

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di zaman modern saat ini yang diikuti dengan perkembangan teknologi media promosi menggunakan video yang berisikan konten menarik yang mudah untuk dipahami. Media promosi dikatakan baik apabila iklan promosi tersebut dirancang menarik dan seunik mungkin sehingga bisa mempengaruhi masyarakat dan bisa memberikan dampak positif bagi masyarakat dan perusahaan. Multimedia merupakan salah satu yang tepat untuk menyampaikan informasi dalam bentuk audio dan video. Multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu yang biasa menjadi lebih menarik[1].

Jogcha Premium Honey atau biasa disebut Jogcha Madu merupakan madu yang berasal dari Sumbawa. Jogcha madu merupakan madu segar tanpa campuran bahan pengawet. Dalam produk Jogcha Madu ada dua jenis madu Sumbawa yang disajikan yaitu madu coklat yang dihasilkan oleh lebah Apis Dorsata, dan madu Trigona yaitu madu putih yang dihasilkan oleh lebah Trigona SP dari hutan bebas polusi. Beragam manfaat madu diantaranya, memperbaiki fungsi pencernaan, meningkatkan nafsu makan anak-anak, meningkatkan fungsi jantung, ginjal, dan organ tubuh lain, serta meningkatkan gizi dan kaya antioksidan. Jogcha Madu ini telah disebarakan hampir keseluruh Indonesia. Telah dipasarkan pada supermarket terkenal pada wilayah Jawa khususnya di wilayah Yogyakarta yaitu di R&B, Mirota Kampus, Plaza Argo, Ambarukmo Plaza dan Plaza UNY. Namun setelah dilakukannya wawancara dengan Ibu Sylvana sebagai owner Jogcha Madu, terdapat beberapa permasalahan dari owner itu sendiri antara lain tentang video iklan pemasaran produk.

Upaya periklanan yang dilakukan pihak Jogcha Madu selama ini menggunakan media sosial dan website sebagai media periklanan untuk mengenal produk Jogcha Madu. Cara tersebut kurang efektif karena hanya berupa gambar dan teks saja sehingga terlihat monoton dan kurang menarik. Maka dengan ini penulis memberikan pilihan media periklanan yang efektif dan efisien untuk mempromosikan atau memperkenalkan kepada calon konsumen perihal apa saja produk yang ditawarkan.

Pembuatan sebuah video juga memerlukan teknik untuk menyajikan visualisasi yang menarik, salah satunya yaitu teknik *motion graphic*. *Motion graphic* merupakan sebuah subset dari Multimedia yang menggunakan elemen grafis dan prinsip-prinsip desain grafis dalam konteks pembuatan film atau produksi video melalui animasi atau teknik perfilman lainnya[2]. Dalam video promosi ini *motion graphic* digunakan sebagai animasi title tracking, desain animasi, dan title sequence. Sedangkan untuk teknik *liveshoot* akan menampilkan beberapa produk Jogcha Madu.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **Perancangan dan Pembuatan Media Promosi “Jogcha Premium Honey” Yogyakarta Menggunakan Liveshoot dan Motion graphic**. Dengan penerapan *Liveshoot* yang dikombinasikan dengan *Motion graphic* sebagai pelengkap, diharapkan dapat menarik minat calon konsumen dan mendapatkan informasi tentang produk Jogcha Madu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana membuat video iklan Instagram pada Jogcha Premium Honey sesuai dengan poin-poin yang digunakan dalam periklanan menggunakan *liveshoot* dan *motion graphic*?”

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah dirumuskan, maka diperlukan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Video iklan yang dibuat adalah video untuk menarik calon konsumen agar mengetahui produk Jogcha Madu.
2. Pengambilan gambar secara berkala hanya ruang lingkup produk Jogcha Madu.
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini adalah livenesshoot dan *motion graphic*.
4. Video iklan ini akan di serahkan kepada Owner Jogcha Madu.
5. Video iklan Jogcha Madu akan ditampilkan di Instagram Jogcha Madu dan berdurasi 1 menit.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

- A. Maksud yang ingin penulis jelaskan dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:
 1. Membantu Jogcha Premium Honey dalam pembuatan video iklan untuk bersaing dengan produk madu lainnya.
 2. Membuat video iklan sesuai dengan kebutuhan objek.
- B. Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:
 1. Sebagai sarana publikasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Jogcha Madu sebagai media periklanan.
 2. Meningkatkan daya saing produk Jogcha Madu.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti

1. Membuka pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat video iklan.
2. Memahami penerapan teknik livenesshoot dan *motion graphic* untuk hasil yang lebih baik.

1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Sebagai media promosi dan penyampaian informasi Jocha Premium Honey untuk mencakup calon konsumen yang lebih luas.
2. Video promosi ini membantu memasarkan produk Jogcha Premium Honey pada media sosial.
3. Meningkatkan daya saing dengan produk-produk madu sehat yang ada di Kota Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Adapun beberapa metode penelitian yang digunakan penulis dalam rancangan dan pembuatan video promosi sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan owner Jogcha Premium Honey untuk mengetahui informasi dan data yang penulis butuhkan.

b. Metode Observasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati dan menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis digunakan untuk melakukan analisa data yang akan didapatkan dari penelitian yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan, sehingga mendapatkan hasil video yang maksimal. Dengan uraian diatas penulis menggunakan metode analisis SWOT untuk melakukan penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan video promosi meliputi ide cerita dalam video, membuat naskah untuk alur cerita dan merancang storyboard.

1.6.4 Metode Pengembangan

Pada metode pengembangan ini peneliti melakukan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap sebelum produksi
 - a. Membuat naskah cerita
 - b. Desain logo Jogcha Premium Honey
 - c. Desain title produk
2. Tahap produksi
 - a. Editing
 - b. Rendering

1.6.5 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video untuk menentukan kelayakan penayangan pada sosial media atau media lainnya yang sesuai dengan kewenangan dari pihak Jogcha Premium Honey.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah berisi uraian singkat setiap bab, dimana uraian ini memberikan gambaran secara langsung tentang isi dari tiap-tiap bab yang ada dalam skripsi. Adapun sistematika dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, teori-teori dasar pembuatan video, teori multimedia dan software yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan, yaitu analisis masalah, analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan video, mulai dari pembuatan alur cerita serta tahapan produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan bagaimana pembuatan video mulai dari pra produksi, produksi hingga tahapan post produksi serta penerapan video promosi yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang ada pada skripsi ini.

