

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan merupakan salah satu kekuatan yang dapat digunakan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Penekanan utama iklan terdapat pada akses informasi dan promosi dari pihak produsen kepada konsumen. Sebagai media, iklan mempunyai tendensi untuk memengaruhi khalayak umum demi mencapai target keuntungan. Iklan pada dasarnya merupakan salah satu strategi pemasaran yang dimaksudkan untuk mendekatkan barang atau jasa yang hendak dijual kepada konsumen.[1]

Salon Kiesdiawan merupakan salah satu tempat usaha yang menyediakan pelayanan yang berhubungan dengan kosmetik, perawatan wajah, perawatan rambut, baik untuk laki-laki maupun perempuan. Salon tersebut terletak di Jl. Mayang No. 53, Gadungsari RT 03, RW 10, Wonosari, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta. Metode promosi pada salon tersebut masih menggunakan metode penyebaran informasi melalui mulut ke mulut yang dianggap sudah cukup efektif untuk menarik minat konsumen, namun pemilik Salon Kiesdiawan ingin meningkatkan metode promosinya dengan menggunakan video iklan melalui media sosial. Akan tetapi keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, iklan yang dimaksud belum dapat terealisasi.

Dari masalah di atas, tentunya solusi yang harus dilakukan adalah dengan membuat inovasi baru dalam membuat video iklan agar penyampaian informasi dapat diterima secara jelas, ringkas, dan mudah dipahami oleh calon pengunjung. Dengan menggunakan teknik *live shoot*, teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung merupakan elemen penting dalam sebuah video. Penggunaan teknik *motion graphic* untuk melengkapi dan memperjelas informasi alamat salon, dan jasa – jasa yang ditawarkan oleh Salon Kiesdiawan. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk

membuat video iklan *motion graphic* sebagai media promosi dengan judul “Pembuatan Video Iklan Salon Kiesdiawan Sebagai Media Promosi Dengan Menggunakan Teknik *Motion Graphic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu “Bagaimana cara membuat video iklan Salon Kiesdiawan sebagai media promosi dengan menggunakan teknik *motion graphic*?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah *live shoot* dan *motion graphic*.
- Durasi video iklan Salon Kiesdiawan hanya 57 detik.
- Promosi video iklan Salon Kiesdiawan hanya melalui media sosial *Instagram*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk membuat video iklan *motion graphic* Salon Kiesdiawan.
- Untuk mempromosikan Salon Kiesdiawan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk membantu mempromosikan Salon Kiesdiawan agar lebih dikenal lagi oleh publik, serta membantu publik agar mengetahui informasi mengenai pelayanan yang ditawarkan oleh Salon Kiesdiawan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam pembuatan video iklan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

- Metode Observasi

Metode observasi dilakukan untuk mendapatkan data dan mencari informasi dengan mengunjungi Salon Kiesdiawan.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pemilik Salon Kiesdiawan untuk mendapatkan data yang diinginkan dan sesuai dalam pembuatan media promosi video iklan.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan melalui beberapa tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pra produksi merupakan tahap yang harus mempersiapkan bahan untuk produksi yaitu naskah dan *storyboard*. Produksi merupakan tahap pembuatan video iklan. Dalam proses produksi terdapat kegiatan meliputi: pengambilan video, rekaman audio, dan *motion graphic*. Tahap pasca produksi merupakan kegiatan setelah proses produksi meliputi: *compositing*, *rendering*, *testing*, dan *publishing*.

1.6.3 Metode Evaluasi

Metode evaluasi dilakukan dengan menguji video iklan yang dibuat dengan teknik *Motion Graphic* pada video iklan Salon Kiesdiawan sehingga visualisasi informasi dapat dipahami *audience* atau konsumen.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar-belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang digunakan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdapat kajian pustaka dan teori-teori yang digunakan penulis sebagai landasan yang mendasari pembahasan yang diuraikan secara terperinci.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdapat penjelasan mengenai gambaran rinci dari alur metode perancangan, dan metode-metode lain yang digunakan pada penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdapat penjelasan mengenai tahapan-tahapan dalam pembuatan produk yang telah berjalan pada penelitian ini.

BAB V PENUTUP

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

