

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, banyak sekali media yang dijadikan sebagai media promosi suatu produk perusahaan, salah satunya adalah penggunaan video iklan. Video iklan sangat efektif untuk digunakan sebagai media promosi, karena video iklan berisi sejumlah informasi tentang perusahaan, sehingga memudahkan seseorang untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan melihat dan mendengar video iklan tanpa harus mengetahui secara langsung di lokasi perusahaan. Video iklan yang memvisualisasikan tentang profil perusahaan secara jelas dan menarik akan membuat penonton mudah mengerti dan tertarik. Melalui video iklan seseorang dapat memahami informasi apa yang sedang diiklankan.

Periklanan dapat dilakukan di beberapa media, seperti aplikasi media sosial. Salah satu contoh aplikasi media sosial yang digunakan adalah Instagram. Melalui Instagram, pesan iklan dapat tersampaikan dengan mudah dalam bentuk video iklan kepada konsumen. Saat ini, banyak sekali orang yang menggunakan sosial media Instagram. Pada saat *launching* atau diluncurkan, Instagram hanya tersedia untuk pengguna iPhone, tetapi sekarang Instagram dapat dinikmati oleh pengguna smartphone Android. Kegunaan aplikasi Instagram sendiri yaitu digunakan untuk berbagi foto atau video dengan cara mengunggahnya melalui aplikasi tersebut. Selain digunakan untuk mengunggah foto dan video, Instagram juga memiliki

beberapa fitur dimana pengguna dapat saling menyukai hasil unggahan mereka, berkomentar, serta saling berkomunikasi antara pengguna satu dengan yang lainnya. Instagram merupakan aplikasi yang sedang banyak dimanfaatkan sebagai media promosi online, oleh karena itu Instagram memberikan layanan untuk berpromosi dalam bentuk foto atau video yang akan ditampilkan di beranda pengguna Instagram. [1]

Puff Shoes Clean adalah usaha kecil dan menengah yang berkembang di bidang pelayanan jasa, dengan jasa unggulan yaitu jasa cuci sepatu. Berdiri pada awal tahun 2018 sampai sekarang. Sayangnya, Puff Shoes Clean hingga saat ini masih menggunakan media promosi berupa banner, pamflet, dan brosur. Maka dari itu diperlukan media promosi yang menarik, untuk pelayanan jasa cuci sepatu Puff Shoes Clean.

Video iklan dengan teknik *motion graphic* merupakan jenis video yang di dalamnya terdapat tipografi, ilustrasi, dan videografi yang dijadikan satu menggunakan animasi. Sehingga menciptakan sebuah video yang unik dan menarik sesuai dengan kriteria masa kini.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti mencoba memanfaatkan teknik *motion graphic* pada video promosi Puff Shoes Clean yang akan ditayangkan di media sosial Instagram.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pemmasalahan yang dapat dirumuskan yaitu: Bagaimana cara merancang video iklan Puff Shoes Clean dengan

teknik *motion graphic* untuk media promosi dengan memanfaatkan media sosial instagram?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Video iklan Puff Shoes Clean dibuat dengan durasi \pm 40 detik.
2. Video iklan akan ditayangkan di Instagram Puff Shoes Clean.
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah 2D *motion graphic*.
4. Dalam video iklan ini hanya terdapat teks, gambar, suara dan animasi 2D.
5. Dalam pembuatan video iklan ini menggunakan *software adobe after effect, adobe premiere pro, dan adobe illustrator*.
6. Penelitian hanya sebatas pembuatan video iklan.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Merancang video iklan dengan teknik *motion graphic* yang digunakan untuk sebagai media promosi pada media sosial instagram Puff Shoes Clean.
2. Mempromosikan layanan yang tersedia di Puff Shoes Clean dengan efektif dan efisien agar dapat mudah dimengerti oleh masyarakat luas.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Puff Shoes Clean

Peneliti berharap video iklan ini dapat membantu dalam mempromosikan pelayanan jasa yang dijual Puff Shoes Clean sehingga dapat dikenal lebih luas.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan atau informasi bagi mahasiswa jurusan sistem informasi khususnya multimedia yang berkaitan dengan video iklan.

3. Bagi Peneliti

Peneliti mendapatkan kesempatan langsung serta pengalaman ketika menerapkan ilmu multimedia, dalam pembuatan video iklan yang dibuat dan ilmu peneliti dapat bermanfaat bagi orang lain.

1.6. Metode Penelitian

Berdasarkan metode penelitian, penelitian ini menggunakan metode *Research & Development* (penelitian dan pengembangan). Metode penelitian dan pengembangan adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk dan menguji produk tersebut.

Adapun langkah-langkah dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.1.1 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

1. Metode Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti. Observasi di mulai pada tanggal 28 Agustus 2020 di Puff Shoes Clean.

2. Metode Wawancara (*Interview*)

Metode wawancara merupakan suatu sistem pengumpulan data dengan mengadakan suatu tanya jawab secara langsung dengan pemilik Puff Shoes Clean yang bernama Ahmad Ikhsanudin, untuk mendapatkan informasi maupun data yang diperlukan. Wawancara di mulai pada tanggal 28 Agustus 2020 di Puff Shoes Clean.

3. Studi literatur

Suatu teknik pengumpulan data dengan membaca buku, artikel, jurnal dan laporan penelitian. Tujuannya adalah memperoleh data untuk melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas. Studi literatur dimulai pada tanggal 1 Desember 2019 di perpustakaan Universitas Amikom Yogyakarta.

1.1.2 Metode Analisis

Berdasarkan analisis yang digunakan peneliti dalam membuat video iklan ini adalah dengan menggunakan analisis *SWOT*. *SWOT* merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman), secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor di luar perusahaan (O dan T), faktor di dalam perusahaan (S dan W).

1.1.3 Metode Pengembangan

Berdasarkan pengembangan yang digunakan peneliti untuk menentukan hasil yang akan dicapai, video iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui tiga tahapan yaitu: proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.1.4 Metode Testing

Setelah pembuatan video selesai, maka dilakukan pengujian dengan kuesioner, yang mana kuesioner akan dibagikan kepada pihak Puff Shoes Clean untuk mengetahui apakah konten dan video telah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak objek penelitian.

1.2 Sistematik Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematik penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan berisikan tentang tinjauan pustaka dimana teori-teori yang berkaitan dengan masalah peneliti tersebut akan menjadi rujukan peneliti untuk merancang dan membuat video periklanan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini akan berisikan tentang analisis kebutuhan dan tahapan pra produksi yang meliputi ide iklan, naskah dan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan berisikan tentang tahapan produksi, tahapan pasca produksi, dan pembahasan mengenai iklan yang di buat.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan berisi kesimpulan dari hasil akhir produk yang telah dibuat peneliti dan berisi saran yang harus dilakukan bila ada peneliti lain yang ingin mengembangkan masalah yang sama dengan masalah yang di ambil peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan tentang sumber-sumber yang menjadi referensi peneliti atau acuan dalam penyusunan skripsi.

