

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kain Lurik adalah salah satu warisan turun temurun yang berasal dari Jawa Tengah. Kain lurik biasanya bermotif lorek atau garis-garis baik horizontal maupun vertikal. Dahulu kain lurik hanya digunakan sebagai pembuatan “surjan” atau pakaian pria khas kesultanan Yogyakarta dan “beskap” dari wilayah Kasunanan Surakarta Arumsari et al., (2018)” [1]. Namun seiring perkembangan zaman kain lurik tidak hanya digunakan di wilayah kerajaan saja, banyak masyarakat kini yang sudah menggunakan produk dari kain lurik modern. Kain lurik sendiri memiliki beberapa warna seperti coklat, merah, hijau dan hitam putih. Dari warna-warna tersebut yang paling menjadi khas kain lurik yaitu warna coklat dan hitam putih.

Produksi kain lurik bagong asli saat ini bertempat di desa kedungjambal kecamatan tawangasari, kabupaten sukoharjo provinsi jawa tengah. Rumah produksi kain lurik bagong asli ini berdiri sejak dahulu yang sudah dikelola secara turun temurun. Yang awal produksi hanya memasarkan kain saja sekarang sudah merambat ke pembuatan pakaian dan aksesoris seperti gamis, kemeja, celana kulot, dompet serta sandal untuk berpergian.

Untuk menawarkan produk-produk khas Jawa Tengah yaitu kain Lurik, produsen harus membuat perancangan dan produksi iklan yang berbentuk video. Menurut Veza et al., (2020) Promosi menggunakan media video dipilih karena lebih efektif, konten video untuk pemasaran mulai dipakai oleh 82% bisnis hal ini dinilai strategi yang paling penting adalah dengan melakukan video marketing atau pemasaran dengan video. Perancangan dan produksi iklan dengan video ini menggunakan metode *Live Shoot* [2].

Menurut Jatmiko, (2014) definisi dari *Live shoot* adalah serangkaian rekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter

yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang menciptakan suatu adegan yang dramatis, yang dipadu dengan kejadian dramatis lainnya dan disusun pada suatu proses editing [3].

Dalam latar belakang tersebut, penelitian pada skripsi ini penulis memilih topik mengenai “Perancangan dan Produksi Iklan : Kain Lurik Bagong Asli, Sukoharjo Jawa Tengah dengan *Live Shoot*”. Penulis berharap dengan perancangan dan produksi iklan mengenai produk kain lurik bagong asli secara detail akan membuat konsumen lebih yakin untuk melakukan transaksi. Penulis akan membuat video iklan yang akan upload di platform media sosial, dipilih platform media sosial karena konsumen lebih tertarik berbelanja online dan praktis. Video akan berisi gambaran dari kain lurik bagong asli, suara dan tulisan untuk lebih jelasnya. Iklan video yang dibuat menjelaskan mengenai detail kain lurik bagong asli yang akan memudahkan konsumen memahami jenis-jenis kain dan lebih yakin untuk bertransaksi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu “Bagaimana perancangan dan produksi iklan kain lurik bagong asli, Sukoharjo Jawa Tengah dengan *Live Shoot*?”.

1.3 Batasan Masalah

Pembuatan video iklan ini melibatkan banyak faktor, sehingga penulis mendefinisikan batasan masalah yang terkait dengan pembuatan video iklan ini sebagai berikut :

1. Pembuatan video ini menggunakan metode *Live Shoot* pada media promosi interaktif berbasis multimedia
2. Durasi yang ada dalam video 2 menit

3. Pembuatan video iklan produk kain lurik bagong asli ini dibuat untuk khalayak umum yang membahas mengenai detail kain lurik bagong asli
4. Software yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah Adobe Premier dan Adobe After Effect
5. Penerapan video ini akan ditayangkan pada beberapa platform media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook dan Whatsapp.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana “Perancangan dan Produksi Iklan Kain Lurik Bagong Asli Sukoharjo Jawa Tengah dengan *Live Shoot*”.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini adalah:

1. Meningkatkan pengetahuan mengenai perancangan dan produksi iklan melalui video *Live Shoot*
2. Memberikan informasi kepada konsumen mengenai detail produk kain lurik Bagong Asli
3. Konsumen dapat mengetahui multimedia bisa dijadikan untuk mempromosikan UMKM atau menggunakan multimedia sebagai iklan layanan.
4. Meningkatkan pemasaran produk dan pangsa pasar.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang akan penulis gunakan dalam perancangan pembuatan iklan adalah :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Menurut AMALIA et al., (2019) metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang mengukur sikap dari responden dan dapat digunakan untuk mendapatkan beberapa kejadian yang terjadi. Teknik ini juga dapat digunakan apabila penelitian ditujukan untuk

mempelajari pada responden yang tidak terlalu besar. Selain itu, observasi ini dilakukan dengan mengamati langsung lokasi/daerah yang akan dijadikan untuk penelitian [4].

2. Metode Wawancara

Menurut Rosyidah et al., (2021) metode wawancara adalah metode yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pengalaman baik maupun pengalaman buruk dari masing-masing pengguna [5].

3. Metode Studi Literatur

Menurut PILENDIA (2020) Studi Literatur adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian [6].

4. Metode Dokumentasi

Menurut Arifin (2021) metode dokumentasi dengan tujuan mengumpulkan data yang berguna untuk memperkuat data yang diperoleh dari wawancara. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan dokumen berupa foto-foto, video, film pada proses pembelajaran [7].

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats) merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan dalam sistem multimedia meliputi:

1. Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersial diproduksi secara nyata. Perencanaan

secara baik sebelum diproduksi dapat menghemat biaya yang dikeluarkan pemesan multimedia komersial. Hal inilah manfaat utama tahap pra produksi.

2. Tahap Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini editing dilakukan, suara backsound ditentukan, pembuatan character diatur.

3. Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi tersebut meliputi pengeditan video, pemberian efek, pengoreksian warna, pemberian efek suara dan musik latar.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah deskripsi singkat dari setiap bab yang menjelaskan gambaran umum dari setiap bab. Sistematika penulisan dari skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, menjelaskan definisi tentang penjelasan mengenai kain lurik, menjelaskan mengenai perancangan dan produksi iklan, menjelaskan metode pembuatan video dengan metode *Live Shoot*.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian apa yang digunakan, menjelaskan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi.

4. BAB IV PEMBAHASAN

5. BAB V PENUTUP

Pada BAB V merupakan bagian penutup dalam penulisan skripsi, pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari skripsi.

6. BAB VI DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber atau referensi yang digunakan dalam penulisan pada skripsi ini.

