

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan istilah yang tentunya sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat, kelebihan media promosi khususnya iklan dapat menarik minat khalayak karena mengandung gerakan, gambar dan suara. Perkembangan multimedia saat ini sangat pesat, dan perkembangan multimedia sangat diperlukan dalam berbagai bidang seperti periklanan. Multimedia adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi, audio, dan video dengan alat dan tautan untuk memungkinkan pengguna melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi.

Live Shoot merupakan rangkaian rekaman orang atau makhluk lain yang dimainkan oleh satu atau lebih kemudian membuat adegan dramatis dan saat ini digabungkan untuk membuat cerita yang bisa membuat penonton terhanyut. Live Shoot dapat diartikan sebagai fotografi langsung.[1] Motion graphics adalah sebuah istilah digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi grafis profesional dalam menciptakan rencana komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film tersebut, televisi dan internet. Selain motion graphic penggunaan live shoot juga sangat diperlukan untuk menunjukkan produk – produk yang dihasilkan dan pemakaian produk yang pantas dalam berbagai rutinitas.

Menurut Hermawansyah, A. (2022) dalam Penelitiannya mengenai “Analisis Profil Dan Karakteristik Pengguna Media Sosial Di Indonesia” , manusia memiliki perhatian terbatas dan sulit untuk mempertahankan fokus dalam waktu yang lama. Penggunaan video dan motion graphic dalam iklan dapat memperkuat daya tarik visual sehingga lebih mudah menarik perhatian audiens[10]. Video dan motion graphic mampu menggambarkan emosi secara lebih baik dibandingkan dengan teks atau gambar diam. Gerakan, animasi, musik, dan penggunaan warna dapat menciptakan suasana tertentu yang meningkatkan keterlibatan emosional dari para penonton. Sebuah studi menunjukkan bahwa penggunaan video dalam iklan online dapat meningkatkan konversi hingga 80%. Motion graphic dengan narasi cerita atau pesona visualnya mampu membuat orang-orang merasa terkoneksi dengan merek atau produk tersebut[12]. Jadi kesimpulannya, penggunaan video dan motion graphic dalam iklan memiliki alasan yang kuat berdasarkan perhatian audiens, kekuatan emosional, serta data konversi yang menjanjikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu : “Bagaimana Penerapan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* dalam pembuatan video Promosi pada Bobaho?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat fokus sesuai dengan rumusan masalah yang ditentukan maka dapat disimpulkan beberapa batasan masalah yaitu :

1. Video iklan produk ini menggunakan unsur teknik *Live shoot* untuk menjelaskan informasi produknya.
2. *Software Editing* yang digunakan hanya *AdobePremierePro*, *AdobeAfter Effect*.
3. Teknik editing yang digunakan adalah teknik *Motion graphic* dalam bentuk video.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan teknik live shoot dan motion graphic dalam pembuatan iklan Bobaho. Penelitian ini akan mengukur daya tarik visual, efektivitas komunikasi pesan, kemampuan dalam menyampaikan emosi, pengaruh terhadap citra merek, tingkat keterlibatan audiens, preferensi audiens, serta dampak pada niat pembelian. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi industri pemasaran dalam memilih teknik yang paling tepat guna untuk mencapai tujuan komunikatif iklan minuman boba.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan bagi peneliti tersebut mengenai pengambilan teknik live shoot dan motion graphic.
2. Bagi Pembaca, hasil dari penelitian dapat memberikan informasi yang berguna mengenai teknik live shoot dan motion graphic.
3. Bagi Bobaho, hasil dari pembuatan video dengan teknik live shoot dan motion graphic ini memberikan hasil yang menarik dari peneliti untuk Bobaho.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunannya, laporan ini disusun secara sistematis dalam 5 BAB yang masing-masing BAB dibagi atas Sub Bab, Secara garis besar sistematika penulisan tersusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang teori-teori dan tinjauan pustaka yang mendasari pembuatan skripsi.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini diuraikan mengenai analisa sistem yang akan dibuat.

BAB IV IMPLEMENTAS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat langkah atau proses, hasil dan analisa pembahasan video yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab V adalah penutup yang menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan sehingga penulis dapat menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah yang berkaitan dengan bukti-bukti yang sudah dihasilkan.