

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periklanan merupakan salah satu tahap dalam pemasaran. Produk barang atau jasa, baik penamaanya, pengemasannya, penetapan harga, dan distribusinya tercermin dalam kegiatan periklanan. Tanpa periklanan, berbagai produk tidak akan mengalir secara lancar ke para distributor atau penjual, apalagi ke tangan konsumen. Dengan memadukan berbagai unsur yaitu, gambar, suara, teks dan animasi sehingga dengan media iklan dalam bentuk video ini diharapkan lebih efektif dalam menyampaikan informasi kepada konsumen [1].

Dalam periklanan banyak ditemukan iklan yang bertujuan untuk mengenalkan suatu usaha atau bisnis agar dikenal oleh masyarakat luas. Dekaes Clothing Industries adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang konfeksi yaitu, pembuatan kaos dan sablon. Dari awal berdiri sampai saat ini Dekaes Clothing Industries hanya menggunakan media *Facebook* untuk promosi dan mengenalkan usaha mereka. Dirasa masih belum cukup, dikarenakan hanya memiliki 128 pengikut. Kebanyakan pelanggan atau konsumen mengetahui informasi Dekaes Clothing Industries hanya dari mulut ke mulut itupun yang membuat informasi tersebut hanya diketahui oleh masyarakat sekitar dan kurang menjangkau untuk lingkup yang lebih luas.

Dekaes Clothing Industries juga menggunakan layanan berbayar *facebook ads* dan yang ditampilkan dalam iklan berupa gambar dan teks saja. Dalam hal ini Ghoffar selaku pemilik usaha menginginkan promosi dalam bentuk video. Dengan media iklan yang didalamnya dapat menampilkan varian kaos yang dijual, pelayanan jenis sablon, alamat toko dan nomor telepon dan cara menyablon kaos, supaya konsumen dapat melihat dan mengetahui apa saja yang ada di Dekaes Clothing Industries. Untuk penyajian informasi, video dapat menampilkan apa yang tidak dapat dilakukan oleh gambar dan teks. Sehingga dengan video iklan yang nantinya

dapat diupload di dalam media sosial, seperti youtube, whatsapp, instagram dan lainnya sebagai ajang promosi yang menyajikan info secara lengkap.

Dalam pembuatan video iklan ini penulis menggunakan teknik *motion tracking* sebagai media informasi untuk masyarakat luas. Teknik *motion tracking* adalah teknik pemberian atau manipulasi gambar dengan menelusuri wilayah dengan objek yang bergerak yang sebelumnya sudah diberi titik point.[2] Kelebihan video dibandingkan dengan materi posting lainnya adalah dapat menampilkan teks, gambar, suara, video secara bersamaan.

Dari pokok permasalahan yang ada, penulis menyusun skripsi menggunakan teknik *motion tracking* untuk pembuatan video iklan sebagai media informasi Dekaes Clothing Industries. Dengan mengangkat judul "Pembuatan Video Iklan Dekaes Clothing Industries dengan Teknik Motion Tracking sebagai Media Promosi" diharapkan dapat menjadi ajang promosi dan publikasi usaha Dekaes Clothing Industries agar lebih dikenal masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah "Bagaimana membuat video iklan pada Dekaes Clothing Industries dengan Teknik Motion Tracking untuk media promosi?"

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan sebagai media promosi pada Dekaes Clothing Industries batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Dekaes Clothing Industries.
2. Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *motion tracking*
3. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Magix Vegas Pro 18 dan Photoshop.
4. Durasi video iklan ini adalah 30-60 detik.
5. Hasil akhir berupa video diserahkan kepada Dekaes Clothing Industries.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis membuat skripsi video iklan ini adalah:

1. Memberikan informasi tentang Dekaes Clothing Industries dengan metode yang menarik yaitu menerapkan motion tracking.
2. Memberikan informasi mengenai promo yang ada di Dekaes Clothing Industries sebagai konten promosi yang menarik.
3. Mempromosikan Dekaes Clothing Industries kepada masyarakat luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini yaitu:

1.5.1 Bagi Peneliti

1. Menjadi inspirasi peneliti untuk pengembangan selanjutnya menggunakan teknik serupa agar lebih baik.
2. Memahami penerapan teknik *Motion Tracking* untuk hasil yang lebih optimal.
3. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat video promosi.

1.5.2 Bagi Dekaes Clothing Industries

1. Sebagai media promosi yang menarik.
2. Mengenalkan usaha Dekaes Clothing Industries kepada masyarakat luas.
3. Meningkatkan jumlah konsumen Dekaes Clothing Industries.

1.6 Metode Penelitian

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan suatu jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya (Rosdy Ruslan, 2003:24). Dalam pengumpulan data dan

informasi untuk masalah yang ada, penulis menggunakan beberapa metode antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam proses pembuatan video iklan ini adalah:

1.6.1.1 Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara orang yang mengadakan observasi turut ambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang diobservasi. Metode observasi ini digunakan penulis untuk memperoleh data dengan mengamati secara langsung mengenai kegiatan pada Dekaes Clothing Industries yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan video media iklan tersebut data-data yang diperoleh penulis melalui observasi adalah dokumen, gambar, serta video.

1.6.1.2 Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung yang mendukung permasalahan kepada pihak yang terkait. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan Ghoffar selaku pemilik usaha Dekaes Clothing Industries.

1.6.1.3 Studi Kepustakaan

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengkajian sumber referensi tertulis berupa buku-buku yang relevan dan beberapa contoh iklan di internet.

Mengumpulkan bahan atau materi penelitian berupa:

- a. Buku referensi mengenai dasar-dasar pembuatan iklan *Motion Tracking*.
- b. Data-data sebagai bahan kajian maupun referensi berupa informasi tertulis maupun beberapa contoh iklan yang ada di internet.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi tugas akhir dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian dari sistem periklanan, teori-teori dasar pembuatan video, teori multimedia dan software yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi ini.

BAB III TINJAUAN UMUM

Bab ini berisi tentang sejarah singkat, visi dan misi, serta data data lain yang diperoleh dari Dekaes Clothing Industries.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan, yaitu analisis masalah, analisis kebutuhan sistem analisis kelayakan video, dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi serta penerapan video promosi yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

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