

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Warrior Shoes Jogja merupakan toko sepatu yang menjual bermacam-macam model dan merk sepatu, namun toko ini identik dengan merk khusus yaitu Warrior Sneaker. Toko sepatu ini memiliki bermacam-macam model sepatu yang trendi dan modis. Model yang sesuai dengan pasaran jaman sekarang terutama para remaja. Tepatnya berada di Jl. Harjosudiro No.167, Sanggrahan, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendirian usaha yang dilakukan Warrior Shoes Jogja telah mendapat izin oleh kantor wilayah departemen Perindustrian dan Perdagangan dan pemerintah daerah setempat, sehingga mampu memberikan jaminan kepada konsumen bahwa Warrior shoes telah mendapat izin dan menyediakan barang dan jasa kepada konsumen sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Dewasa ini, iklan merupakan media yang paling tepat untuk masyarakat. Kegiatan memberitahu atau menginformasikan suatu program atau kegiatan melalui media baik online maupun offline terbukti lebih efektif. Hal tersebut dapat diketahui dari besarnya persentase masyarakat terutama Indonesia yang gemar melihat atau mendengar suatu media massa sebagai hiburan sehari-hari.

Selama ini Warrior Shoes Jogja telah memperkenalkan tokonya melalui radio lokal, brosur, koran, dan beberapa website e-commerce. Cara tersebut dirasa kurang efektif dan menarik dalam menginformasikan model dan merk apa saja yang ada pada toko kepada seluruh masyarakat, karena iklan di radio kurang menarik perhatian masyarakat. Sehingga dibutuhkan suatu metode pemasaran yang lebih inovatif, salah satunya dengan iklan melalui media sosial Instagram, youtube, dan beberapa media sosial lain yang dirasa banyak pengguna terutama remaja. Dalam pembuatan iklan terdapat teknik yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhannya antara lain ialah teknik Motion Graphic, Live Shoot, Slow Motion, dan Timelapse.

Alasan penulis menambahkan teknik motion graphic pada pembuatan iklan karena dengan motion graphic penulis mampu menampilkan suatu gambar visual yang tidak bisa didapatkan dengan teknik live shoot, misalnya membuat peta dari tempat yang familiar ditelinga masyarakat menuju objek yang dimaksud. Selain itu penulis akan menambahkan beberapa teknik yaitu timelapse dan slow motion. Tujuan ditambahkan beberapa teknik tersebut adalah sebagai pelengkap dan membuat video iklan menjadi lebih menarik.

Pada pembuatan video iklan ini, penulis akan menjelaskan bagaimana cara pemesanan dari website e-commerce dan pemesanan langsung dengan motion graphic. Disini penulis juga akan memvisualisasikan beberapa ikon skate sebagai identitas toko sepatu itu didirikan dengan teknik live shoot, slowmotion dan timelapse. Dimana dalam pembuatan iklan ini, dibuat

dengan gaya bahasa yang ringan dan mudah dipahami oleh semua kalangan masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa media yang dibutuhkan toko pada saat ini adalah sebuah iklan media sosial terutama instagram dan youtube, dimana pada saat ini banyak kalangan masyarakat menggunakan instagram dan youtube. Melalui media sosial tersebut diharapkan dapat membantu untuk mengenalkan Warrior Shoes Jogja kepada masyarakat lebih luas. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membuat judul perancangan dan pembuatan iklan sebagai media promosi warrior shoes dengan menambahkan motion graphic.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu, "Bagaimana membuat media promosi Warrior Shoes Jogja Menggunakan Teknik Liveshoot dan Motion Graphic?".

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia kedalam lingkup lebih kecil agar penulis dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut.

1. Iklan dibuat untuk media promosi pada toko Warrior Shoes dalam bentuk video.

2. Media promosi ini menggunakan teknik liveness dan motion graphic.
3. Iklan berdurasi 1-2 menit, dan ditayangkan di media sosial Instagram dan youtube.
4. Penelitian hanya dilakukan sampai selesai pembuatan iklan toko Warrior Shoe Jogja.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk memberikan acuan serta panduan dalam pembuatan iklan, berikut adalah tujuan dari penulis :

1. Membuat video iklan untuk toko Warrior Shoes Jogja.
2. Untuk memperkenalkan Warrior Shoes Jogja kepada masyarakat luas.
3. Membuat iklan yang menarik perhatian masyarakat terutama pengguna media sosial.
4. Sebagai salah satu syarat untuk penulis menyelesaikan pendidikan program study Strata I Sistem Informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Untuk Masyarakat

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah informasi bagi masyarakat.
2. Memudahkan masyarakat untuk mencari sepatu berbagai merk dan khususnya sepatu Warrior yang jarang dijual bebas.

1.5.2 Untuk Penulis

1. Sebagai syarat kelulusan dari UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.
Dapat mengembangkan ilmu dibidang multimedia.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pembuatan iklan Warrior Shoes Jogja adalah dengan metode observasi, metode wawancara, metode study pustaka, metode Testing dan evaluasi.

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode Observasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke kantor Warrior Shoes Jogja oleh penulis untuk mendapataka data secara tepat dan akurat.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode Wawancara yaitu data yang diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan secara langsung kepada manajemen Warrior Shoes Jogja. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan data secara tepat dan akurat.

1.6.1.3 Metode Study Pustaka

Metode study pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode study pustaka. Metode study pustaka ini menggunakan acuan berupa buku-buku dan literatur-literatur yang relevan dengan proses penelitian sebagai tambahan referensi peneliti.

1.6.2 Metode Perancangan

a. Praproduksi

1. Ide Cerita

Ide merupakan hal yang mendasar untuk mengembangkan sebuah karya multimedia. Biasanya ide ini akan diolah dan dikembangkan sesuai tujuan dan kreativitas guna menentukan alur cerita dalam sebuah iklan

2. Alur Video

Menentukan alur cerita secara rinci yang nantinya akan divisualisasikan ke dalam bentuk storyboard.

3. Storyboard

Merupakan pengorganisasi grafik, contohnya adalah sederet ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal.

b. Produksi

1. Pengambilan Gambar

Pengambilan gambar melalui proses perekaman secara video dan audio sesuai dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya. Menciptakan suatu angle camera yang sesuai dengan objek.

2. Pembuatan Audio

Proses pembuatan audio untuk backsound yang sesuai dengan ritma video.

c. Pasca Produksi

1. Editing

Editing video merupakan tahap dimana pengelolaan dan pengeditan video dengan beberapa langkah seperti penggabungan, pemotongan, dan menambahkan sesuatu pada video.

2. Coloring

Coloring adalah proses pewarnaan yang melibatkan penyesuaian gambar untuk memperbaiki setiap penyimpangan dari penampilan standar yang dapat mengubah nada visual dari seluruh film setelah proses pengambilan gambar.

3. Rendering

Rendering adalah proses terakhir dari keseluruhan proses pengeditan yang telah dilakukan.

1.6.3 Metode Testing dan Evaluasi

Peneliti melakukan testing terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan yang dihadapan objek penelitian dan penayangan di media sosial Instagram dan youtube.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini menggunakan bahasa Indonesia yang baku dan membagi penulisan dalam bab-bab dan akan dibahas dalam setiap bab, berikut ini adalah pembagian pada setiap bab:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk analisis kebutuhan dan uraian tentang proses perancangan *motion graphic*.

BAB IV RANCANGAN SISTEM DAN IMPLEMENTASI

Bab ini berisikan tentang tahapan produksi, termasuk desain gambar, proses *editing*, *compositing*, *rendering*, *testing* dan implementasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa dan optimalisasi sistem berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi sumber-sumber rerens yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

LAMPIRAN

