke café Fla-Fla Milkshakes untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

1.6.3 Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang dilakukan peneliti kepada pemilik Café Fla-Fla Milkshakes secara langsung. Cara ini merupakan cara efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat.

1.6.4 Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi akurat. Metode studi pustaka ini menggunakan acuan berupa buku yang relevan dengan proses penelitian sebagai tambahan referensi peneliti.

1.6.5 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka penulis menggunakan metode analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.6.6 Metode Perancangan

Tahapan ini merupakan penggambaran bagaimana iklan di bentuk, mulai tahapan pembuatan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan, serta pembuatan *story board*.

1.6.7 Metode Pengembangan

Metode pengembangan adalah tahapan dimana dilakukan pemeriksaan kembali hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan dan menentukan hasil untuk dapat melakukan tahap paska produksi (editing).

1.6.8 Metode Testing

Peneliti melakukan validasi video iklan dengan pengujian kuisioner menggunakan metode skala likert untuk mendapatkan sebuah kesimpulan dari video iklan yang dibuat.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian yang dibagi tiap susunan bab dan keterangan untuk penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. Berikut adalah penyusunan bab dan keterangan singkatnya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan mengenai tinjauan umum dari objek, rincian biaya produksi iklan dan tahap pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tahap produksi, tahap paska produksi dan pembahasan mengenai iklan yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan saran-saran atau masukan yang mungkin berguna di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi sumber penulisan yang digunakan oleh peneliti.

