

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang di dunia, sehingga memaksa masyarakat dunia untuk menikmati berbagai kemudahan yang telah dihasilkan teknologi tersebut. Teknologi yang diciptakan untuk membantu meringankan beban aktivitas di dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu teknologi tersebut adalah teknologi informasi berbasis komputer yang cenderung lebih mudah, cepat diterima oleh masyarakat umum. Namun, tidak menutup kemungkinan bagi masyarakat yang belum bersentuhan dengan teknologi untuk mempelajarinya. Multimedia merupakan salah satu bentuk dari teknologi informasi, yaitu teknologi informasi yang menggabungkan gambar, tulisan, teks, suara, video, animasi menjadi sistem informasi interaktif yang berguna dalam pengambilan keputusan bagi penggunanya. Sehingga penerima informasi akan merasa puas karena mendapatkan informasi yang akurat dan sekaligus menarik. Video merupakan salah satu bidang di multimedia yang mempermudah penyampaian informasi karena video memiliki kelebihan menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan sehingga seiring berkembangnya teknologi video juga banyak digunakan dalam media promosi. Ayu Collection Batik merupakan salah satu toko batik yang ada di

Yogyakarta. Letak toko Ayu Collection Batik berada di Prime Plaza Hotel Yogyakarta, lebih tepatnya Complex Colombo, Jl. Affandi, Gejayan, Mrican, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Ayu Collection Batik berdiri sejak 28 Juni 1993. Selama ini Ayu Collection Batik cara penjualannya masih secara *offline*, dan belum pernah membuat video sebagai media promosi.

Saat ini Ayu Collection Batik sedang memulai pengenalan penjualannya melalui media sosial, salah satunya *instagram*. Di akun *instagram* Ayu Collection Batik hanya terdapat foto katalog batik dan testimoni pelanggan saja untuk menarik pelanggan. Kebutuhan untuk mempromosikan produk Ayu Collection Batik merupakan hal yang berpengaruh terhadap reputasi toko batik ini untuk bisa dikenal lebih banyak lagi. Melalui *instagram*, diharapkan video sebagai media promosi ini dapat membantu mengiklankan produk-produk yang ada di Ayu Collection Batik.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana membuat Video Iklan Ayu Collection Batik?”.

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan Ayu Collection Batik, penulis membatasi masalah pada hal – hal tersebut :

1. Pembuatan iklan ini menggunakan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shot*.

2. Video tersebut diunggah ke *feed* instagram Ayu Collection Batik (@ayucollectionjogja).
3. Hasil pembuatan video iklan ini berbentuk video dengan standar resolusi 720p, standar BC H.264, ekstensi file .MP4.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain :

1. Membuat iklan Ayu Collection Batik dengan menggabungkan *live shot* dan *motion graphic* secara personal sesuai dengan kemampuan sendiri.
2. Membantu mempromosikan Ayu Collection Batik agar dapat menarik minat para pembeli.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Peneliti

1. Memenuhi persyaratan kurikulum jenjang S1 Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Dapat menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Pembuatan Video Iklan.
3. Mengasah kemampuan dalam mengolah *software editing*.

1.5.2 Bagi Objek

1. Hasil pembuatan iklan ini diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk Ayu Collection Batik.
2. Memperkenalkan produk Ayu Collection Batik lebih luas ke kalangan konsumen.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap iklan yang menggabungkan Teknik *live shot* dan *motion graphic* baik buatan dalam negeri maupun luar negeri sebagai referensi. Selain itu mengamati langsung objek penelitian yaitu Ayu Collection Batik. Hal ini bertujuan untuk kebutuhan informasi-informasi tentang permasalahan peneliti.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik Ayu Collection Batik untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini guna merancang dan membuat video iklan ini.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil beberapa *footage* dan dokumentasi terkait. Dengan tujuan *footage* tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk mendesain komponen iklan tersebut.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk

menggambarkan kondisi dan mengevaluasikan suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang disebabkan faktor internal dan faktor eksternal.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video iklan meliputi : menentukan atau merancang ide, merancang konsep, isi, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Penulis menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan kedua yaitu tahapan produksi yang meliputi pengambilan *footage video*. Setelah itu, tahapan selanjutnya tahapan ketiga yaitu tahapan pasca produksi yang meliputi melakukan *editing* yang digabungkan dengan teknik *motion graphic*, melakukan *review* hasil *editing*, pemberian *background* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *distributing*.

1.6.5 Metode Evaluasi

Evaluasi adalah tahap pengecekan kembali apakah video yang dibuat sesuai dengan konsep dan rancangan yang telah dibuat.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pertama sesuai dengan ketentuan pokok penyusunan skripsi yang berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan video, termasuk analisis konsep dan uraian tentang iklan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi tentang cara dan tahapan pembuatan video iklan sesuai dengan urutan pengerjaannya.

BAB V. PENUTUP

Bab kelima menjelaskan tentang garis besar atau kesimpulan dari keseluruhan isi skripsi dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

LAMPIRAN