

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Garage Wearhouse merupakan salah satu toko retail pakaian yang terletak di Kecamatan Playen Gunungkidul. Sebelumnya Garage Wearhouse berdiri sejak Tahun 2013 dan masih dalam bentuk usaha rumahan. Pada tahun 2015 Garage Wearhouse mendirikan sebuah toko dan menjadi toko retail pakaian pertama yang terletak di kecamatan Playen. Perubahan ini dilakukan agar mempermudah konsumen untuk menemukan lokasi toko dan dapat mendisplay apa saja yang ditawarkan oleh Garage Wearhouse.

Menurut pemilik Garage Wearhouse , promosi yang dilakukan dengan cara iklan melalui media sosial seperti Facebook, poster, dan brosur . Garage Wearhouse memiliki sebuah akun Instagram resmi yang digunakan untuk memberikan informasi tentang apa saja yang ditawarkan oleh Garage Wearhouse. Tetapi demikian garage wearhouse belum menggunakan iklan Instagram untuk mengembangkan metode promosinya. Meskipun metode yang digunakan saat ini cukup efektif tetapi pemilik Garage Wearhouse ingin menggunakan iklan video pada media sosial Instagram yang sudah dimiliki. Akan tetapi dengan keterbatasan sumber daya manusia, iklan yang dimaksud belum dapat terrealisasi.

Dari masalah tersebut diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pembuatan dan perancangan Iklan Garage Wearhouse dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic. Video iklan akan dibuat sesuai dengan ketentuan oleh dan kebutuhan pemilik dari Garage Wearhouse dan juga oleh media Instagram itu sendiri.

#### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu : Bagaimana cara Pembuatan dan Perancangan Iklan Garage Warehouse dengan Teknik Live Shoot dan Motion Grapic

#### **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Iklan garage Warehouse berdurasi 60 detik yang akan dimasukkan ke sosial media yaitu instagram.
- b. Hasil video berformat MP4
- c. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan adalah live shoot dan motion graphic
- d. Perancangan untuk media Promosi Iklan Garage Warehouse, akan ditayangkan di sosial media Instagram dan setelah itu akan menjadi kewenangan pihak Garage Warehouse

#### **1.4. Tujuan penelitian**

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Membuat perancangan iklan Garage Warehouse dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic
- b. Warehouse
- c. Membantu meningkatkan penjualan produk Garage Warehouse
- d. Membuat konsumen yang melihat ingin tahu dan membeli produk yang ditawarkan

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

- a. Membantu konsumen untuk memilih produk yang diinginkan
- b. Dengan dibuatnya video iklan tersebut diharapkan dapat membantu penjualan Garage Warehouse
- c. Meningkatkan citra dan loyalitas konsumen terhadap Garage Warehouse

#### **1.6. Metode Penelitian**

Metode Penelitian yang digunakan pada penyusunan penelitian ini sebagai berikut:

##### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

- a. Metode Observasi

Metode observasi yaitu metode dengan melakukan pengamatan objek yang akan diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara yaitu metode dengan melakukan tanya jawab terhadap objek yang diteliti supaya mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

**1.6.2. Pra Produksi**

Pra produksi merupakan yang harus mempersiapkan bahan untuk produksi kedepannya. Bahan yang dipersiapkan yaitu naskah dan storyboard.

**1.6.3. Produksi**

Tahapan ini merupakan tahapan pembuatan iklan serta pengimplementasian video live shoot pada iklan sesuai dengan dengan konsep dan naskah yang telah dibuat.

**1.6.4. Pasca Produksi**

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana dilakukan proses editing terhadap file hasil produksi. Pada tahap ini akan dilakukan pengkomposisian file hasil produksi, animasi, dan proses editing dengan sound yang kemudian akan dijadikan file video sehingga dapat dimaikan pada software player.

**1.6.5. Metode Testing**

Setelah pembuatan video iklan selesai, selanjutnya akan di lakukan survey untuk mengukur acceptance test. skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang. Berikut adalah contoh penggunaan Skala Likert:

- |                       |        |
|-----------------------|--------|
| a. Sangat setuju      | skor 5 |
| b. Setuju             | skor 4 |
| c. Tidak ada pendapat | skor 3 |
| d. Tidak setuju       | skor 2 |

e. Sangat tidak setuju

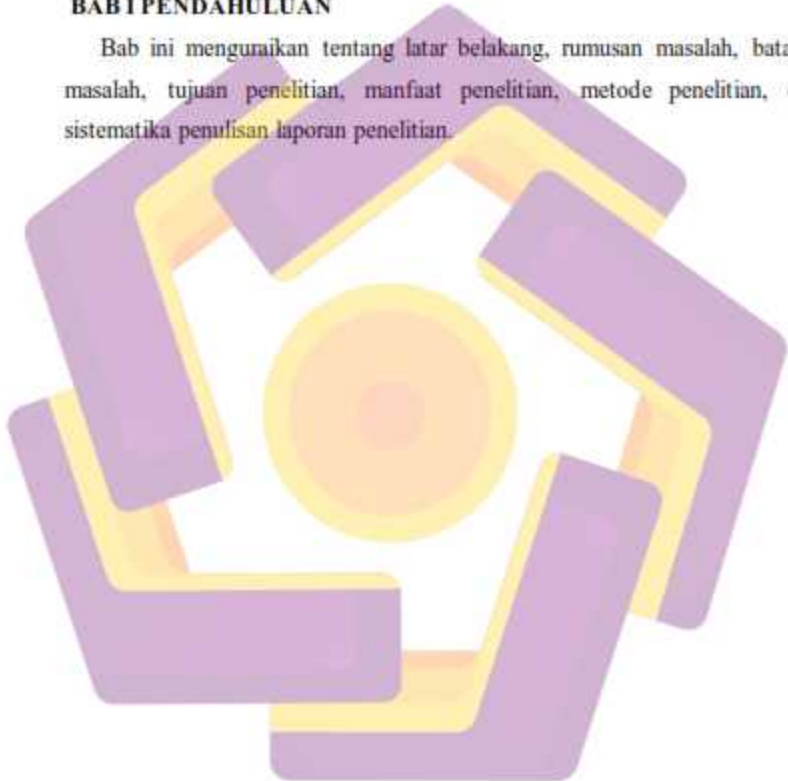
skor 1

### **1.7.Sistem Penulisan**

Sistem penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, adapun garis besar penulisan laporan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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



## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dan dasar teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung perancangan video iklan untuk media promosi.

## **BAB III GAMBARAB UMUM**

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan video iklan secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas hasil penelitian yang sudah dicapai pada bagian-bagian sebelumnya, proses pengaplikasian video iklan dan implementasi dari video yang sudah dibuat.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang ditujukan untuk perbaikan dari yang ada menjadi sistem yang baru.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi baik secara praktis maupun secara teoristis.

