

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi saat ini sudah semakin berkembang, kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangat diperlukan, perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan. Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menginformasikan suatu produk baik jasa maupun barang. Belakangan ini iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting bukan hanya bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Berbagai bentuk usaha mengandalkan iklan untuk membuat mereka memasarkan barang dan jasa.

Distro Kacamata Jogja merupakan usaha toko kacamata yang berlokasi di Jl. Wahid Hasyim No.127, Dabag, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta, 55281. Awal mula berdirinya Distro Kacamata Jogja tersebut hanyalah bermula dari perbincangan owner dengan sahabat dekatnya. Selama ini, pihak Distro Kacamata Jogja hanya menggunakan foto sebagai media promosi. Distro Kacamata Jogja mempunyai akun instagram @distrokacamatajogja dengan 25,8RB followers yang bisa dijadikan sebagai media penayangan iklan. Cara ini dirasakan masih kurang efektif sehingga perlu dibuatkan suatu cara promosi dengan menggunakan video iklan yang akan diunggah ke instagram melalui akun

@distrokacamatajogja. Dengan sudah adanya akun yang dimiliki oleh Distro Kacamata Jogja, maka penulis akan memanfaatkan akun tersebut sebagai media informasi.

Live Shoot digunakan untuk mengambil gambar secara langsung pada lokasi objek sehingga seseorang lebih mudah mendapatkan gambar atau video yang sesuai dengan kejadian sebenar – benarnya yang terjadi dilokasi pengambilan gambar. Live Shoot memiliki kelebihan diantaranya dapat menggambarkan kondisi secara nyata.

Motion Graphic terdiri dari dua kata yaitu Motion yang berarti Gerak dan Graphic sering dikenal sebagai Grafis. Secara detail, Motion Graphic adalah rangkain gabungan desain – desain yang berbasis media visual dengan memasukkan berbagai elemen didalamnya, seperti ilustrasi, Tipografi, hingga Fotografi.

1.2 Rumusan Masalah

Karena tempat tersebut hanya melakukan promosi dengan memposting foto di instagram. Maka dapat disimpulkan suatu permasalahan yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian yaitu “ Bagaimana membuat suatu promosi dalam bentuk video iklan dengan teknik Live Shoot dan Motion Graphic kedalam video promosi Distro Kacamata Jogja?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus dan maksimal, maka penulis melakukan pembatasan penelitian yaitu :

1. Membuat sebuah video iklan Distro Kacamata Jogja dengan durasi maksimal 60 detik.
2. Menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic dalam pembuatan video iklan.
3. Publikasi video iklan di upload di Instagram @distrokacamatajogja dan

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang video iklan dengan teknik Live Shoot dan Motion Graphic kedalam video iklan Distro Kacamata Jogja.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi penulis

1. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh study di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mampu menimbang kemampuan dan sebagai tahap pengembangan diri dalam proses pembuatan iklan.
3. Diharapkan karya tulis ini dapat dijadikan referensi peneliti selanjutnya dalam bentuk video iklan.

1.5.2 Manfaat bagi perusahaan

1. Video tersebut dapat digunakan sebagai media promosi Distro Kacamata Jogja.
2. Diharapkan Distro Kacamata Jogja lebih dikenal masyarakat.
3. Diharapkan mampu meningkatkan daya saing Distro Kacamata Jogja dengan toko kacamata lainnya di wilayah jogja.

1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode penelitian kualitatif yang datanya berbentuk kata, skema, atau gambar. Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitian. Adapun beberapa metode yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah pendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Studi pustaka

Mengumpulkan data dari berbagai sumber yang bersangkutan dalam pembuatan media promosi yang dijadikan referensi dan kemudian dikembangkan dalam penelitian ini.

2. Wawancara

Melakukan tanya jawab pada tanggal 29 September 2019 dengan Bapak Marmo selaku pemilik Distro Kacamata Jogja secara langsung dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan suatu informasi dari tempat tersebut.

3. Observasi

Melakukan pengamatan pada media sosial dan secara langsung pada tanggal 29 September 2019 Distro Kacamata Jogja guna mengetahui lokasi dan menentukan bagian yang akan diambil untuk dijadikan video promosi.

1.6.2 Metode Analisis

Untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan dalam perancangan video promosi Distro Kacamata Jogja ini maka digunakan analisis SWOT. Fungsi dari Analisis SWOT

1.6.3 Metode Pengembangan

Perencanaan produksi memegang peran penting sebelum memproduksi video promosi. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain menentukan konsep, memperkirakan biaya dan waktu, membuat jadwal produksi, menentukan lokasi syuting, dan mengadakan pertemuan pra produksi.

1.6.4 Produksi

Tahap produksi adalah periode selama video promosi diproduksi. Tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera.

1.6.5 Metode Testing

Metode testing pada penelitian ini menggunakan *Screening Test*, yaitu dengan melakukan *Screening video* yang telah dibuat sebelum akhirnya dipublikasikan. Metode ini digunakan untuk mengukur apakah video sudah sesuai dengan yang diharapkan, jika terdapat kesalahan, maka dilakukan perbaikan hingga nantinya video benar – benar dipublikasikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah pada permasalahan dan terstruktur, maka dibuatlah penjelasan pada setiap bab berdasarkan pokok permasalahan yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan dan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan seputar ide cerita, naskah, dan storyboard pada video iklan Distro Kacamata Jogja.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai tahapan produksi video iklan Distro Kacamata Jogja.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang ingin disampaikan oleh penulis.

