

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat, sebuah perusahaan perlu melakukan suatu perencanaan untuk menciptakan masa depan usaha melalui perubahan yang dilakukan sejak dini. Pemilihan media promosi yang tepat merupakan salah satu langkah yang dapat diambil sebuah perusahaan dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaingnya, dikarenakan media promosi memiliki peranan untuk meyakinkan nilai komunikasi dari suatu produk, jasa, *image* atau perusahaan untuk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Penerapan multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, *public relation*, dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Kelebihan multimedia menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan.

Hidden Store dalam hal ini sebagai objek penelitian, merupakan konveksi dan thrift shop yang berdiri di Yogyakarta sejak tahun 2012 yang menyediakan jasa pembuatan kaos, korsa, dan seragam serta mempunyai toko thriftshop dengan berbagai merk dan jenis kaos, jaket, celana panjang, topi, sepatu, tas dan ball segel, sampai saat ini dalam memperkenalkan toko Hidden Store masih mengandalkan relasi dari pergaulan, pertemanan dan pembuatan akun resmi di sosial media instagram

Setelah dikaji ulang, media yang digunakan oleh Hidden Store sebagai media promosi di media sosial instagram dengan jumlah 13.690 *followers* dan 796 jumlah *posts* belum memberikan informasi yang jelas terhadap fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh sebuah produk serta tahapan-tahapan yang dilewati dalam pembuatan sebuah produk. Hal ini dikarenakan Hidden Store hanya memanfaatkan dua elemen multimedia yaitu elemen gambar dan teks, dari lima elemen multimedia, yang terdiri dari elemen teks, gambar, audio, video, dan animasi.

Alasan pemilihan motion graphic sebagai teknik yang cocok untuk media promosi karena biaya pembuatannya yang terjangkau oleh perusahaan rintisan serta memiliki kelebihan lain yaitu tampilannya yang menarik sehingga membuat calon konsumen tertarik akan produk yang ditayangkan. Selain itu, yang menjadi keunggulan motion graphic sebagai media promosi adalah pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan, tidak hanya dalam bentuk audio saja, tetapi dapat berupa audio visual [1], yang kemudian dikombinasikan dengan teknik *cinematic live shoot*. Pemilihan kombinasi dengan teknik *cinematic live shoot* karena dengan teknik ini mampu menciptakan suatu adegan dramatik yang mampu membuat penonton menjadi terhanyut dalam setiap *framing* video [2].

Hasil akhir dari pembuatan media promosi produk – produk yang dijual Hidden Store akan ditayangkan melalui sosial media instagram menggunakan fitur instagram promotion karena dapat menjadi sarana untuk meningkatkan brand *exposure*, *traffic website*, dan mengumpulkan *leads* (pengikut) baru [3], hasil akhir pembuatan media promosi berupa video dengan format .Mp4, durasi 1 menit, dengan resolusi 1080 x 720 pixel agar mendapatkan kualitas video *widescreen*

terbaik untuk penayangan di instagram [4].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yaitu "bagaimana pembuatan video iklan dengan teknik *cinematic live shoot* dan *motion graphics* pada Hidden Store ?"

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada Hidden Store Jl.Nakulo No.2A, Wirobrajan, Yogyakarta
2. Pembuatan iklan ini berisikan tentang dekorasi tempat, lokasi, proses pembuatan produk, dan produk yang dijual.
3. Video iklan ini akan ditanyakan kembali kepada pihak Hidden Store apakah materi yang disampaikan sudah sesuai sebagaimana iklan yang diinginkan pihak Hidden Store.
4. Proses pembuatan video iklan ini menggunakan beberapa aplikasi diantaranya yaitu Adobe Audition CC 2018 untuk mengolah suara, untuk memberi efek video penulisan menggunakan aplikasi Adobe Premier Pro CC 2019, dan Adobe Illustrator CC 2018.
5. Video iklan akan diunggah disosial media Instagram.
6. Durasi video yaitu 1 menit.

7. Resolusi video iklan 1080 x 720 pixel.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dalam penyusunan skripsi ini, yaitu sebagai :

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program strata 1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Meningkatkan metode promosi dengan memaksimalkan penggunaan elemen multimedia.
3. Menerapkan ilmu serta teori – teori yang selama ini didapat yang kemudian diaplikasikan dalam dunia kerja.
4. Menambah wawasan dan pengetahuan dibidang Videografi, Sinematografi, dan Periklanan serta dapat menambah pengalaman tentang pengolahan data dan pengembangan profesi sehingga diharapkan nantinya dapat bersaing di industri multimedia.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat bagi penulis :
 - a. Menambah pengalaman dalam pembuatan video promosi dengan teknik *cinematic live shoot* dan *motion graphic*.
 - b. Dapat menyusun skripsi sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Manfaat bagi objek penelitian :

- a. Dengan dibuatnya media promosi ini, diharapkan dapat meningkatkan hasil dari penjualan Hidden Store.
 - b. Mempunyai sarana publikasi dan edukasi mengenai proses pembuatan produk Hidden Store dalam bentuk video.
3. Bagi Siswa, menyuguhkan materi dengan tampilan yang lebih menarik.

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 [5].

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan riset diperlukan metode yang digunakan untuk menyusun serta melengkapi data yang ada. Tahapan metode yang digunakan yaitu:

1. Metode Wawancara (*Interview*)

Merupakan metode pengumpulan data yang dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan owner Hidden Store Mas Galih Pangestu pada tanggal 28 Desember 2019 untuk memperoleh data terkait objek penelitian dan masalah yang terjadi pada objek penelitian.

2. Metode Pengamatan Langsung (Observasi)

Merupakan metode pengumpulan data dengan datang melakukan pengamatan secara langsung pada Hidden Store pada tanggal 28 Desember 2019 terkait media promosi yang telah digunakan selama ini serta untuk mendapat data-data lain yang dibutuhkan pada objek penelitian.

1.6.2 Metode Pengembangan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC)

Metode yang digunakan untuk pengembangan multimedia adalah metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Pengembangan metode multimedia ini dilakukan berdasarkan enam tahap, yaitu *concept* (pembuatan konsep), *design* (perancangan), *material collecting* (pengumpulan bahan), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (pendistribusian) [6].

1.6.3 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT yang digunakan untuk menggambarkan, mengevaluasi suatu masalah baik dari faktor internal maupun faktor eksternal dengan mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari masalah yang timbul pada suatu perusahaan. Analisis ini didasarkan pada 4 strategi matriks yaitu matriks SO (*Strengths, Opportunities*), ST (*Strengths, Threats*), WO (*Weaknesses, Opportunities*), WT (*Weaknesses, Threats*) yang bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang dimiliki perusahaan, namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada [7].

1.6.4 Metode Testing

Metode testing yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengujian alpha untuk memeriksa kesesuaian antara analisis dan desain dengan *prototype* yang dihasilkan, dan pengujian beta yang dilakukan dengan cara memberikan kuesioner untuk mendapat penilaian dan saran dari responden.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, metodologi dan sistematika penulisan dalam penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan memuat konsep dasar pengertian media pembelajaran, fungsi media pembelajaran dan manfaat media pembelajaran.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, analisis, serta perancangan terhadap video promosi yang akan dibuat termasuk langkah-langkah pembuatan video promosi meliputi rancangan konsep, rancangan naskah, dan rancangan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan implementasi dari hasil analisis dan perancangan dalam pembuatan media promosi Hidden Store menggunakan teknik cinematic live shoot dan motion graphics, meliputi tahapan produksi, tahapan pasca produksi, evaluasi, dan produk preloved yang dijual.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang pokok-pokok kesimpulan dan saran-saran yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulisan dalam penulisan laporan penelitian.

