

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini tidak dapat lepas dari teknologi seperti pendidikan, pekerjaan terutama pada bidang bisnis dan hampir segala aspek sehari-hari pun tidak dapat lepas dari teknologi dimana kita dapat berkomunikasi dengan semua orang melalui gadget, sehingga usaha kecil atau besar dapat memanfaatkan teknologi supaya bisnis yang dijalankan dapat hasil yang maksimum dalam hal promosi iklan yang dapat ditampilkan melalui media sosial saat ini [1].

Menurut Arif Video Motion Graphic merupakan kombinasi dari *fine art, photography, illustration, digital art, typography dan image*, yang dibuat bergerak. Video Motion Graphic digunakan sebagai alat berkomunikasi visual yang bergerak. Salah satu fungsi motion graphic adalah untuk menarik perhatian dan menyampaikan sebuah pesan [2].

Menurut Lee, Monle dan Carla Johnson, Prinsip-prinsip Periklanan dalam perspektif Global, Periklanan adalah komunikasi komersial dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produk yang ditransmisikan ke suatu target khalayak melalui media bersifat massif seperti televisi, radio, koran, majalah, reklame luar ruangan atau kendaraan umum [3].

Permasalahan yang dihadapi ShoesRoof yaitu dari segi promosi yang sudah ada namun pemilik menginginkan untuk menambah promosi dalam bentuk video motion graphic untuk memperkenalkan perusahaan, produk dan promo-promo pada ShoesRoof.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian dan penyusunan skripsi ini dibuat dengan judul **“Perancangan Iklan Shoesroof Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic.”**

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan masalah yang akan dipecahkan pada penelitian/perancangan ini yaitu “Bagaimana

merancang dan membuat video iklan Shoesroof dengan menggunakan teknik live shoot dan Motion Graphic untuk meningkatkan insight view pada Instagram Shoesroof’.

### 1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang disampaikan penulis membatasi permasalahan dan pembuatan skripsi.

1. Video iklan meliputi tempat, produk dan promo Shoesroof.
2. Teknik yang digunakan untuk pembuatan iklan yaitu Live Shoot dan Motion Graphic
3. Video iklan tayangkan di Instagram Shoeroof berdurasi 60 detik.

### 1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mempermudah Shoesroof untuk memperkenalkan tempat, produk dan promo yang ada di Shoeroof kepada masyarakat umum melalui video iklan.
2. Membantu meningkatkan *view insight* Instagram Shoeroof.
3. Sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

### 1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penyusunan penelitian ini adalah

1. Bagi penulis
  - a. Untuk menerapkan disiplin ilmu dan teknologi dalam penyampaian informasi sekaligus promosi Shoesroof melalui video iklan.
  - b. Dapat berbagi pengalaman melalui proses iklan.
  - c. Sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2. Bagi Objek
  - a. Membantu *insight view* instagram Shoeroog

- b. Sebuah bentuk video untuk memperkenalkan Shoeroof kepada masyarakat umum.
3. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta
- a. Dapat menjadi untuk penelitian lebih lanjut, terutama yang berkaitan dengan perancangan pembuatan video iklan.

## **1.6 Sistematika penulisan**

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

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang teori dan referensi yang berhubungan dengan pembahasan pada tema yang diambil.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan bagaimana analisis terhadap permasalahan yang ada dan perancangan video mulai dari pembuatan alur cerita sampai tahap produksi.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan bab yang membahas tentang implementasi pembuatan video iklan mulai dari pra produksi, produksi hingga tahap pasca produksi serta menerapkan video promosi yang telah dibuat.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran daftar pustaka yang ada pada skripsi