

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan, ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Dimana dengan adanya promosi ini diharapkan seseorang bisa mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan diri pada suatu barang, jasa, produk, image, atau perusahaan yang menjadi sasarannya [1]. Saat ini media promosi tidak hanya melalui media cetak saja. Sudah banyak sekali media promosi yang menggunakan media berupa sebuah video. Penggabungan teknik liveness dan motion graphic dalam pembuatan video sangatlah menarik karena dapat memvisualisasikan sesuatu dengan lebih jelas dan mudah dipahami.

Braders clean and care merupakan badan usaha yang melayani jasa perawatan dan cuci sepatu. Braders clean and care didirikan oleh Abdussalam Gunoprayogo, ST pada tahun 2016 berlokasi di Jl.Prawirokuat No.109, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Usaha ini melayani jasa perawatan dan cuci sepatu dengan menawarkan lima macam pelayanan yaitu, *deep cleaning*, *repaint*, *reglue*, *unyellowing*, dan *leather care*.

Berdasarkan peninjauan yang dilakukan penulis pada objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa saat ini Braders Clean and Care hanya melakukan promosi melalui media sosial saja. Media sosial yang digunakan untuk promosi adalah instagram dengan memposting hasil pelayanan berupa foto. Media promosi ini sudah berjalan cukup baik namun ada beberapa keunggulan dari outlet yang

tidak bisa ditampilkan melalui sebuah foto dan belum bisa menginformasikan secara detail proses pelayanan dan jasa yang ditawarkan sehingga kurang menarik minat pelanggan.

Dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul "Pembuatan Video Iklan Pada Braders Clean And Care Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Liveshoot Dan Motion Graphic". Dalam penelitian ini diharapkan mampu menyampaikan informasi tentang Braders Clean and Care secara jelas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu : "Bagaimana membuat media promosi Braders Clean and Care Menggunakan Teknik Liveshoot dan Motion Graphic?"

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian media promosi ini adalah Braders Clean and Care.
2. Materi video berisi tentang informasi yang mendukung promosi.
3. Media promosi dibuat dengan durasi kurang lebih 2 menit.
4. Media promosi akan ditayangkan di instagram perusahaan.
5. Media promosi ini menggunakan teknik liveshoot dan motion graphic.
6. Dalam pembuatan media promosi menggunakan *software Adobe after effect, Adobe Premiere Pro, Adobe Photoshop, Adobe Audition, dan Adobe Illustrator.*

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan dan telah diidentifikasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah membantu Braders Clean and Care dalam mempromosikan jasa perawatan dan cuci sepatu, sehingga mampu meningkatkan minat pelanggan untuk menggunakan jasanya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mempromosikan Braders Clean and Care kepada pelanggan.
2. Memberikan informasi kepada pelanggan tentang Braders Clean and Care.
3. Sebagai salah satu media promosi Braders Clean and Care.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui gambaran yang jelas tentang permasalahan objek yang diteliti.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan sistem pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pemilik Braders Clean and Care untuk memperoleh informasi maupun data yang diperlukan.

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan sistem pengumpulan data dengan mempelajari teori tentang video iklan dan teknik pembuatan video yang bersumber dari ebook, buku, artikel, jurnal, internet dan laporan penelitian.

4. Metode Kuesioner

Metode kuesioner merupakan sistem pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sekumpulan pertanyaan kepada responden yang berhubungan dengan masalah penelitian untuk menguji hipotesis.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi [2].

1.6.3 Metode Perancangan

Berdasarkan perancangan yang digunakan peneliti untuk menentukan hasil yang akan dicapai. Video iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui tiga tahapan yaitu:

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahapan persiapan pembuatan video, diantaranya meliputi naskah dan storyboard.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahapan pembuatan video dan implementasi teknik liveness dan motion graphic pada video sesuai dengan naskah dan storyboard yang telah dibuat.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan salah satu tahap dari proses pembuatan video. Tahap ini dilakukan setelah tahap produksi video selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti pengeditan video, pemberian efek khusus, pengoreksian warna, pemberian musik latar, hingga penambahan animasi motion graphic.

1.6.4 Evaluasi

Setelah pembuatan video selesai, maka penulis melakukan sebuah evaluasi dengan menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang dengan cara mengumpulkan data hasil kuisioner.

1.7 Sistematis Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematis penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematis penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan berisikan tentang tinjauan pustaka dimana teori-teori yang berkaitan dengan masalah peneliti tersebut akan menjadi rujukan peneliti untuk merancang dan membuat video periklanan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan profil singkat Braders Clean and Care, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, dan storyboard mengenai tahapan pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang proses pembuatan video iklan yang dibuat serta dijelaskan juga tahapan produksi dan tahapan pasca produksinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari proses pembuatan video iklan dan berisi saran sebagai perbaikan bila ada peneliti lain yang ingin mengembangkan media dengan masalah yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadi referensi sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis.