

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini sangat cepat sehingga menuntut kita untuk memperoleh informasi secara cepat dan mudah. Perkembangan teknologi informasi ini juga dapat mendukung perkembangan lainnya di dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, komunikasi, pariwisata dan masih banyak bidang lain yang ada. Salah satu bidang komunikasi dalam teknologi informasi adalah sebagai media iklan dan promosi. Salah satu penerapan ilmu teknologi informasi pada sektor multimedia dalam bidang iklan dan promosi yaitu dengan membuat video iklan promosi.

Dengan dibuatnya iklan yang berunsur dari multimedia akan membantu mempertajam pesan tersebut, karena multimedia tidak hanya menyediakan lebih banyak teks dalam menyampaikan pesan melainkan juga menghidupkan teks dengan menyertakan bunyi, gambar, audio, animasi dan video. Kelebihan multimedia adalah menarik indera serta menarik minat, karena multimedia merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan.[1]

Dengan adanya internet yang sangat mudah diakses dewasa ini, sosial media semakin menjadi kebutuhan pokok yang mendesak. Multimedia saat ini digunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi oleh perusahaan atau pelaku bisnis. Mereka berlomba-lomba untuk membuat iklan yang menarik dan informatif agar bisa menjangkau konsumen lebih banyak lagi. Iklan dengan visual berupa gambar atau video merupakan bentuk iklan yang menarik minat konsumen untuk saat ini, promosi yang dilakukan dengan cara memperkenalkan keunggulan

dari sebuah perusahaan atau produk, dapat menyebarkan informasi suatu produk kepada calon konsumen, juga dapat menaikkan penjualan serta keuntungan dan dapat membentuk citra yang baik di mata konsumen.

Robs Vape adalah sebuah toko yang menjual produk berupa vape dan liquid. Mereka menawarkan beragam perangkat vape seperti mod, tank, baterai, coil, dan aksesoris lainnya. Selain itu, mereka juga menyediakan pilihan liquid atau e-juice dengan berbagai rasa dan kekuatan nikotin. Dengan menyediakan produk-produk dari merek-merek terkemuka, Robs Vape berhasil menarik minat konsumen yang mencari perangkat vape berkualitas.

Meskipun Robs Vape telah melakukan upaya promosi melalui media sosial *Instagram* dengan menggunakan foto, namun mereka menyadari bahwa proses untuk mendapatkan pelanggan tidaklah mudah. Oleh karena itu, mereka membutuhkan bantuan dari pihak lain untuk membuat video iklan yang sesuai dengan konsep dan pengambilan gambar yang lebih menarik. Video iklan ini akan digunakan untuk memperkenalkan produk serta jasa dan melakukan promosi kepada pelanggan.

Dalam rangka membuat video iklan untuk Robs Vape, peneliti akan membuat video dengan durasi sekitar satu menit. Video iklan ini akan menampilkan pesan yang informatif dengan konsep sinematografi yang menarik. Untuk mencapai hal ini, peneliti akan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam pembuatan video iklan. Hal ini akan memberikan kesan yang lebih menarik dan memikat bagi penonton.

Dengan pembuatan video iklan yang efektif, diharapkan Robs Vape dapat memperkenalkan produk-produk mereka dengan lebih baik kepada pelanggan.

Video iklan tersebut akan membantu meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk vape dan liquid yang ditawarkan oleh Robs Vape. Selain itu, penggunaan teknik *live shoot* dan *motion graphic* akan memberikan pengalaman visual yang menarik dan dapat mengundang minat pelanggan potensial.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan pada penelitian yakni “Bagaimana Mengimplementasikan Teknik *Live shoot* dan *Motion graphic* dalam Pembuatan Video Iklan Robs Vape sebagai Media Promosi dan Informasi?”.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam Pembuatan Video Iklan pada Robs Vape sebagai Video Promosi dan Informasi ini adalah sebagai berikut:

1. Video iklan ini hanya menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Durasi dari video iklan ini kurang lebih 1 menit.
3. Pembuatan video iklan ini akan melalui tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
4. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *Adobe Illustrator CC 2020*, *Adobe After Effects CC 2020*, *Adobe Audition CC 2020*, dan *Adobe Premiere Pro CC 2020*.
5. Video ini dikemas menggunakan format *file .mp4* dengan kualitas *Full HD 1080p* resolusi *1080x1080p 25fps*.
6. Video ini tayang di *Instagram* dikarenakan kemudahan akses dan penyebarannya.
7. Tahap penelitian berakhir sampai video iklan diunggah di *Instagram* Robs

Vape.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

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

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata I Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membantu Robs Vape untuk bersaing dengan kompetitor.
3. Membantu meningkatkan minat konsumen di Robs Vape.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Pihak Objek

1. Hasil penelitian ini digunakan sebagai salah satu sarana media promosi bagi Robs Vape.
2. Membantu membuat sebuah video iklan yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen di Robs Vape.

1.5.2 Bagi Peneliti

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

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian dilakukan untuk mendapatkan data dari objek penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini agar dapat menemukan hasil akhir untuk menyelesaikan masalah pada penelitian ini. Menurut Muhammad Nasir (2008), memahami metode penelitian merupakan sebuah metode yang paling penting yakni dimana para peneliti dapat mencapai sebuah tujuan dan dapat menemukan jawaban sebagai masalah yang akan di ajukan.[2]

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan pemilik dari Robs Vape.

2. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari berbagai buku, artikel, maupun jurnal sebagai referensi yang berkaitan dengan teori dan panduan yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis sebagai dasar pembuatan penelitian.

4. Metode Literatur

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

5. Metode Perancangan

a. Pra-Produksi

Merupakan metode dengan segala kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi, seperti :

1. Pembuatan jadwal kerja

2. Pembuatan konsep:

- Perancangan ide
- Penulisan naskah
- Pembuatan *storyboard*
- Pembuatan Aset

b. Produksi

Konsep yang telah dibuat pada tahap pra-produksi diterapkan dalam pembuatan video. Tahap produksi merupakan tahapan pembuatan video dan implementasi teknik *cinematic* pada video sesuai dengan naskah dan *storyboard* yang telah dibuat

c. Pasca-Produksi

Merupakan metode penyelesaian produksi menjadi hasil akhir. Tahapan ini meliputi :

1. Proses editing

2. Rendering

6. Metode Kuesioner

Pengumpulan data melalui penyebaran sekumpulan pertanyaan kepada responden, yang butir-butir pertanyaannya berhubungan

dengan masalah penelitian dan mempunyai makna, guna menguji hipotesis.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi. [3] Selain itu, dalam menunjang media yang akan dibuat, peneliti juga menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional serta uji kelayakan.

1.6.3 Metode Evaluasi

Dalam tahap evaluasi dilakukan pengujian informasi. Pada tahap evaluasi ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan informasi serta teknik yang dapat diterapkan pada video iklan Robs Vape, sehingga hasil video sudah sesuai dengan konsep dan dapat lebih dipahami oleh *audience*.

1.7 Sistematika Penulisan

Dengan mengikuti ketentuan penulisan skripsi dari Universitas Amikom Yogyakarta, maka ketentuan sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, dan metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang uraian tentang penelitian serupa atau teori-teori yang berkesinambungan dengan penelitian ini,

BAB III METODE PENELITIAN

pada bab ini berisi tentang deskripsi dari objek penelitian menurut hasil observasi atau wawancara dan berisi tentang rancangan dalam pembuatan video iklan yang akan dibuat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menerangkan tentang hasil dari analisis dan perancangan dalam proses pembuatan video iklan Robs Vape yang menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang inti dari hasil penelitian yang dibuat dan dipaparkan dalam bentuk poin-poin kesimpulan serta saran kepada pihak yang berkepentingan pada hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian akhir dari laporan penelitian ini berisi tentang sumber referensi yang menjadi ide-ide dasar atau teori dari para ahli atau penelitian terdahulu yang diterapkan oleh penulis untuk membuat penelitian ini.