

## **BAB I**

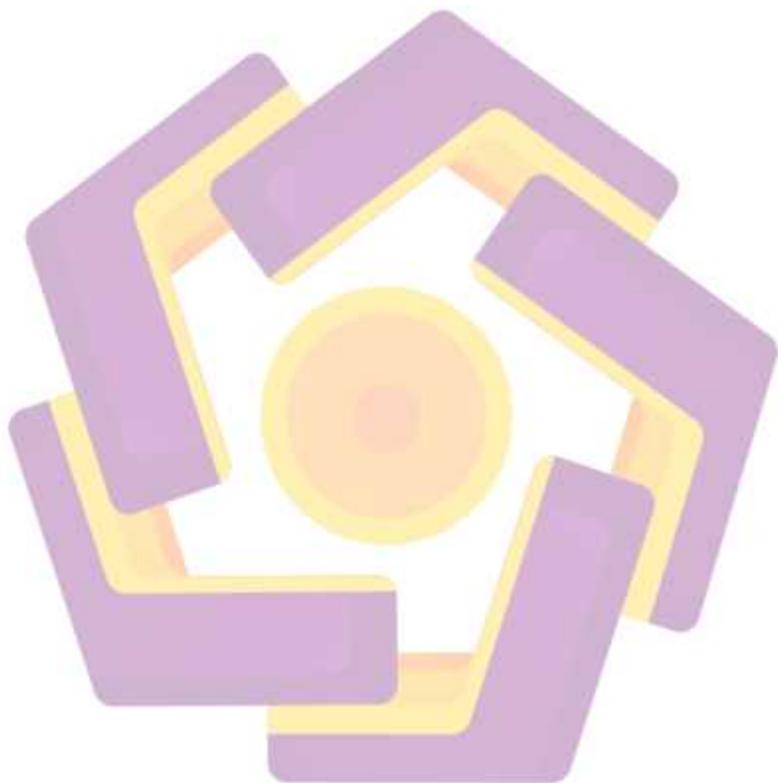
### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan agar produk atau jasa, nama perusahaan dan merk dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat agar membeli serta menggunakan produk atau jasa perusahaan. Mempromosikan sebuah produk atau jasa di jaman sekarang sudah mengalami metamorfosa. Salah satunya adalah dengan menggunakan konsep video promosi yang di sebarakan di *videotron*. Dimana aplikasi tersebut dapat di gunakan sebagai media promosi yang berisi video yang menarik, sehingga masyarakat merasa ingin menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Iklan memiliki peranan cukup penting bagi sebuah usaha bisnis karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen atau masyarakat luas. Salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan persaingan adalah dengan menggunakan video dalam menyampaikan informasi perusahaan kepada masyarakat luas. Video memiliki peranan penting dalam persaingan perusahaan. Kelebihan video adalah menarik indera dan menarik minat, karena kekuatan utama video terletak pada teks, gambar, suara, serta ide yang kreatif. Dengan perkembangan teknologi saat ini, iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk,

karena dapat meningkatkan kualitas dalam penyampaian informasi, sehingga banyak



perusahaan yang mulai berlomba-lomba memperkenalkan dan memasarkan produk mereka melalui media periklanan digital salah satunya berupa video.

Dalam video iklan, teknik *motion graphic* menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-elemen grafis yang dapat berupa teks atau image yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut. Dalam penyampain dan penayangan video iklan bisa dilakukan dengan berbagai cara dalam media seperti videotron, televisi, dan media sosial. Tapi media sosial merupakan cara yang efektif, karena media sosial merupakan gudang informasi, berita, ilmu pengetahuan serta telah banyak dikenal oleh kalangan masyarakat Berbagai tingkatan dalam penggunaannya dan perannya yang sangat penting sehingga produk atau jasa dapat lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat luas.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dipecahkan yaitu : *"Bagaimana membuat video iklan sebagai media promosi dengan teknlk live Shoot dan motion graphic pada Barbershop The Guns?"*

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar permasalahan yang tercakup tidak berkembang terlalu jauh atau menyimpang terlalu jauh dari tujuannya, maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di BARBERSHOP THE GUNS dengan membuat video company profile menggunakan teknik *liveshoot* dan *motion graphic*.
2. Informasi yang di sampaikan mencakup produk, latar belakang, dan pelayanan di Barbershop The Guns.
3. Hasil implementasi video iklan sebagai media promosi menggunakan teknik *motion graphic* dan teknik *live shoot* ini akan berbentuk video dan berdurasi ± 1 menit 24 detik.
4. Target materi pengujian adalah faktor informasi yang ditampilkan.
5. Hasil video promosi akan diserahkan kepada BARBERSHOP THE GUNS dan dikelola sendiri oleh pihak BARBERSHOP THE GUNS.
6. Target penayangan Video iklan BARBERSHOP THE GUNS pada media – media online terutama youtube.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

1. Memenuhi persyaratan untuk menuntaskan pendidikan program sarjana Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang pembuatan video iklan dengan teknik *liveshoot* dan *motiongraphic* menjadi sarana promosi sebuah perusahaan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Penulis

- a. Sebagai sarana pembelajaran bagi penulis dalam membuat sebuah media informasi.
- b. Mampu mengimplementasikan suatu ide kreatif atau gagasan kedalam bentuk karya nyata.
- c. Sebagai salah satu syarat penulis untuk mencapai gelar sarjana jurusan Sistem Informasi konsentrasi Multimedia pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

### 2. Bagi "BARBERSHOP THE GUNS"

- a. Mempunyai video ini sebagai media informasi yang dapat memberikan informasi terhadap konsumen.
- b. Sebagai asset bagi "BARBERSHOP THE GUNS" yang dapat digunakan di berbagai *media promosi*.
- c. Sebagai referensi ketika bidang *marketing* ingin membuat media promosi dalam bentuk lainnya.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1. Metode Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu Metode Observasi, Metode Wawancara, Metode Studi Pustaka, Metode Perancangan, Metode Pengembangan, Metode Evaluasi.

### **2. Metode Observasi**

Penulis mencari bahan yang dibutuhkan dan berkaitan dengan penelitian ini, yang dilakukan secara langsung ke kantor BARBERSHOP THE GUNS oleh penulis untuk mendapatkan data yang spesifik.

### **3. Metode Wawancara**

Penulis bertemu dan bertanya kepada pengelola BARBERSHOP THE GUNS guna mengumpulkan informasi tentang bagaimana sejarah dan proses pemasaran yang dilakukan sehingga penulis mendapatkan ide untuk membuat video company profile sebagai media promosi.

### **4. Metode Perancangan**

Metode perancangan meliputi :

1. PraProduksi (Ide cerita, Tema, Rancangan Storyboard).
2. Produksi (Pengambilan Gambar, Pengumpulan Aset, Animating).
3. PascaProduksi (Editing, Finishing).

## 5. Metode Evaluasi

Pada tahapan evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *liveshoot* dan *motion graphic* yang diterapkan pada video iklan BARBERSHOP THE GUNS sehingga visualisasi data yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti audiens.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dari penulisan skripsi agar lebih mudah dipahami, maka penulisan laporan ini disusun secara urut dalam 5 bab, yaitu:

#### 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

#### 2. BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikut ini berisikan beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu dasar dari teori multimedia yang berhubungan dengan pembuatan video company profile, elemen-elemen yang dibutuhkan.

#### 3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan analisis yang digunakan ide cerita, storyboard, tema pada implementasi teknik *live show* dan *motion graphic*.

#### 4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

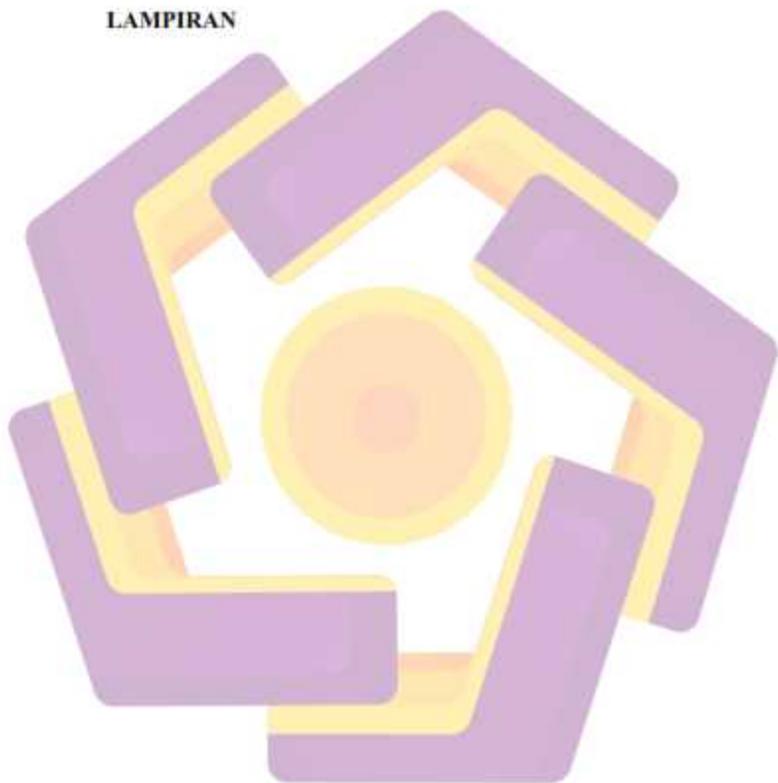
Pada bab ini menjelaskan tentang video company profile yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

## 5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan dan pembahasan dari bab-bab sebelumnya.

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN



**Tabel 2.1** Perbandingan Video Profil Tinjauan Pustaka

No	Judul	Kelebihan	Kekurangan	Perbandingan
1	Perancangan dan Pembuatan Video Profil Amik Cipta Darma Surakarta Sebagai Media Promosi dan Informasi (Afifah Nur Aini,2015)	Unsur Multimedia pada aplikasi sudah mencakup teks, gambar, audio, video dan animasi.	<i>Motion Graphic</i> yang digunakan hanya pada 3D modelling	Dalam video profil ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan video profil yang akan dibuat, persamaannya dengan video yang akan dibuat adalah teknik yang digunakan juga <i>Liveshoot</i> . Perbedaannya adalah pokok bahasan dan objek sasaran penelitian, pada video profil ini yang di bahas perusahaan kulit.
2	Pembuatan Video Promosi Uppers Coffee Brewer Menggunakan Metode <i>Motion Graphic</i> dan <i>Live Shoot</i> (Ryan Prabawa,2014)	Terdapat animasi <i>Motion Graphic</i> pada video	Belum adanya <i>tracking 3D</i> dalam penyampaian informasi	Aplikasi yang dibangun sams-sama membuat video profil dengan teknik yang sama juga yaitu <i>Motion Graphic</i> dan <i>Live shoot</i> . Akan

				teteapi pada video ini <i>tracking</i> 3D untuk informasi, sedangkan video profil yang akan dibuat terdapat <i>tracking</i> 3D.
3	Perancangan Dan Pembuatan Video Company Profile BUCINI THE BEAUTY OF LEATHER Sebagai Media Promosi Dengan Metode <i>Liveshoot</i> Dan <i>Motion Graphic</i> (Muhamad Bayu Febriansyah,2019)	Terdapat teknik <i>Hyperlapse</i> dalam pembuatan video	<i>Motion Graphic</i> yang digunakan hanya peta lokasi objek saja, tidak ada <i>Motion Graphic</i> untuk keterangan yang lain	Video promosi ini berupa iklan, sedangkan yang akan dibuat pada penelitian ini berupa video profil, selain juga bertujuan untuk menginformasikan kelebihan dan latar belakang pada objek penelitian