

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periklanan adalah hal yang sangat familiar di telinga masyarakat. Terlebih lagi pada era modern seperti sekarang ini dimana kita semua bisa melihat berbagai macam jenis iklan pada berbagai macam media periklanan. Iklan memiliki peran yang cukup penting bagi sebuah perusahaan atau instansi karena dapat mempresentasikan produk perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen dengan lebih deskriptif. Video iklan merupakan marketing *tool* yang efektif karena mengandung kelima unsur multimedia yaitu teks, gambar, audio, video dan animasi. Harfu Barbershop merupakan salah satu tempat cukur rambut pria di Kabupaten Sleman, yang lebih tepatnya di daerah Maguwoharjo. Nama Harfu ini berasal dari nama Ownernya yang kebetulan kakak beradik yaitu Harso dan Fuad yang di singkat HARFU. Barbershop ini melayani cukur rambut, pangkas rambut untuk pria (*men hairstyle*) dan anak-anak. Harfu Barbershop sudah dikenal sebagai salah satu Barbershop terbaik di Kabupaten Sleman. Melayani berbagai model dan jenis potongan rambut berbagai umur dari anak-anak hingga dewasa. Harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau dengan hasil yang memuaskan. Potongan rambut dikerjakan oleh tenaga yang sudah ahli dan berpengalaman sehingga hasilnya baik.

Berdasarkan peninjauan yang dilakukan penulis pada objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa saat ini media promosi yang di gunakan, Harfu Babershop melalui media sosial saja. Media sosial yang digunakan untuk promosi adalah Instagram dan Facebook dengan memposting hasil pelayanan berupa foto, media promosi ini sudah berjalan cukup baik namun ada beberapa informasi yang

membutuhkan ilustrasi visual lebih lanjut yang tidak bisa di tampilkan melalui sebuah foto dan belum bisa menginformasikan secara detail seperti, informasi treatment yang disediakan, suasana dalam Babershop, fasilitas Babershop dan alamat Babershop.

Dari permasalahan diatas 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 HARFU BARBERSHOP MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI”**. Dalam Penelitian ini diharapkan mampu menyampaikan informasi dan tampilan mengenai Harfu Babershop secara jelas.

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 Harfu Babershop dengan Teknik Liveshoot dan Motion Graphics?”*.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penyusunan penelitian ini:

1. Materi video iklan ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi. Objek penelitian langsung ke Harfu Babershop.
2. Video ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphics*.
3. Iklan ini di publikasikan melalui media sosial *Instagram TV* dan *facebook* Harfu Babershop dengan durasi iklan 81 detik.
4. Penguji dari hasil penelitian ini adalah karyawan Harfu Babershop, Owner Harfu Babershop 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 Harfu Babershop.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penyusunan penelitian ini:

1. Membuat video iklan yang menjelaskan produk, pelayanan, dan fasilitas yang ada pada Harfu Babershop.
2. Membantu Harfu Babershop meningkatkan kualitas promosi dan informasi.
3. Memudahkan pelanggan Harfu Babershop Mendapatkan Informasi Mengenai Harfu Babershop.
4. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 pada program studi Informatika pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1.5.1 Bagi Penulis

Dapat Menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan menggunakan aplikasi multimedia seperti *Adobe Premiere*, *Adobe After Effect*, dan *Adobe Audition*.

1.5.2 Bagi Masyarakat

1. Diharapkan supaya memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam membuat video iklan.
2. Diharapkan masyarakat dan konsumen yang ingin membeli ataupun melihat dapat mengetahui informasi tentang Harfu Babershop.

1.5.3 Bagi Harfu Babershop

Dapat membantu Harfu Babershop dalam mempromosikan dan menjelaskan produk dan penawaran yang ada pada Harfu Babershop kepada calon konsumen ataupun kepada masyarakat.

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

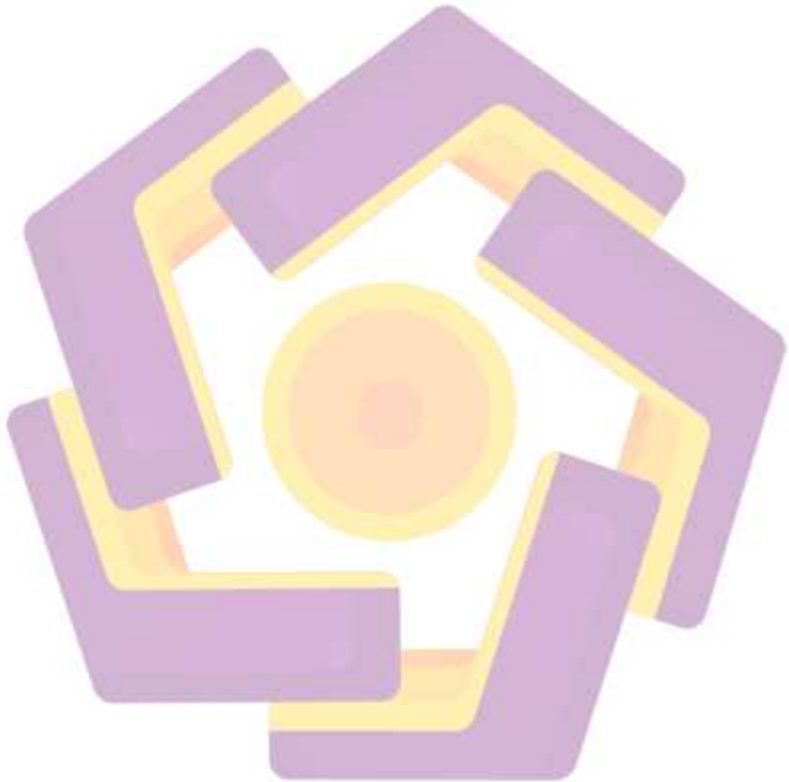
Metode Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi dan melakukan pengamatan secara langsung di Harfu Barbershop.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak pengurus, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam 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 Metode Evaluasi

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

1.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan-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 menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Harfu 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 Harfu Barbershop dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

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

