

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan multimedia kini mempermudah kehidupan manusia, selain dalam bidang Pendidikan, multimedia juga digunakan sebagai alat untuk bersaing dalam perusahaan yaitu dalam memasarkan sebuah produk.

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 dan kelebihan multimedia adalah menarik indera serta menarik minat, karena multimedia merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan.[1]

Oleh karena itu multimedia digunakan sebagai alat bersaing dalam sebuah bisnis atau perusahaan yang berbentuk video iklan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat tentang bisnis tersebut. Studi kasus yang diambil adalah sebuah toko reseller yang menjual berbagai merk *apparel* dan *footwear* yaitu Itsflow Store, toko yang berasal dari Magelang dan Namanya yang sudah mulai banyak dikenal oleh masyarakat sekitar Magelang dan Yogyakarta. Rata-rata produk yang dijual adalah merk lokal, sehingga toko ini mengalami perkembangan yang bagus, karena anak muda zaman sekarang juga mulai banyak yang menyukai merk lokal. Pemasaran dalam toko ini menggunakan media Instagram dengan mengunggah ulang foto dari konsumen yang menggunakan produk yang dijual pada Itsflow dan mengunggah informasi tentang Itsflow pada akun Instagram nya. Itsflow Store ingin terus memberikan sebuah pelayanan

penyampaian informasi yang menarik dan informatif, baik kepada masyarakat atau calon konsumen, sehingga calon konsumen akan lebih mudah mengetahui informasi tentang Itsflow.

Dengan ini peneliti akan membuat iklan pada Itsflow Store yang berbentuk video dengan durasi satu menit. Pembuatan iklan ini dibuat dengan menampilkan pesan yang informatif, dan menarik, oleh karena itu Video akan dibuat menggunakan teknik *motion graphic* dan *live Shoot*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, dengan ini peneliti merumuskan masalah yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana cara membuat video iklan yang akan diterapkan pada Itsflow Store agar menarik dan informatif ?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan – batasan sebuah masalah yang akan diteliti agar penelitian tidak menyimpang dan mencapai tujuan yang diinginkan, dengan ini peneliti merumuskan beberapa batasan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Video iklan Itsflow Store berdurasi 1 menit.
2. Pengerjaan iklan dilakukan pada toko – toko Itsflow Store.
3. Teknik yang digunakan adalah *motion graphic* dan *live shoot*
4. Sasaran promosi yang akan digunakan adalah media social Instagram.
5. Hasil akhir video iklan adalah format file video .Mp4 dengan kualitas HD atau 1280×720p.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan sebagai media promosi dan informasi.
2. Membuat Video iklan yang menarik dan Informatif
3. Menerapkan Teknik motion graphic dan live shoot dalam pembuatan video iklan pada Itsflow Store.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini dapat dirasakan oleh dua pihak yaitu bagi peneliti dan bagi objek penelitian, manfaat tersebut adalah:

1. Manfaat bagi peneliti :
 - a. Dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan Pendidikan Strata-1 jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
 - b. Menambah pengalaman dalam membuat sebuah video iklan promosi.
 - c. Dapat menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Manfaat bagi objek penelitian :
 - a. Mempunyai sebuah video iklan sebagai media promosi baru dan dapat digunakan berulang kali atau digunakan pada media lain.
 - b. Dengan dibuatnya video iklan ini diharapkan dapat memikat penonton sehingga tertarik dengan Itsflow dan semoga bisa menambah konsumen.
 - c. Lebih dikenal dengan mudah oleh calon konsumen.

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

Sebuah kegiatan pengumpulan data untuk menggali informasi tentang Itsflow Store yang di butuhkan untuk keperluan penelitian agar tujuan penelitian dapat terselesaikan. Berikut adalah metode penelitian yang digunakan.

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode ini dilakukan untuk mengamati secara langsung pada toko Itsflow dan mengamati media Instagram itsflow. Observasi dilakukan sebagai gambaran peneliti untuk visualisasi yang akan diterapkan pada iklan dan Pengambilan data ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan data yang diperlukan untuk kepentingan penelitian.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan bertanya langsung kepada pemilik dari Itsflow yaitu Lukman Aji Wibawa untuk menggali lebih dalam informasi tentang Itsflow. Wawancara dilakukan pada tanggal 27 November 2019, pertanyaan yang diajukan meliputi permasalahan yang ada pada objek dan pertanyaan lain yang dibutuhkan oleh penulis.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis SWOT yang memiliki kepanjangan kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), ancaman (*Threats*). Tujuan menggunakan metode ini adalah untuk mengidentifikasi masalah yang ada dalam objek penelitian sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang dibutuhkan objek tersebut.

1.6.3 Metode Perancangan

Peneliti melakukan metode perancangan pada skripsi ini yang terdapat beberapa proses dalam pra produksi seperti menjabarkan ide dan konsep, naskah, dan *storyboard*.

1.6.4 Produksi

Dalam tahap produksi ini, peneliti melakukan pengambilan video yang dibutuhkan dan membuat *motion graphic* yang akan dimasukan kedalam video.

1.6.5 Pasca produksi

Tahap pasca produksi dalam penelitian ini dilakukan proses editing seperti menggabungkan video dan *motion graphic* serta melakukan perubahan dalam video sesuai dengan kebutuhan hingga sampai ke tahap render yang akan menghasilkan video akhir.

1.6.6 Evaluasi

pada tahap evaluasi peneliti melakukan evaluasi terhadap hasil akhir video dengan melakukan perbandingan kebutuhan fungsional dengan video dan melakukan uji kuisioner.

1.6.7 Implementasi

Dalam tahap implementasi peneliti akan mengunggah video ke Instagram dan menyerahkan video akhir kepada pihak Itsflow.

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 promosi Itsflow Store 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.

