

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, perusahaan ataupun yang lain untuk bisa dikenal masyarakat lebih luas. Dimana dengan adanya promosi diharapkan seseorang dapat mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan pada suatu barang, jasa, produk, atau perusahaan yang menjadi sasarannya. Tidak hanya media cetak sebagai media promosi. Saat ini media promosi menggunakan video juga banyak digunakan. Teknik motiongraphic dalam pembuatan video iklan sangatlah menarik dimana teknik motion graphic memvisualkan suatu bersifat ilustrasi dan imajinatif namun dapat menginformasikan produk secara jelas.

Terthecut Barbershop merupakan badan usaha yang menyediakan jasa potong rambut. Terthecut Barbershop didirikan oleh Daniel pada tahun 2021 berlokasi di JL.Pringgodani Mrican No.3, Santren, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Usaha ini menyediakan jasa potong rambut, styling dan perawatan wajah.

Saat ini media promosi yang di gunakan, Terthecut Babershop menggunakan media foto dan grafis. Selain itu, mereka juga menggunakan media sosial seperti instagram untuk mempromosikan jasanya. Media tersebut dinilai sudah cukup bagus dalam menyampaikan pesan jasanya. Akan tetapi, ada beberapa informasi yang membutuhkan ilustrasi visual lebih lanjut seperti, informasi detail treatmen rambut, suasana dalam toko, alamat toko dan penawaran-penawaran produk Terthecut Babershop lainnya.

Dari permasalahan tersebut, maka penulis mengusulkan pembuatan video iklan dalam mendukung penyajian promosi dan informasi dengan menggunakan Teknik *live shoot* dan Teknik *motion graphic*. Maka dari itu penulis mengambil judul “PEMBUATAN IKLAN MEDIA SOSIAL PADA TERTHECUT BARBERSHOP

MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni, "Bagaimana merancang dan membuat iklan pada Terthecut barbershop dengan Teknik *liveshoot* dan *motion graphic*?"

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penyusunan penelitian ini:

1. Materi video iklan ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi objek penelitian langsung ke Terthecut Babershop.
2. Video ini menggunakan Teknik *liveshoot* dan *motion graphic*.
3. Iklan ini di publikasikan melalui media sosial Terthecut barbershop dengan durasi iklan 70 detik.
4. Penguji dari hasil penelitian ini adalah karyawan Terthecut Barbershop, Owner, Terthecut Barbershop dan Masyarakat
5. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah informasi dan kelayakan video.
6. Tahap penelitian video iklan ini hanya sampai pada tahap produksi iklan dan hasil video akan diberikan kepada pihak Terthecut Barbershop.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai masalah yang telah dirumuskan dan telah diidentifikasi maka tujuan penelitian adalah menghasilkan media promosi Terthecut Barbershop yang dapat digunakan untuk mempromosikan usahanya sehingga mampu meningkatkan pelanggan untuk menggunakan jasanya di Terthecut Barbershop.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Pihak Objek

1. Memberikan informasi kepada pelanggan tentang Terthecut Barbershop.

2. Membantu menyumbang media promosi yang diharapkan dapat memvisualisasikan layanan barbershop kepada pelanggan.

1.5.2 Bagi Peneliti

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Universitas Amikom Yogyakarta
2. Dapat menerapkan ilmu yang didapat selama mengikuti Pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video iklan menggunakan Teknik *liveshoot* dan *motion graphic* baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi dan melakukan pengamatan secara langsung di Terthecut Barbershop..

2. Metode Wawancara

Metode Wawancara dilakukan dengan pihak pengurus, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

1.6.2 Metode Analisis.

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan video iklan dapat menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti :

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca produksi

1.6.4 Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik live shoot dan motion graphic yang dapat diterapkan pada video iklan Terthecut Babershop sehingga visualisasi informasi dapat dengan mudah dimengerti audien.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

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, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang sudah ada dan berkaitan dengan masalah peneliti yang digunakan sebagai rujukan dalam menulis naskah skripsi.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Terthecut Babershop, analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan Terthecut Barbershop dengan teknik live shoot dan motion graphic serta pembahasannya.

BAB V. PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar Pustaka.

