

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia informasi ini, video menjadi salah satu media yang banyak digunakan dalam penyampaian sebuah informasi. Salah satunya penggunaan video sebagai media promosi sebuah perusahaan baik memanfaatkan televisi, media social, maupun videotron. Video juga dijadikan alternatif bagi suatu perusahaan untuk memberikan gambaran atau profil tentang bagaimana perusahaan tersebut, apa saja produk atau jasa yang disediakan pada suatu perusahaan, serta dijadikan sebagai media promosi bagi suatu perusahaan [1].

Omah Maggot Jogja terletak di desa Melikan, Sumberharjo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta yang bergerak di bidang bisnis budidaya Maggot BSF (*Black Soldier Fly*) yang mengelola sampah organik skala rumahan. Menurut Drs. Henri Supranto pemilik "Omah Maggot Jogja" ilmu tentang Maggot BSF ini belum banyak diketahui oleh masyarakat luas, karena bisnis ini belum memiliki sebuah video profile dan promosi yang menarik.

Penggunaan *Social Media* menjadi salah satu alternatif dalam mengembangkan bisnis khususnya dalam media promosi. Omah Maggot Jogja merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan *Social Media* Facebook, Instagram, dan Youtube untuk memasarkan produknya berupa foto dan beberapa kegiatan, akan tetapi *Social Media* yang ada kurang digunakan secara maksimal. *Social Media* dinilai sangat efektif sebagai media promosi, salah satunya Instagram karena terdapat fitur iklan berbayar yang dapat menjangkau pengguna secara

spesifik. Langkah yang tepat untuk masalah diatas adalah membuat sebuah promosi dalam bentuk video dengan desain dan aplikasi multimedia yang menarik serta penambahan *Motion Graphic* yang akan memberikan identitas yang kuat terhadap konsumen dan dapat menaikkan citra pada bidang usaha melalui *Social Media* Instagram. Pembuatan video iklan dapat dijadikan sebagai sarana penyebarluasan informasi tempat usaha yang bersifat rekreatif dan edukatif untuk masyarakat luas dengan tujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman tentang fasilitas yang terdapat di dalamnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi yang berjudul "**Pembuatan Iklan Dengan Teknik *Live Shoot* dipadukan *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi pada Omah Maggot Jogja**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu "Bagaimana membuat iklan dengan Teknik *Live Shoot* dipadukan *Motion Graphic* sebagai media promosi pada Omah Maggot Jogja?"

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini, dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu :

1. Video dibuat menggunakan *software* Adobe Premiere CC 2019, Adobe Illustrator CC 2019, Adobe After Effect CC 2019, Adobe Photoshop CC 2019, dan Adobe Audition CC 2019.

2. Teknik yang digunakan adalah *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
3. Materi iklan berformat MP4.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Membantu menambah media promosi melalui pembuatan video iklan pada Omah Maggot Jogja.
2. Mengembangkan penggunaan media sosial untuk mempromosikan Omah Maggot Jogja.
3. Menerapkan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic dalam pembuatan video promosi Omah Maggot Jogja.
4. Memenuhi persyaratan menyelesaikan Program Strata I Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Mempraktikan serta dapat mengembangkan ilmu yang dipelajari dan didapat selama perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Sebagai salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dan mengenalkan ke masyarakat tentang produknya.

3. Menambah pengetahuan ilmu biologi tentang Maggot BSF serta pengolahan sampah organik.
4. Dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan) yang mendeskripsikan objek penelitian secara rinci dan mendalam dengan tujuan mengembangkan konsep atau pemahaman dari suatu gejala [2].

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan. Adapun teknik-teknik yang digunakan dalam penelitian ini mencakup metode kepustakaan, analisis, perancangan iklan, pengembangan, dan pengujian unit.

1. Metode Pengamatan Langsung (Observasi)

Merupakan metode pengumpulan data dengan datang melakukan pengamatan secara langsung dengan Drs Henri Supranto pemilik Omah Maggot Jogja pada tanggal 2 Februari 2020 terkait media promosi yang telah digunakan selama ini serta untuk mendapat data-data lain yang dibutuhkan pada objek penelitian.

2. Metode Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data yang dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan Drs Henri Supranto pemilik Omah Maggot Jogja pada tanggal 2 Februari 2020 untuk memperoleh data terkait objek penelitian dan masalah yang terjadi pada objek penelitian.

3. **Metode Kepustakaan**

Pada tahap ini penulis mencari, menemukan dan mempelajari referensi yang berkaitan dengan tema dalam penulisan skripsi ini. Pencarian referensi yang berkaitan dengan judul penelitian ini dengan membaca buku-buku tentang multimedia, dan pemasaran iklan yang diperoleh dari perpustakaan dan file internet untuk membantu di dalam menyelesaikan dan melengkapi data yang berhubungan dengan masalah promosi Omah Maggot Jogja.

4. **Metode Analisis**

Analisis SWOT yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang ada di Omah Maggot Jogja dan mengelompokan berdasarkan klasifikasi *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), *Threat* (ancaman), kemudian menentukan pemecahan atau solusi permasalahannya.

5. **Metode Perancangan Iklan**

a. *Brainstorming*

Sutau bentuk diskusi dalam rangka himpunan dan gagasan, pendapat, informasi, pengetahuan dan pengalaman sehingga dapat menghasilkan ide-ide kreatif.

b. *Storyline*

Jalan cerita video iklan dalam bentuk tulisan.

c. *Storyboard*

Jalan cerita video iklan dalam bentuk gambar dan tulisan.

6. Metode Pengembangan

a. Tahap Produksi

- 1) Syuting merupakan tahap pengambilan gambar dan video yang sudah ditentukan berdasarkan tema iklan.
- 2) Perekaman suara yaitu pengambilan dalam bentuk suara atau audio yang digunakan untuk komponen iklan.
- 3) Pemilihan kamera untuk menentukan alat pengambilan gambar sesuai dengan kebutuhan.

b. Tahap Pasca Produksi

- 1) Editing: menentukan dalam penggabungan gambar, video, suara, kemudian, menambahkan berbagai efek animasi.
- 2) Rending: mempacking dalam bentuk format yang sudah ditentukan.
- 3) Penyiaran: mempublikasikan iklan melalui media sosial.

7. Metode Pengetesan Unit

Fungsi dari pengetesan unit adalah sebagai garansi bahwa iklan tersebut dibuat sesuai dengan tema, *storyboard*, dan naskah.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan yang akan digunakan dalam skripsi ini terdiri dari langkah-langkah berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah tujuan dan manfaat, metode penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori –teori yang digunakan dalam penulisan skripsi dan memberikan gambaran secara umum tentang beberapa hal yang menjadi acuan dalam perancangan video yang dibahas

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas latar belakang perusahaan dan menjelaskan tahap pra produksi yang meliputi analisis dan perancangan iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang proses dan hasil pembuatan video iklan serta kesimpulan yang bias diambil.

BAB V : PENUTUP

Pada bagian ini berisi kesimpulan yang disimpulkan dari pembahasan pembuatan iklan serta saran yang baik untuk pengembangan iklan kedepannya agar lebih baik lagi.