

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Iklan adalah bagian yang tak terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern. Berbagai usaha mulai dari usaha rumahan hingga perusahaan multinasional mengandalkan iklan untuk membantu memasarkan produk dan jasa. Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini telah dimanfaatkan dalam berbagai macam media, salah satunya adalah penggunaan *internet* sebagai media pemasaran *online*.

Dunia pemasaran berubah dengan cepat. Akses *internet* yang meluas dan popularitas media sosial semakin mengubah strategi menuju pemasaran konten. Khususnya pemasaran video menjadi alat yang ampuh untuk menjangkau jutaan pelanggan potensial serta mempertahankan hubungan dengan yang sekarang. Menayangkan video iklan di sosial media juga merupakan cara yang ampuh untuk memasarkan produk dan jasa yang dimiliki dengan *budget* minim.

Meskipun pada awalnya tampak terlalu rumit, kemajuan teknologi telah menjadikan pemasaran video pilihan yang terjangkau bagi sebagian besar bisnis. Pada zaman sekarang hampir semua kalangan dan kelas ekonomi memiliki *smartphone* dan akun media sosial. Apalagi saat ini internet semakin cepat dan masyarakat cenderung lebih menyukai video dibandingkan dengan media presentasi lainnya sehingga bisa lebih efektif menjangkau calon-calon pelanggan yang memiliki minat baca rendah.

*Instagram* merupakan media sosial yang sudah tak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, *instagram* semakin

berkembang pesat sampai sekarang ini. Untuk menggunakan *instagram* tidak perlu dikenakan biaya apapun. Kemudahan yang ditawarkan *instagram* menjadikannya media yang cepat untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Mem-*posting* video atau foto, mengomentari, memberi *like*, mem-*follow* sampai *searching* sesuai dengan *hashtag* pun bisa dilakukan dengan sangat praktis. Menggunakan layanan *posting* melalui video dan foto, *instagram* tak hanya dijadikan sebagai media untuk sekadar *having fun* akan tetapi sekarang juga dimanfaatkan oleh banyak pelaku bisnis sebagai wadah mempromosikan barang dan jasa mereka.

Dengan semakin meningkatnya minat dan kepedulian generasi muda terhadap *fashion* yang tidak hanya berupa pakaian, perawatan wajah, dan *gadget*, tetapi juga penataan rambut, skripsi ini dibuat.

Thanks For Solution Hair Studio adalah sebuah studio tata rambut yang beralamat di Jl. Palagan Tentara Pelajar KM.7, Sleman, yang didirikan oleh Tengku Fadly Akhmazi pada tahun 2018.

Saat ini Thanks For Solution Hair Studio hanya menggunakan foto dan video pendek yang kemudian diunggah ke akun media sosial *Instagram* sebagai metode promosinya. Sebagian besar promosi yang dilakukan oleh Thanks For Solution Hair Studio dilakukan *online* melalui sosial media yaitu melalui media sosial *Instagram*. Pada saat penelitian ini dibuat Thanks For Solution Hair Studio memiliki lebih dari 19.800 jumlah pengikut.

Meskipun memiliki pengikut yang banyak di *Instagram* dan lokasi Thanks For Solution Hair Studio sangat strategis namun sang pemilik mengeluhkan bahwa para pelanggan yang baru pertama kali ke Thanks For

Solution Hair Studio menyampaikan mereka sempat ragu untuk datang karena khawatir jasa-jasa yang ditawarkan sama saja seperti *barbershop* kebanyakan.

Oleh sebab itu diperlukan suatu gambaran umum tentang produk, jasa, dan objek tempatnya. Melalui iklan berbentuk video akan membantu untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas informasi tentang jasa dan kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh Thanks For Solution Hair Studio.

Berdasarkan hal di atas penulis tertarik untuk membuat iklan berupa video dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul: "Pembuatan Video Iklan "Thanks For Solution Hair Studio" Sebagai Media Promosi Dengan Teknik *Live Shoot* Dan *Motion Graphic*".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan/diselesaikan pada penelitian ini, yaitu "Bagaimana membuat iklan video pada Thanks For Solution Hair Studio menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi?".

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar pembahasan pada bab selanjutnya tidak menyimpang dan bisa memberikan arah yang jelas bagi penulis dalam meneliti permasalahan, maka penulis menentukan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Pembuatan video iklan ini menggunakan *software* berupa *Adobe Premiere Pro* untuk *editing*.
2. Proses *motion graphic* akan menggunakan *software* berupa *Adobe Photoshop* untuk desain grafis, dan *Adobe After Effects* untuk penganimasian.
3. Proses rendering menggunakan *software Adobe Media Encoder*.
4. Menggunakan *file* MP4 sebagai format video.
5. Video berdurasi 1 menit.
6. Video iklan akan ditayangkan di akun *Instagram* milik Thanks For Solution Hair Studio.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

1. Sebagai salah satu syarat untuk penulis menyelesaikan pendidikan program Strata I Sistem Informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta
2. Membuat media promosi dalam bentuk video iklan untuk memperluas jangkauan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk dan jasa yang dimiliki oleh Thanks For Solution Hair Studio.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah melalui iklan berbentuk video akan membantu untuk memperkenalkan dan menjangkau lebih luas ke masyarakat tentang informasi kelebihan dari jasa-jasa yang ditawarkan oleh Thanks For Solution Hair Studio dibandingkan tempat tata rambut/*barbershop* kebanyakan yang telah banyak tersebar.

## **1.6 Metode Penelitian**

Dalam kegiatan ini penulis mengambil beberapa hal yang dianggap penting yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk penelitian. Adapun metode penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Metode Pengumpulan Data
2. Metode Analisis
3. Metode Perancangan

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah cara yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Metode Observasi
2. Metode Wawancara
3. Metode Studi Literatur

#### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan. [1]

### 1.6.1.2 Metode Wawancara

Menurut M. Supardi (2006) [2] wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

### 1.6.1.3 Metode Studi Literatur

Studi pustaka adalah pengumpulan data-data berupa teori. Penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data yang akurat berdasarkan pada buku-buku, jurnal dan media tertulis lainnya yang berkaitan dengan penulisan laporan skripsi.

## 1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode Analisis Sistem dan Analisis SWOT.

### 1.6.2.1 Analisis Sistem

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah dapat diketahui perancangan yang akan dilakukan adalah membuat video iklan sebagai media promosi. Iklan akan dibuat menggunakan sejumlah perangkat lunak berbasis multimedia dengan menjalankan suatu proses *editing* menggunakan *Adobe Photoshop*, *Adobe After Effects*, *Adobe Media Encoder*, dan *Adobe Premiere Pro*.

Kelebihan dan fitur sistem ini adalah memiliki berbagai macam fungsional dalam meningkatkan strategi promosi dalam bentuk video dengan beberapa efek serta teknik pengambilan gambar, sehingga diharapkan hasilnya dapat menambah daya tarik.

### 1.6.2.2 Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (1997) [3] analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan sebuah iklan sangat diperlukan untuk menentukan hasil yang akan dicapai. Iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui 3 tahap, yaitu:

1. Pra-Produksi

Tahapan ini merupakan tahap awal dari sebuah proses untuk melakukan persiapan pada hal apa saja yang dibutuhkan sebelum tahap produksi dimulai, terdiri dari Ide atau Gagasan, Tema, Skenario, *Story Board*, serta Peralatan yang Digunakan.

2. Produksi

Tahapan ini di mana proses pengambilan gambar atau *shooting video*. Untuk mencapai semua tujuan pada tahap ini diperlukan proses Perancangan Multimedia, Perancangan Audio, dan Perancangan Visual.

3. Pasca-Produksi

Tahapan ini dilakukan setelah tahapan produksi telah selesai. Pasca-produksi merupakan proses penyelesaian sebuah karya dimana berawal



yang menjadi landasan dari penelitian, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran

**BAB III Metode Penelitian** : Bab ini berisi Gambaran Umum tentang Thanks For Solution Hair Studio, Informasi Produk, Analisis, dan Pra-Produksi.

**BAB IV Hasil dan Pembahasan** : Bab ini berisi Produksi, Pasca-Produksi, Hasil Akhir Produk, dan Hasil Pengujian

**BAB V Penutup** : Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang perlu disampaikan baik untuk subyek penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA** : Berisikan tentang referensi yang digunakan dalam penyusunan hasil laporan skripsi.

**LAMPIRAN** : Berisikan daftar dari keseluruhan lampiran-lampiran yang melengkapi laporan.