

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini peranan media promosi merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan ketika menjalankan sebuah bisnis, baik bisnis dalam skala kecil maupun besar. Video merupakan salah satu media yang populer dalam berbagi informasi dan hiburan. Menciptakan video yang menarik perhatian penonton, diperlukan penggunaan teknik-teknik khusus. Dalam konteks ini, teknik *live shoot* dan *motion graphic* telah menjadi pilihan yang populer bagi pembuat video profesional.

Media promosi menjadi sebuah alat untuk memberikan informasi terbaru kepada target konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Ganteng Ganteng Seluler merupakan bisnis yang menjual produk paket data internet. Sebagai salah satu bisnis yang berdiri saat ini perlu mengikuti perkembangan teknologi berupa periklanan di *social media* dalam menyajikan informasi kepada masyarakat luas. Ganteng Ganteng Seluler memiliki cabang terbaru yang belum banyak calon pelanggan yang mengetahui, dan juga membutuhkan iklan berupa video yang menarik bagi konsumen untuk meningkatkan penjualan produk di cabang terbarunya.

Dengan *live shoot*, peneliti juga dapat menghadirkan kualitas visual yang lebih baik dan pengalaman yang lebih mendalam. Selain itu, *motion graphic* juga digunakan dalam penelitian ini. *Motion graphic* adalah representasi visual dari gerakan yang terjadi dalam video. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *motion graphic* untuk menjelaskan informasi lokasi toko Ganteng Ganteng Seluler. teknik ini adalah bentuk pengembangan dari desain grafis yang digunakan untuk membuat video iklan dan teknik ini adalah elemen penting yang harus ada. Dengan menggunakan kedua teknik tersebut diharapkan mampu memberikan informasi yang jelas dan menarik terhadap pelanggan.

Dari permasalahan yang sudah di paparkan maka penelitian ini akan membuat sebuah video iklan sebagai media promosi menggunakan metode *motion graphic* dan *live shoot* yang dapat meringkas informasi lebih singkat dibandingkan menggunakan gambar dan tulisan yang memerlukan teks yang panjang untuk menyampaikan sebuah informasi. Iklan berupa video untuk mempromosikan produknya supaya lebih menarik terhadap siapapun yang menyaksikannya. Hasil dari penelitian ini nantinya akan di bagikan di akun media sosial Ganteng Ganteng Seluler dan akan dijadikan perbandingan hasil penjualan sebelum dan sesudah dilakukannya penelitian ini.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat video iklan sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan pada Ganteng Ganteng Seluler?

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam pembuatan iklan Ganteng Ganteng Seluler, penulis membatasi masalah pada hal-hal tersebut :

1. Pembuatan iklan ini menggunakan teknik *Live Shot*, dan *Motion graphic*.
2. Durasi iklan mempunyai ketentuan video yang diunggah dalam 1 *feed* Instagram adalah 60 detik.
3. Hasil pembuatan video iklan ini berbentuk video dengan standar resolusi 1080p, standar BC H.264, ekstensi *file* .MP4.
4. Ruang lingkup penelitian berada di satu toko Ganteng Ganteng Seluler.
5. *Software* yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah *Adobe Premiere Pro 2022*, *Adobe After Effect 2020*, *Adobe Photoshop 2019*.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain:

1. Membuat iklan Ganteng Ganteng Seluler dengan menggabungkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* secara personal sesuai dengan kemampuan sendiri.
2. Membantu mempromosikan Ganteng Ganteng Seluler agar dapat menarik minat para pembeli dan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh periklanan pada keputusan pembeli dan pelanggan Ganteng Ganteng Seluler.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain:

1. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan pada produk Ganteng Ganteng Seluler.
2. Meningkatkan minat pelanggan untuk mengetahui lebih dalam tentang produk yang dijual Ganteng Ganteng Seluler melalui video.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah memahami dan membahas penelitian ini, maka penyajian penulisan penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

**BAB I PENDAHULUAN**, Menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI**, Menguraikan tinjauan pustaka dan landasan teori yang dimulai dengan tinjauan pustaka, dan konsep dasar pembuatan video *liveshoot* yang menggunakan teknik *motion graphic* dalam perancangan video promosi.

**BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**, Menjelaskan tentang analisis yang digunakan, ide cerita pada iklan, story board, serta penerapan *teknik live* dan *motion graphic* pada iklan Ganteng Ganteng Seluler.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN,** Menjelaskan tentang hasil dari pengujian video dan memberikan analisis hasil video promosi Ganteng Ganteng Seluler dengan teknik *live shot*, dan *motion graphic* serta pembahasannya dan pengujian video dengan metode *Alpha Testing*, dan *Beta Testing*.

**BAB V PENUTUP,** Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, dan saran dari penelitian yang telah di buat.

