

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan teknologi yang semakin canggih di zaman modern ini banyak cara dan strategi untuk membuat media promosi pada sebuah perusahaan sehingga mampu mencapai suatu strategi dalam meningkatkan daya tarik penjualan dan produk. Salah satunya dengan media periklanan Videografi pada saat ini mampu memberi solusi dalam dunia periklanan dan tak jarang media promosi menggunakan video karena lebih banyak menarik perhatian *viewer* atau calon konsumen. Di dalam video iklan yang saya buat ini akan ada perbedaan dengan iklan-iklan video lainnya karena di dalamnya diberi *Motion Graphics* yang dimana akan membuat iklan ini lebih menarik dan maksud dari iklan lebih mudah tersampaikan.

Dalam proses perancangan dan pembuatan iklan Videografi ini, teknik gambar video yang digunakan adalah *Live Shoot* dan *Motion Tracking* yang akan diambil gambarnya menggunakan camera dan terdapat gambar-gambar produk yang dipromosikan oleh perusahaan tersebut. Dirty House adalah toko yang dalam kasus ini Dirty House untuk mempromosikan produk dari toko tersebut masih blum menggunakan media video. Maka dari itu penulis akan menggunakan media promosi berbasis video sehingga calon konsumen akan lebih paham dan tertarik untuk membeli produk dari Dirty House

Pada media promosi Dirty House akan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking* dan akan dimaksimalkan di bagian *Editing*-nya karena selain dari teknik *Live Shoot* proses *Editing* dalam pembuatan dan perancangan media promosi ini juga sangat penting sehingga dapat memperkuat pesan dan informasi yang akan disampaikan. Maka pembuatan dan perancangan dari media promosi ini gunanya mendorong penulis untuk dapat memaksimalkan pembuatan sebuah video promosi yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan sehingga banyak calon konsumen yang mengunjungi Dirty House.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah adalah "Bagaimana membuat iklan Media Sosial Dirty House yang dikemas dalam sebuah video yang menarik untuk dipromosikan sesuai dengan kebutuhan objek?".

1.3 Batasan Masalah

Untuk membahas ini penulis menentukan batasan masalah dengan sebagai berikut :

1. Video iklan akan ditayangkan melalui promosi di social media *Instagram*.
2. Proses pengambilan gambar akan dilakukan dengan menerapkan teknik *live shoot*.
3. Tahap penelitian akan berakhir setelah pembuatan video iklan diserahkan kepada Dirty House

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ada tujuan yang ingin dicapai, Adapun tujuan dari peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai sarana Publikasi dan pengiklanan yang dapat digunakan oleh pihak Dirty House
2. Merancang Video Pengiklanan dan mengimplementasikan Teknik Live Shoot dan Motion Tracking ke dalam video pengiklanan Promosi Dirty House agar lebih menarik
3. Sebagai Syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta

1.3.2 Metode Perancangan

Dalam bukunya yang berjudul Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia dapat kita simpulkan bahwa pembuatan video iklan ini secara umum bertujuan untuk memberikan gambaran secara rinci kepada audience. Tahapan ini menggambarkan proses perancangan Video Iklan yang didalamnya terdapat beberapa langkah atau yang biasa disebut dengan Story Board. Suyanto, M (2005).

Peneliti merancang video iklan ini melalui metode produksi sebagai berikut:

1. Tahap Pengembangan, dalam pengembangan ini peneliti membuat *storyboard*, menyiapkan yang dibutuhkan dan menyiapkan tim untuk membantu kelancaran pengambilan gambar dalam video.
2. Tahap Produksi, dalam tahap ini peneliti mulai dari pemilihan kamera dan alat bantu yang lain untuk menentukan alat pengambilan gambar agar sesuai kebutuhan yang diperlukan, perekam suara, pengaturan cahaya, dan melakukan syuting berupa pengambilan objek dalam bentuk video sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat.
3. Tahap Pasca Produksi, pada tahap ini dimulai peneliti dari penyusunan video, melakukan proses *editing*, pembuatan *motion graphic*, penambahan narasi dan *background*. Kemudian peneliti melakukan *rendering* secara keseluruhan.

1.4. Metode Observasi

Metode Observasi ini dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video profil menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi.

1.4.1. Metode Wawancara

Wawancara dengan pihak Dirty House untuk mendapatkan data – data yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.4.2. Metode Studi Pustaka

Metode pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian melalui internet dari sumber valid dan terpercaya.

1.4.3. Metode Analisis**1. Kebutuhan Fungsional**

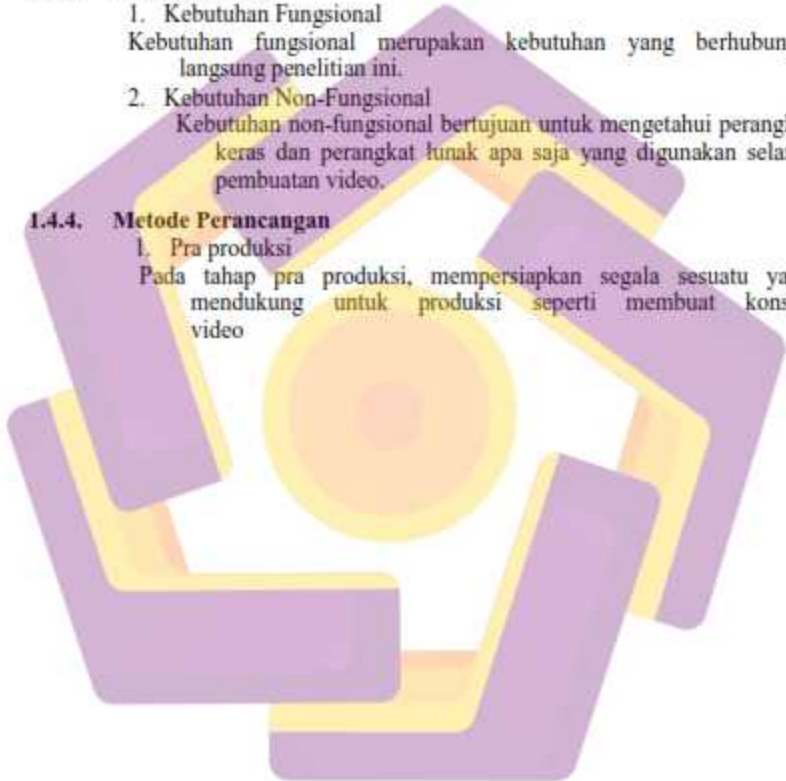
Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang berhubungan langsung penelitian ini.

2. Kebutuhan Non-Fungsional

Kebutuhan non-fungsional bertujuan untuk mengetahui perangkat keras dan perangkat lunak apa saja yang digunakan selama pembuatan video.

1.4.4. Metode Perancangan**1. Pra produksi**

Pada tahap pra produksi, mempersiapkan segala sesuatu yang mendukung untuk produksi seperti membuat konsep video



pengambilan data, persiapan perangkat keras yang digunakan untuk mengambil data.

2. Produksi

Pada tahap produksi, dilakukan pengolahan data, pembuatan animasi 2D menggunakan perangkat lunak Windows 10 Pro 64-bit, Adobe After Effect CC 2017, Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe Photoshop CC 2017, Adobe Audition CC 2017, Corel Draw X7.

3. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, dilakukan proses finishing dan pengecekan ulang sebelum diserahkan ke objek.

1.5. Metode Evaluasi

1.5.1. Audience

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking* yang dapat diterapkan pada video Dirty House sehingga visualisasi informasi dapat dengan mudah dimengerti audien.

1.5.2. Masyarakat bidang multimedia

Pada tahap ini untuk melakukan pengujian dan pembahasan video Dirty House apakah teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking* yang diterapkan pada video layak untuk menyampaikan sebuah informasi dan profil

1.6. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan penyusunan dan penulisan skripsi ini meliputi lima bab dengan rincian sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mengurai latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, dan sistematika penulis.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini penulis akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar *editing video*, dasar-dasar *visual film* dan *software* yang digunakan untuk melakukan proses *editing video*.

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah, perancangan iklan yang dibuat, gambaran umum tentang iklan, membahas apa saja yang dibutuhkan untuk membuat sebuah iklan.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai cara dan tahap pembuatan iklan, tahap analisis, implementasi, desain, dan hasil implementasinya.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang membangun dari seluruh bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh bahasan sekaligus manfaat dan kelebihan iklan serta kelemahan iklan yang dibuat.

6. DAFTAR PUSTAKA