

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman yang pesat, teknologi informasi sangat dibutuhkan untuk membantu pekerjaan manusia. Oleh karena itulah informasi selalu menjadi hal yang utama sehingga perkembangan teknologi semakin lama semakin canggih juga menghasilkan informasi yang unggul.

Penggunaan teknologi tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi akan tetapi dapat digunakan untuk menjadi media iklan suatu produk maupun jasa. Penggunaan teknologi sebagai media iklan dinilai lebih efisien dan dapat menarik lebih banyak peminat.

Semakin berkembangnya teknologi juga berpengaruh pada media periklanan, tidak melulu melalui koran, selebaran atau brosur akan tetapi iklan juga bisa diaplikasikan ke sosial media. Iklan di sosial media pun bermacam bentuknya seperti gambar, poster dan video.

Di era sekarang banyak muncul penyedia layanan yang bergerak dibidang jasa. Salah satu yang cukup menjadi tren di tahun ini adalah penyedia jasa cuci sepatu. Hydra Shoescare salah satunya, jasa layanan cuci sepatu ini berdiri sejak Januari 2019. Dalam perkembangannya Hydra Shoescare ingin menarik lebih banyak pelanggan menggunakan iklan video di media sosial instagram. Keterbatasan pengetahuan dan alat membuat Hydra Shoescare belum mampu untuk membuat video iklan

yang lebih profesional di Instagram dan selama ini hanya mengandalkan poster sebagai media promosi. Video menurut Hydra Shoescare dinilai lebih efektif untuk mengiklankan jasa mereka, yang semula hanya gambar saja akan lebih menarik jika menyajikan audio visual.

Dari permasalahan yang muncul penulis akan membuat video iklan instagram menggunakan teknik Motion Graphic dan Live Shoot. Motion Graphic merupakan bahasa universal, mengenai potongan elemen-elemen design/animasi yang berbasis pada media visual yang menggabungkan bahasa film dengan design grafis. Dalam motion graphic hal tersebut dapat memberikan makna lebih tentang elemen elemen yang membentuk sebuah konten animasi, dengan memasukan elemen-elemen berbeda seperti gambar dua atau tiga dimensi. Media yang dimasukan berupa still image, gambar bitmap atau vektor, video dan audio [1]. Live Shoot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada saat proses editing, semuanya bisa menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut [2]. Dan seperti yang sudah penulis uraikan maka penulis tertarik untuk membuat penelitian pada jasa cuci sepatu Hydra Shoescare.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan diatas maka dapat dirumuskan suatu masalah “Bagaimana membuat iklan instagram sebagai media promosi Hydra Shoescare dengan teknik Live Shoot dan Motion Graphic? ”

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, adapun batasan masalah sebagai berikut :

1. Video iklan meliputi treatment dan suasana Hydra Shoescare.
2. Video iklan di buat dengan menggunakan Adobe Illustrator sebagai pengolah gambar, Adobe Premiere dan Adobe After Effect sebagai pengolah video.
3. Iklan di tayangkan di media sosial Instagram Hydra Shoescare.
4. Iklan berdurasi Maksimal 1 menit.
5. Teknik yang di gunakan untuk pembuatan iklan Live Shoot dan Motion Graphic.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Membuat video iklan instagram untuk Hydra Shoescare.
2. Memudahkan Hydra Shoescare untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas melalui sosial media instagram.
3. Sebagai media promosi Hydra Shoescare.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Penulis

- a. Menerapkan Ilmu yang didapat selama belajar di Universitas Amikom Yogyakarta.

### 2. Bagi Hydra Shoescare

- a. Memperkenalkan treatment dan menu yang ada pada Hydra Shoescare.
- b. Sebagai media promosi pada Hydra Shoescare.

### 3. Bagi Mahasiswa

- a. Dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lain yang mengambil skripsi dengan topik yang sama.

## 1.6 Metode Penelitian

Untuk dapat menghasilkan karya ilmiah yang berkualitas, maka penulis melakukan beberapa langkah analisis dan metode dalam pengumpulan informasi.

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1.6.1.1 Metode Observasi

Metode Observasi, Yaitu pengamatan secara langsung dalam hal ini observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati ke jasa cuci sepatu Hydra Shoescare.

### **1.6.1.2 Studi Kepustakaan**

Metode Studi Kepustakaan yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengumpulan data dari buku-buku dan karya ilmiah yang berhubungan dengan skripsi.

### **1.6.1.3 Metode Wawancara**

Metode Wawancara yaitu pengumpulan data dengan tanggung jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan. Dalam hal ini Pemilik dan karyawan.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Metode yang penulis gunakan adalah analisis kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional. Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh iklan dari segi informasi. Kebutuhan non fungsional terdiri dari software, hardware dan brainware yang digunakan dalam penelitian.

### **1.6.3 Metode Perancangan**

Merupakan tahapan pra produksi yang terdiri dari menentukan konsep, tema, skenario, pembentukan karakter dan storyboard.

### **1.6.4 Metode Implementasi**

Dalam metode ini terdapat proses produksi dan pasca produksi. Proses produksi meliputi syuting, perekaman sura, pengaturan pencahayaan, dan pengaturan kamera. Proses Pasca Produksi

meliputi pengeditan, pemberian efek-efek, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan, tujuan penelitian, metode penelitian, metode analisis, metode perancangan, metode pengembangan, metode implementasi, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan pembahasan mengenai teori-teori dan referensi yang menjadi dasar penelitian secara umum.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan sistem yang berhubungan dengan pembuatan iklan televisi motion graphic.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN**

Pada bab ini menjelaskan langkah-langkah hasil dari proses pembuatan iklan televisi dan implementasi dari iklan yang telah dibuat.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil pembuatan dan pengujian iklan televisi serta saran masukan untuk iklan televisi

yang telah dibuat untuk menyempurnakan laporan yang telah dibuat.

