

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dk Store merupakan usaha UMKM di bidang toko sepatu , usaha ini terletak di Pasekan kidul RT 03 RW 01 Balecatur, Gamping, Sleman. Usaha ini bergerak di bidang fashion yang menyediakan berbagai kebutuhan fashion seperti sepatu. Dalam mengembangkan usahanya, Dk Store sudah melakukan promosi-promosi seperti toko sepatu lainnya. Bentuk promosi yang dilakukan saat ini hanya menggunakan sosial media seperti Instagram , dan media yang saat ini dilakukan dirasa cukup kurang karena usaha toko sepatu hanya melakukan promosi dalam bentuk foto yang dirasa kurang menarik untuk menarik minat pelanggan.

Penerapan Teknik *live shoot* digabungkan dengan motion graphic menjadi trend tersendiri dalam pembuatan video iklan sepatu, motion graphic merupakan salah satu desain grafis yang banyak digunakan untuk opening bumper, film, video klip. Pada dunia perdagangan, informasi, hiburan adalah suatu tantangan, dimana ketika audience lebih memutuskan untuk melihat film atau video, maka dari itu di perlakukan kreativitas dan ketrampilan animator dalam motion graphic.

Media promosi iklan ini memiliki kelebihan yaitu mencakup lima unsur dasar multimedia diantaranya yaitu video, teks, gambar, suara, dan animasi. Teknik ini diharapkan dapat menyajikan visualisasi data menggunakan gambar dan video suatu informasi secara sederhana tanpa mengurangi informasi yang

sudah ada dan sebagai media pendukung promosi yang terdahulu. Pengemasan media iklan dengan teknik live shoot dan motion graphic di harapkan mampu menyajikan informasi yang lengkap dan jelas tentang produk dari Dk Store

Berdasarkan latar belakang tersebut maka diusulkan pembuatan media promosi berupa video dengan teknik live shoot dan motion graphic untuk mendukung pemasaran dari produk Dk Store. Maka dari itu judul penelitian ini adalah “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sepatu Sebagai Media Promosi Dk Store di Sosial Media”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana membuat video iklan yang informatif sebagai media promosi Dk Store?.”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian pembuatan video promosi adalah Dk Store
2. Data yang diambil berdasarkan informasi dari Dk Store periode 19 Maret 2021 sampai sekarang.
3. Aplikasi yang digunakan adalah, Adobe After Effects dan Adobe Premier Pro.
4. Teknik yang digunakan adalah livenesshoot dan motion graphic.
5. Hasil dari penilitian berupa video dengan durasi 60 detik.

6. Menggunakan format video H.264 dengan resolusi 1080p Full HD (1920 x 1080 pixel) dan berekstensi MP4.
7. Hasil video akan di tayangkan pada media social yaitu Instagram,dan Youtube.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa, mendesain, dan membangun sebuah video iklan sepatu yang informatif sebagai media promosi Dk Store di sosial media.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dan masukan bagi Dk Store dalam melakukan promosi berupa video iklan di sosial media.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

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.

Kegiatan observasi dilakukan untuk memproses objek dengan maksud untuk merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena

berdasarkan pengetahuan dan ide-ide yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dan melanjutkan ke proses investigasi.

Secara umum, observasi adalah aktivitas untuk mengetahui sesuatu dari fenomena-fenomena. Aktivitas tersebut didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari fenomena yang diteliti. Informasi yang didapat harus bersifat objektif, nyata, dan dapat dipertanggungjawabkan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis pada objek yaitu Dk Store. Metode ini bertujuan untuk melengkapi data agar informasi yang diterima lebih akurat.

1.6.1.1 Metode Wawancara

Metode Wawancara Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada pemilik yang di butuhkan dalam penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats) merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan dalam sistem multimedia meliputi:

1. Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersial diproduksi secara nyata. Perencanaan

secara baik sebelum diproduksi dapat menghemat biaya yang dikeluarkan pemesan multimedia komersial. Hal inilah manfaat utama tahap pra produksi.

2. Tahap Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini editing dilakukan, suara *background* ditentukan, pembuatan *character* diatur.

3. Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi tersebut meliputi pengeditan video, pemberian efek, pengoreksian warna, pemberian efek suara dan musik latar

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah di mengerti, Maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sbagai berikut. :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang diawali dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video animasi yang menggunakan teknik motion graphic, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai profil, proses bisnis, promosi, analisis SWOT, analisis kebutuhan dan pra produksi pada Dk Store

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil pengujian dan implementasi video animasi motion graphic Dk Store yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, dan saran yang di gunakan untuk pengembangan media promosi iklan agar ke depannya menjadi lebih baik

