

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi terus berkembang dengan pesat dengan bermacam-macam media, pemanfaatan media informasi pada video promosi memiliki daya Tarik tersendiri. Semakin berkembang muncullah berbagai bentuk usaha dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar sangat mengandalkan iklan dan promosi di era digital ini untuk memasarkan dan meningkatkan daya jual produk. Pada saat ini promosi telah menjadi salah satu sistem komunikasi yang penting dan sangat diandalkan dalam membantu perusahaan memasarkan produk tersebut. Media informasi juga sangat bermanfaat untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang lebih efisien dan efektif. Promosi adalah suatu kegiatan kampanye dari sebuah produk atau jasa yang selalu ditandai dengan pemberian insentif atau rewards untuk dapat merangsang pasar agar melakukan tindakan membeli, dimana promosi diadakan dengan memiliki batas waktu tertentu. Kemampuan dan promosi dalam menyampaikan pesan produsen-ke konsumen menjadikan kedua bidang tersebut sangat memegang peran penting bagi keberhasilan dari sebuah perusahaan. Promosi merupakan bagian dari sistem yang tidak dapat dipisahkan secara ekonomi masyarakat pada umumnya.

Iphones Borneo Store merupakan sebuah toko handphone yang beralamat di Jl. Pangeran Hidayatullah Ruko No.9E, Banjarmasin, Kalimantan Selatan memiliki konsep menjual handphone dan laptop second maupun baru dengan berbagai macam, Toko tersebut menjual dengan berbagai macam pilihan handphone dan

laptop, kondisi dan kualitas handphone yang dijual sangat bagus serta pelayanan yang disajikan oleh para pekerja sangat baik dalam melayani pengunjung dan pembeli ditoko tersebut. Dan selain itu *Iphones Borneo Store* juga memiliki jam operasional yang Panjang yaitu dari jam 10.00 WITA – 22.00 WITA. *Iphones Borneo Store* juga menyediakan accesories handphone dan juga ada service handphone dan laptop sebagai pelengkap dalam toko tersebut. *Iphones Borneo Store* memiliki cabang di banjarbaru, banjarmasin, sampit, pangkalan bun, tanjung, batulicin dan palangkaraya.

Pemanfaatan multimedia dalam menyampaikan sebuah pesan dalam bentuk video promosi akan lebih menarik jika memiliki nilai seperti teks, audio, gambar, animasi dan video. *Live Shoot* juga dapat dikatakan sebagai video *shooting* langsung dimana dalam pengerjaannya diperlukan *editing* untuk menyempurnakan hasil dari bahan-bahan yang kita *shooting*. *Motion* yang berarti Gerak dan *Graphic* ialah Grafis. Secara umum *Motion Graphic* ialah menggabungkan desain-desain berbasis media visual dengan memasukkan beberapa elemen-elemen berbeda, seperti animasi, film, ilustrasi, musik, fotografi, Tipografi, dan videografi. Teknik-teknik ini digunakan dalam proses pembuatan video promosi dari *Iphones Borneo Store* agar dapat memperlihatkan daya Tarik konsumen yang ada pada toko tersebut sehingga terciptanya video promosi yang dapat ditayangkan pada sosial media. *Cinematic* video adalah video yang berisi cerita. Untuk itu, salah satu yang harus diperhatikan adalah objek. Objek dalam *Cinematic* video harus berada di tengah atau kita sering mendengarnya dengan sebutan Rule Of Thirds. Berdasarkan penjelasan di atas *Iphones Borneo Store* sangat membutuhkan media promosi yang

menarik untuk memasarkan produk dan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. *Iphones Borneo Store* belum terlalu dikenal masyarakat Banjarmasin maupun di luar Banjarmasin. Oleh karena itu, akan dibuat media promosi berupa video agar lebih dikenal dan menarik minat pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan oleh *Iphones Borneo Store*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara membuat video promosi pada *Iphones Borneo Store* yang menarik?
2. Seberapa efektif video promosi yang dibuat untuk meningkatkan pemasaran produk pada *Iphones Borneo Store*?

1.3 Batasan Masalah

1. Video yang dirancang menggunakan social *Live Shoot*, *Cinematic* dan *Motion Graphic*.
2. Video menggunakan format mp4.
3. Pembuatan iklan dalam video ini meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi.
4. Video iklan hanya ditayangkan di media sosial seperti *Instagram*.
5. Software yang digunakan *Adobe Premiere Pro*.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Terciptanya video promosi pada *Iphones Borneo Store* yang dapat ditayangkan pada media sosial seperti *Instagram*.
2. Memperkenalkan *Iphones Borneo Store* kepada masyarakat yang luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk *Iphones Borneo Store* untuk menarik konsumen untuk membeli produk dan dikenal luas di masyarakat luas.

1. Membuat media promosi *Iphones Borneo Store* dengan perkembangan Teknologi di era digital.
2. Meningkatkan kemampuan dalam bidang multimedia dan menerapkan ilmu yang didapatkan selama berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dan penyelesaian video dengan teknik *Live Shoot*, *Cinematic* dan *Motion Graphic* melalui beberapa metode, yaitu :

1.6.1 Pengumpulan Data

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan kasus ini, maka diperlukan pemahaman bagaimana promosi tersebut nantinya dapat dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana video promosi tersebut berjalan, diperlukan beberapa metode untuk memperoleh data yang akurat dan menghasilkan video yang lebih baik. Metode-metode tersebut antara lain :

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode pengamatan melibatkan semua indra (penglihatan, pendengaran, penciuman, pembau, dan perasa) untuk mengumpulkan data dengan turun langsung

ke tempat penelitian dengan mengamati objek yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan video promosi.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode mengumpulkan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pemilik objek penelitian yakni *Iphones Borneo Store*.

1.6.1.3 Metode Kepustakaan

Metode yang digunakan untuk mendapat informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku dan internet sebagai bahan referensi.

1.6.2 Metode Perancangan

Pada metode perancangan, dibuat gambaran video promosi pada tahap pra produksi yang meliputi tentang pembuatan konsep, seperti naskah dan *storyboard*.

1.6.3 Metode Pengembangan

Pada metode pengembangan, dilakukan melalui tiga tahapan yaitu Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi dengan mengambil kesesuaian konsep dalam pembuatan video promosi.

1.6.4 Metode Testing

Pada metode ini hasil pembuatan video promosi untuk menentukan kelayakan penayangan maka dilakukan uji kelayakan dengan membuat kuesioner.

1.6.5 Metode Analisis

Pada tahap ini, dilakukan proses identifikasi menggunakan SWOT.

1.6.6 Metode Implementasi

Pada metode implementasi, video promosi yang sudah dibuat akan ditayangkan pada media sosial seperti, *Instagram*.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memahami lebih jelas tentang penulisan penelitian ini, peneliti mengelompokkan materi penulisan menjadi V bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori dan konsep dasar yang melandasi permasalahan.

BAB III METODE PENELITIAN

Di dalamnya terdapat tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis dan perancangan video *Iphones Borneo Store*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini tentang tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi pembuatan serta mengimplementasikan bahan-bahan yang telah diambil untuk dijadikan video promosi utuh dengan metode *live Shoot* dan *Motion Graphic* serta melakukan tahap pengujian pada produk.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diberikan oleh penulis dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN