

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini terutama untuk kaum hawa, produk kecantikan atau skincare adalah sebuah kebutuhan pokok. Skincare pada dasarnya tidak serta merta menyulap kaum hawa menjadi cantik. Rutinitas itu adalah untuk menutrisi kulit agar senantiasa sehat serta memberikan efek cantik dan cerah. Kaum hawa bisa memilih skincare yang paling penting untuk kulit dengan harga yang terjangkau.

Scarlett Whitening adalah salah satu brand produk kecantikan asal Indonesia yang dirilis secara resmi pada tahun 2017 oleh aktris cantik Felicya Angelista. Beberapa jenis produk yang dikeluarkan oleh Scarlett Whitening yaitu *Hair Care*, *Shower Scrub Scarlett*, *Body Scrub Scarlett*, *Body Lotion Scarlett* dan *Skincare*. Selama ini khususnya pihak Scarlett Whitening telah berusaha memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas dengan cara iklan di televisi dan website, cara tersebut dirasa kurang efektif dalam menginformasikan produk – produk apa saja yang ada di Scarlett kepada seluruh segmen lapisan masyarakat, karena iklan di televisi terkadang sangat singkat dan kurang menarik perhatian masyarakat. Sehingga dibutuhkan suatu metode pemasaran yang lebih inovatif, salah satunya dengan iklan melalui media sosial Instagram.

Saat ini perkembangan teknologi informasi banyak sekali digunakan untuk mengembangkan bisnis baik dari usaha kecil maupun besar. Sosial media Instagram adalah salah satu media yang paling banyak digunakan untuk dijadikan media promosi bisnis. Karena instagram menyediakan beberapa fitur yaitu salah satunya dapat membagikan foto dan video, sehingga dapat mempermudah media promosi dengan dapat menyertakan informasi yang lengkap sehingga produk yang kita iklankan tersampaikan dengan baik ke konsumen.

Dalam pembuatan iklan terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan sesuai dengan teknik yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhannya, antara lain adalah teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

Live shoot dapat diartikan sebagai teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung. *Live shoot* juga dapat dikatakan sebagai video shooting dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting.

Sedangkan *motion graphic* pada umumnya merupakan gabungan dari potongan – potongan gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa sehingga tampak seolah – olah gambar tersebut dapat bergerak.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa media yang dibutuhkan perusahaan saat ini adalah sebuah iklan instagram, dimana iklan tersebut dibuat dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Melalui iklan instagram diharapkan dapat membantu untuk mengenalkan Scarlett Whitening kepada masyarakat yang lebih luas. Oleh karena itu penulis tertarik untuk

membuat judul pembuatan video iklan Instagram dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada perusahaan Scarlett Whitening (Kota Yogyakarta).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu, “ *bagaimana merancang dan membuat iklan Instagram pada Perusahaan Scarlett Whitening dengan teknik live shoot dan motion graphic?* ”.

1.3 Batasan Masalah

1. Iklan dibuat untuk media promosi pada Perusahaan Scarlett Whitening dalam bentuk video.
2. Peneliti menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam memproduksi iklan.
3. Iklan berdurasi 60 detik, dan ditayangkan di instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Membuat video iklan Instagram dengan gabungan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi.
2. Sebagai salah satu syarat untuk penulis menyelesaikan pendidikan program Strata I Sistem Informasi pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu membuktikan bahwa waktu penayangan, pesan iklan dan iklan instagram mempengaruhi minat beli konsumen.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Masyarakat

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah informasi bagi masyarakat.
- b. Memudahkan masyarakat milenial untuk mencari produk – produk dari Scarlett Whitening.
- c. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang proses beriklan.

2. Bagi Penulis

- a. Sebagai syarat kelulusan dari Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Dapat mengembangkan ilmu dibidang *videography* dan editing video.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2016 : 203) “Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain”.

Observasi dilakukan dengan melihat langsung di lapangan yang digunakan untuk menentukan faktor layak yang didukung melalui wawancara

survey analisis produk Scarlet Whitening. Informasi yang diperoleh meliputi macam - macam produk Scarlett Whitening.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2011:317) "wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulandata untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila penelitiingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. tentang perilaku, danmakna dari perilaku tersebut". Dalam hal ini, dilakukan tanya jawab dengan Muhammad Rifqi selaku editor di Teras Dakwah mengenai pengalaman pembuatan iklan dan teknik pengambilannya.

3. Dokumentasi

Sugiyono (2016, Hlm. 240) mendefinisikan mengenai studi dokumentasi bahwa " Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen biasberbentuk tulisan, gambar, atau karya- karya monumental dari seseorang ". Data yang diperoleh yaitu produk – produk Scarlett Whitening serta foto saat pengambilan video iklan promosi.

1.6.2 Metode Perancangan

1. Praproduksi

Praproduksi adalah salah satu tahap awal dalam proses pembuatan video iklan. Pada tahap ini dilakukan sejumlah persiapan pembuatan video iklan di antaranya meliputi gambaran proses produksi yang akan dilakukan, merancang naskah yang matang sebagai panduan dalam pengambilan gambar, mengetahui kebutuhan alat dan property yang harus dipersiapkan kemudian

mengevaluasi seluruh persiapan sebelum tahap pelaksanaan, sehingga proses produksi akan berjalan lancar.

2. Produksi

Produksi adalah tahap dimana semua materi berupa gambar, suara dan efek – efek visual yang masih mentah direkam pada saat shooting.

3. Pasca Produksi

Pasca produksi adalah tahap editing materi – materi gambar, suara dan efek visual yang telah diambil pada tahap produksi hingga menjadi final dan siap disebarakan.

1.6.3 Metode Testing dan Evaluasi

a. Metode testing merupakan aktivitas yang digunakan untuk dapat melakukan evaluasi suatu parameter atau kemampuan dari program atau sistem serta memastikan apakah sudah memnuhi kebutuhan ataupun hasil yang diharapkan. Penulis melakukan testing terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian dan penayangan di media sosial Instagram.

b. Metode evaluasi adalah kegiatan penelitian yang sifatnya mengevaluasi suatu kegiatan atau program yang bertujuan untuk mengukur keberhasilan suatu kegiatan atau program dan menentukan keberhasilan suatu program dan apakah telah sesuai dengan yang diharapkan. Penulis mengevaluasi video iklan sampai beberapa kali dengan cara mengedit kembali video karena ketidak selarasan warna di gambar dan di dalam motion graphic.