

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Video iklan merupakan salah satu strategi pemasaran terbaik saat ini dikarenakan adanya dua unsur (audio & visual) yang dijadikan satu guna memaksimalkan informasi penawaran produk pada konsumen sebagai penerima pesan (Morrison, 2014). [1] Dibandingkan dengan format periklanan lainnya, video memiliki kemungkinan untuk menjadi lebih personal karena menggunakan kreativitas untuk mengoptimalkan interaksi dengan publik dan mencapai tujuan komersial. [2]

Video iklan mampu menciptakan kesan yang kuat tentang suatu produk maupun jasa di benak masyarakat. Video menyatukan tiga bentuk V komunikasi yaitu verbal, vokal dan visual yang dapat mempengaruhi penonton. Ketiga karakteristik komunikasi tersebut memiliki efek kuat dalam penerimaan informasi (Mehrabian & Reed, 1968; Mehrabian & de Wetter, 1987; Hall & Schmid Mast, 2007 dalam Waters & Jones, 2011). [3]

Para pelaku usaha dapat memanfaatkan video iklan untuk menyampaikan informasi produk maupun jasa yang ditawarkan dengan efektif. Namun sayangnya, hal tersebut belum dimanfaatkan Kukuruyuk Fried Chicken. Kukuruyuk Fried Chicken merupakan sebuah usaha di bidang kuliner yang menawarkan produk ayam goreng tepung. Melihat hal tersebut, penulis tertarik untuk membuat video iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada produk ayam goreng tepung Kukuruyuk Fried Chicken.

Pemilihan *live shot* dan *motion graphic* dianggap cocok untuk media promosi karena mampu menyajikan informasi yang ilustratif dan imajinatif. Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO KUKURUYUK FRIED CHICKEN METODE *LIVE SHOOT* DAN *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA PROMOSI"

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu: “Bagaimana cara merancang dan membuat video iklan Kukuruyuk Fried Chicken menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*?”

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah agar pembahasan tidak meluas dan menyimpang adalah sebagai berikut:

- a. Video iklan yang dibuat merupakan kombinasi *editing* dan *syuting*.
- b. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan pada penelitian ini adalah teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
- c. Hasil implementasi teknik *live shoot* dan *motion graphic* ini akan berbentuk video dengan durasi 30 detik.
- d. Target penayangan yang dilakukan pada video promosi ini yaitu menggunakan media sosial.
- e. Pengujinya adalah pihak Kukuruyuk Fried Chicken dan para pelangganya.
- f. Video promosi ini akan diuji dalam faktor informasi dan faktor penyajian, berupa kelayakan tayang sebagai media promosi.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas dapat disimpulkan maksud dan tujuan dari pembuatan video promosi Kukuruyuk Fried Chicken adalah sebagai berikut:

- a. Menghasilkan iklan yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk dari Kukuruyuk Fried Chicken.
- b. Merancang dan mengimplementasikan media promosi Kukuruyuk Fried Chicken dalam bentuk metode *live shoot* dan *motion graphic* agar lebih dikenal masyarakat luas sehingga meningkatkan omset penjualannya.

- c. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam beraktivitas khususnya dalam pembuatan video iklan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi maupun gambaran kerangka berfikir dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan di bidang videografi, khususnya video promosi dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

- b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi salah satu rujukan dan sumber informasi bagi pada akademisi, peneliti, maupun masyarakat yang ingin mendalami bidang videografi khususnya video promosi.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika mengenai penulisan yang akan dibuat telah disusun dalam beberapa bab yang diuraikan sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**, menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI**, berisi tinjauan pustaka dan dasar-dasar teori yang digunakan. Tinjauan pustaka berupa penelitian yang ada sebelumnya dan memiliki kemiripan dengan penelitian penulis teliti. Sedangkan dasar teori berisi tentang video, *camera angel*, teknik *live shoot*, teknik *motion graphic*, dan media promosi.

**BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**, didalamnya akan dijelaskan tentang kebutuhan sistem dan tahap pra produksi berupa konsep ide, naskah, alur cerita, desain background, dan *storyboard*.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**, bab ini akan dijelaskan tentang tahapan pembuatan video iklan dari produksi hingga pasca produksi. Setelah itu kemudian dilakukan *testing* pada video yang dihasilkan.

**BAB V PENUTUP**, Merupakan bagian akhir dari penulisan yang berisi kesimpulan tentang hasil analisa dan pembahasan serta saran-saran yang diperoleh dari penelitian yang telah dijalani.

