

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah periklanan, khususnya periklanan dalam berbagai media video bagi usaha sebuah toko sparepart sangat diperlukan. Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan usaha sparepart disuatu tempat, periklanan video selalu menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text.

Upaya promosi guna mendapatkan konsumen bukanlah proses yang mudah. Melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis di objek penelitian Terminal Motor, penulis menemukan dalam upaya memperkenalkan Terminal Motor, sampai pada saat ini mengandalkan relasi dari mulut ke mulut guna menjangkau konsumen. Oleh karena itu toko ini membutuhkan solusi untuk mempromosikan usahanya melalui video iklan agar dapat dikenal dan menjangkau konsumen.

Terminal Motor merupakan salah satu toko yang berada dipasar Grabag, Magelang yang berkembang di bidang penjualan sparepart mobil. Dengan berkembangnya kebutuhan akan sparepart mobil yang dibutuhkan oleh para konsumen, maka akan memberikan peluang bagi Terminal Motor untuk menambah jumlah konsumen. Banyaknya saingan yang ada membuat toko ini masih kurang dikenal oleh beberapa konsumen. Dengan melalui penyampaian

informasi secara visual ke dalam bentuk iklan dengan menggunakan teknik *motion graphic*, teknik ini adalah bentuk pengembangan dari desain grafis yang digunakan untuk membuat video iklan dan teknik ini adalah elemen penting yang harus ada, dan *live shoot* sendiri adalah teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung. Dengan menggunakan kedua teknik tersebut diharapkan mampu memberikan informasi tentang barang dan harga di Terminal Motor secara detail. Pemasaran informasi Terminal Motor tidak lagi menggunakan media cetak namun penyebarannya melalui media sosial.

Dengan adanya media informasi yang berbentuk video maka akan lebih mudah untuk dipahami oleh calon konsumen untuk diterapkan dalam penjelasan profile dan barang di Terminal Motor, agar penyampaian informasi dapat efektif. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : "Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Pada Terminal Motor".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah "Bagaimana membuat iklan pada Terminal Motor?".

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu :

1. Dalam video iklan ini berupa video *live shoot* dengan menambahkan beberapa *motion graphic*.
2. Format file video ini menggunakan .Mp4 dengan kualitas HD dengan resolusi 1280 x 720p
3. Durasi video ini -+ 1 menit.
4. Perangkat lunak yang digunakan untuk pembuatan video adalah Windows 10 pro, Adobe After Effect CS6, Adobe Audition CS6, Adobe Photoshop CS6, Adobe Preimer CS6.
5. Informasi yang disampaikan mencakup barang yang ada di TERMINAL MOTOR.
6. Video iklan Terminal Motor akan dipublikasikan melalui media sosial.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Membuat video iklan sebagai media promosi bagi Terminal Motor.
2. Membantu mempromosikan dan mempublikasikan Terminal Motor kepada masyarakat.
3. Sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam pembuatan iklan pada Terminal Motor adalah sebagai berikut :

### **1.5.1. Metode Pengumpulan Data**

Metode atau teknik yang pengumpulan data yang digunakan dalam pembuatan media promosi Terminal Motor adalah sebagai berikut :

#### **1.5.1.1. Metode Observasi**

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui tentang gambaran – gambaran tentang yang diteliti.

#### **1.5.1.2. Metode Wawancara**

Wawancara langsung dilakukan dengan pemilik toko dan pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, gunanya mendapatkan data – data yang dibutuhkan dalam penelitian.

#### **1.5.1.3. Metode Studi Pustaka**

Studi dilakukan dengan membaca buku dan mencari data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid sebagai pedoman atau acuan tambahan.

### **1.5.2. Metode Analisis**

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis kebutuhan fungsional, kebutuhan non fungsional dan analisis SWOT. Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh iklan dari segi informasi.

Kebutuhan non fungsional terdiri dari *software*, *hardware* dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

### **1.5.3. Metode Perancangan**

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pra produksi, dengan menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

### **1.5.4. Metode Pengembangan**

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi meliputi pembuatan *motion graphic*, pengambilan gambar dengan menggunakan teknik *live shoot*. Tahapan selanjutnya adalah pasca produksi yang meliputi *editing* dan *review* hasil editing, pemberian *sound effect* hingga tahap finishing berupa *rendering*.

### **1.5.5. Metode Testing**

Peneliti melakukan testing terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di youtube.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah memahami dan membahas penelitian ini, maka penyajian 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*, serta software- software pendukung 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 Terminal Motor.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Menjelaskan tentang hasil dari pengujian video dan memberikan analisis hasil video promosi Terminal Motor dengan teknik *motion graphic* dan *liveshoot* serta pembahasannya.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran dan daftar pustaka.

## **DAFTAR PUSTAKA**