

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Falmotorsport merupakan bengkel motor dan toko aksesoris motor yang berlokasi di Jl Kapten Haryadi No 1 , Ngebel Gede , Ngaglik , Sleman yang berdiri pada tahun 2021. Falmotorsport merupakan bengkel yang memiliki target segmen para penggemar hobi motor di Yogyakarta yang mencari produk-produk premium seperti produk dari WR3, Motul, Kabon dsb. Falmotorsport juga menyediakan jasa seperti servis ringan ( ganti oli , membersihkan injektor dsb ) dan juga servis berat ( ganti ring piston , ganti stang piston dsb ) , dan juga tune up ( porting polish , bore up dsb )

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada objek penelitian ini dengan cara wawancara kepada pemilik usaha ternyata Falmotorsport masih melakukan promosi secara mulut ke mulut dan hanya sesekali melakukan posting pada media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara diatas di temukan bahwa promosi dengan cara mulut ke mulut dan jarang posting pada media sosial merupakan suatu metode promosi yang kurang efektif dikarenakan di Indonesia sendiri tercatat adanya 63 juta orang pengguna internet dan 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. [1] Pihak Falmotorsport sendiri ingin meningkatkan metode promosinya dengan menggunakan iklan video pada media sosial instagram yang sudah dimiliki, akan tetapi dengan keterbatasan kemampuan sumber daya manusia yang ada, iklan yang diinginkan belum dapat terrealisasi.

Dari masalah di atas maka penulis tertarik membuat sebuah penelitian dengan judul "*Pembuatan Video Iklan Falmotorsport Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic*". Video iklan yang akan dibuat menyesuaikan kebutuhan dari pihak Falmotorsport dan ketentuan-ketentuan iklan pada Instagram.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah " Bagaimana membuat sebuah video iklan pada bengkel dan toko aksesoris Falmotorsport ? "

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia yang lebih kecil yaitu :

- a. Media promosi ini dibuat untuk Falmotorsport dalam bentuk video.
- b. Iklan ini berdurasi 59 detik dan sesuai dengan keinginan pihak Falmotorsport serta spesifikasi dari aplikasi Instagram.
- c. Video iklan ini akan ditayangkan di instagram dan diiklankan melalui Instagram Ads.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut : "Membuat Video Iklan Falmotorsport menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic sebagai publikasi pada media sosial".

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk :

- a. Mempromosikan Falmotorsport kepada lebih banyak penggiat hobi motor.
- b. Memberikan informasi kepada konsumen tentang Falmotorsport.

### 1.6 Metode Penelitian

Melakukan studi dan pengumpulan data-data sebagai sumber untuk menyusun laporan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

#### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

- a. Metode Observasi

Mengamati langsung ke tempat yang akan dipakai sebagai objek penelitian untuk mendapatkan data yang akurat.

- b. Metode Wawancara

Metode ini mengacu pada buku-buku pedoman yang dibutuhkan sebagai tambahan referensi peneliti, baik yang ada di perpustakaan ataupun pada literatur-literatur lainnya.

### 1.6.2 Metode Analisis

Menguraikan video iklan untuk di evaluasi dan identifikasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Proses pra produksi yang terdiri dari proses pencarian ide , pembuatan naskah dan perancangan storyboard.

### 1.6.4 Metode Pembuatan Video

Metode pembuatan video dilakukan seperti:

- a. Tahap pra-produksi
- b. Tahap produksi
- c. Tahap pasca produksi

### 1.6.5 Metode Testing

Setelah pembuatan video iklan selesai, skala *Likert* akan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang. Berikut adalah contoh dari Skala *Likert*.

- |                        |        |
|------------------------|--------|
| a. Sangat Setuju       | Skor 5 |
| b. Setuju              | Skor 4 |
| c. Biasa               | Skor 3 |
| d. Tidak Setuju        | Skor 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |

### 1.6.6 Implementasi

Dalam implementasinya video iklan fal motorsport nantinya akan diunggah melalui media instagram , tiktok, dan media lainnya.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur serta mudah dimengerti, maka penulis membuat sistematika penulisan berdasarkan pokok – pokok permasalahannya, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang bersifat teoritis dan membahas teori teori yang berhubungan dengan pembuatan video infografis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang analisis kelayakan video promosi yang dibuat, dan menjelaskan storyboard serta analisis pra produksi.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan diuraikan mengenai produksi dan pasca produksi pembuatan video promosi dengan teknik live shoot dan motion graphic, urutan pekerjaan dan menampilkan hasil video yang telah dibuat. Serta menyerahkan video iklan kepada pihak Falmotorsport.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dapat diberikan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini berisi daftar pustaka yang berisi referensi yang telah digunakan sebagai penunjang dalam menyelesaikan tugas akhir.