

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Iklan merupakan suatu bentuk pesan yang disampaikan kepada masyarakat luas dengan menggunakan suatu media. Istilah periklanan merujuk kepada pemahaman keseluruhan proses yang meliputi persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan penyampaian pesan. Menurut Lee (2007), periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan kesuatu khalayak, target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, pengeksposan langsung, reklame luar ruang, atau kendaraan umum [1]. Penggabungan unsur-unsur multimedia telah banyak digunakan, salah satunya penggabungan teknik motion graphic dan live shoot. Dengan penggabungan dua teknik tersebut live shoot digunakan untuk menampilkan visual yang nyata, sedangkan motion graphic untuk memvisualkan ilustrasi atau imajinatif.

Sovin Leather Bag merupakan sebuah toko tas dan aksesoris yang terletak di Jl. Ringin Raya No. 13, daerah Condongcatu, Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta didirikan pada tahun 2014. Dalam mengembangkan bisnisnya, Sovin Leather Bag melakukan promosi yang dilakukan dengan cara membagikan foto di sosial media.

Media yang ada pada saat ini dirasa sudah cukup namun kurang memberikan kepuasan bagi calon pelanggan untuk melihat produk-produknya karena hanya ditampilkan sebatas gambar dan tulisan saja.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis mengusulkan adanya pembuatan video iklan untuk mendukung promosi Sovin Leather Bag dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Perancangan dan Pembuatan Video Iklan "Sovin Leather Bag" Yogyakarta Dengan Live Shoot dan Motion Graphic". Dengan visualisasi

informasi dalam bentuk video, diharapkan mampu memberikan detail dari Sovin Leather Bag secara jelas dan dapat menarik minat pelanggan.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu “Bagaimana membuat video iklan pada Sovin Leather Bag dengan baik agar menjadi sarana media promosi yang menarik?”

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam pembuatan video iklan Sovin Leather Bag sebagai media promosi adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah Sovin Leather Bag Yogyakarta
2. Materi video iklan ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi.
3. Target durasi kurang lebih 1 menit.
4. Resolusi dari video ini adalah *Full-HD* 1080p 30fps dengan *codex* H.264 dan berekstensi \*.mp4.
5. Materi yang diuji dalam penelitian ini adalah isi dan kelayakan video.
6. Tahap penelitian berakhir sampai video diserahkan ke pihak Sovin Leather Bag.
7. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effects.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah media baru dalam promosi, akan tetapi adapun tujuan lain adalah :

1. Membantu visualisasi detail dari tempat dan produk-produk Sovin Leather Bag.
2. Mengimplementasikan video ke dalam media Youtube dan media social Instagram.

3. Menguji video ke beberapa responden dengan kriteria yang telah ditentukan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Bagi Pihak Objek**

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sarana media promosi bagi Sovin Leather Bag.
2. Membantu menyumbang sebuah media promosi yang diharapkan dapat membantu memvisualkan informasi tentang perusahaan kepada konsumen.

### **1.5.2 Bagi Peneliti**

1. Memenuhi persyaratan kurikulum jenjang S1 Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu bidang multimedia yang didapatkan selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

Sebagai penunjang keakuratan dalam penelitian ini maka penulis mengambil beberapa metode, yaitu : [2]

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

1. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan manajer dari Sovin Leather Bag.

2. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari beberapa buku referensi yang berkaitan dengan penelitian.

3. Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan sebagai penelitian.

#### 4. Metode Literatur

Pengambilan data dengan menggunakan literatur yang bisa dipakai seperti memanfaatkan fasilitas internet dengan mengunjungi situs web yang berhubungan dengan pembuatan video iklan dan teknik yang digunakan.

#### 5. Metode Kuisioner

Pengumpulan data melalui penyebaran sekumpulan pertanyaan kepada beberapa responden yang pertanyaannya berhubungan dengan masalah penelitian, guna untuk menguji hipotesis.

### 1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini diadakan analisis terhadap faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi sistem yaitu menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) [3]. Untuk menunjang media yang akan dibuat penulis juga menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan video iklan ini akan menggunakan sistem produksi multimedia, yaitu : [4]

1. Pra produksi (tema, naskah, dan storyboard)
2. Produksi (pembuatan aset, pengambilan gambar)
3. Pasca produksi (*compositing, editing, rendering*)

### 1.6.4 Evaluasi

Pada tahap evaluasi dilakukan pengujian informasi. Apabila terdapat keasalahan maka media akan dibetulkan. Pada tahap evaluasi ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan informasi serta teknik yang diterapkan pada video iklan Sovin Leather Bag, sehingga informasi yang divisualisasikan dapat dipahami oleh audience.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini disusun sebagai berikut:

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab pertama berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bab kedua berisi teori-teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan mendukung pembuatan naskah skripsi.

### **BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk analisis kebutuhan dan uraian proses perancangan video iklan.

### **BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat berisi tentang tahap produksi yaitu pengambilan gambar, editing, compositing, rendering, testing, dan implementasi.

### **BAB V. PENUTUP**

Bab terakhir menjelaskan kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi skripsi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

### **LAMPIRAN**