

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar Dhoplang merupakan pasar kuliner tradisional khas Jawa Tengah, pasar ini berlokasi di Dusun Kembar, Desa Pandan, Kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri, Provinsi Jawa Tengah. Pasar Dhoplang menggusung prinsip “Pasar unik tanpa plastik” di dalam lingkungan pasar tidak menggunakan bahan plastik untuk pembungkus dan alat penyaji makanan. Pasar Dhoplang hanya buka setiap minggu pagi hingga siang, pengunjung yang datang diwajibkan bertransaksi menggunakan alat pembayaran koin kayu khusus yang dapat diperoleh dari loket penukaran uang di Pasar Dhoplang tersebut.

Media promosi yang digunakan Pasar Dhoplang melalui media sosial Instagram, namun metode promosi di Instagram Pasar Dhoplang masih merepost foto dan video dari pengunjung yang datang. Walaupun media promosi yang digunakan sudah efektif namun menurut pengelola Pasar Dhoplang, ingin meningkatkan metode promosi dengan menggunakan video sebagai media iklannya. Media promosi video yang menarik dan kreatif tentunya dapat membantu Pasar Dhoplang untuk memberikan informasi produk yang ditawarkan kepada calon konsumen, akan tetapi dengan sumber daya manusia yang terbatas Pasar Dhoplang belum bisa merealisasikannya.

Dari masalah di atas maka penulis membuat penelitian berjudul “Pembuatan Media Promosi Pasar Dhoplang di Kabupaten Wonogiri Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*” yang diharapkan dengan adanya video promosi ini, dapat meningkatkan jumlah penjualan produk serta memberikan pemahaman kepada calon konsumen untuk produk yang ditawarkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

Bagaimana cara membuat video promosi Pasar Dhoplang dengan menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* ?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dilakukan di Pasar Dhoplang.
2. Video promosi ini berupa teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*.
3. Hasil video berdurasi 60 detik.
4. Video hanya akan diterapkan pada media sosial instagram.
5. Pembahasannya hanya pada tahap pasca produksi saja yang mengulas tentang penerapan dan pengerjaan teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah membuat media promosi menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai video iklan untuk mengenalkan Pasar Dhoplang ke masyarakat luas melalui sosial media instargam. Supaya membantu calon konsumen untuk mengetahui produk yang di berikan oleh Pasar Dhoplang.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

- a. Membantu Pasar Dhoplang menampilkan informasi produk yang ditawarkan kepada calon konsumen konsumen melalui video iklan.

- b. Manfaat penelitian ini bagi peneliti lain yaitu dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi penelitian selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini meliputi tiga metode, diantaranya :

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Cara yang dilakukan untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan yang selanjutnya data tersebut diolah dan dianalisa secara logis dimana data-data tersebut akan menjadi masukan dalam perancangan skripsi. Pada metode pengumpulan data disini melalui tiga cara yaitu :

1.6.1.1. Metode Kepustakaan

Materi-materi yang dipergunakan sebagai dasar landasan diperoleh dari berbagai sumber tertulis, yaitu buku-buku panduan yang terkait dan memuat informasi-informasi yang diperlukan untuk digunakan dalam penyusunan laporan skripsi. Buku-buku panduan yang dipergunakan dalam hal ini adalah dari berbagai sumber. Selain sumber-sumber yang telah disebutkan atas penelitian ini juga memakai beberapa hasil jurnal dan skripsi sebagai referensi bahan pembandingan.

1.6.1.2. Metode Observasi

Mengumpulkan data dan mendapatkan informasi yang diperlukan dalam proses penyusunan laporan skripsi dengan cara mendatangi tempat penelitian secara langsung.

1.6.1.3. Metode Wawancara

Mengumpulkan data dengan wawancara secara langsung kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini dan juga wawancara langsung kepada pengelola.

1.6.2. Metode Analisis Data

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis

kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.6.3. Metode Perancangan

Akan disampaikan tahapan-tahapan proses konsep produksi media yaitu :

1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahap yang harus mempersiapkan bahan untuk produksi kedepannya. Bahan yang dipersiapkan yaitu :

- a. Ide cerita.
- b. Naskah
- c. Storyboard.

2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama video promosi dibuat. Tahap ini meliputi proses pengambilan gambar, pembuatan gambar vektor dilakukan mengacu pada storyboard dan naskah yang telah dibuat pada proses Pra Produksi sebelumnya, pengaturan pencahayaan dan pemilihan kamera.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana dilakukan proses editing terhadap file hasil produksi. Pada tahap ini akan dilakukan pengkomposisian file hasil produksi, coloring, dan proses editing dengan sound yang kemudian akan dijadikan file video

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan Skripsi terdiri dari bab-bab dengan penjelasan sebagai berikut :

BAB I**PENDAHULUAN**

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

BAB II**TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan studi literatur, teori-teori dan konsep menurut para ahli yang mendukung penelitian secara ilmiah pembuatan media promosi Pasar Dhopleng di Kabupaten Wonogiri dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

BAB III**METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis dan menjelaskan perancangan video iklan.

BAB VI**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang proses dan menjelaskan cara-cara penelitian dari awal melakukan perancangan hingga akhir pembuatan iklan.

BAB V**PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi referensi-referensi yang peneliti gunakan sebagai acuan melaksanakan penelitian.

LAMPIRAN