

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini teknologi sudah berkembang sedemikian cepat, dan kehidupan sehari-hari pasti erat kaitannya dengan penggunaan teknologi sebagai alat untuk mempermudah manusia dalam menjalani kehidupan bermasyarakat. Seperti halnya pemanfaatan media sosial mulai bergeser dan berkembang, yang tadinya menurut (Professor J.A Barnes, 1954 : 39) “Media sosial merupakan sebuah sistem struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu atau organisasi. Media sosial ini akan membuat mereka yang memiliki kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang telah dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga bisa saling berhubungan “. Dengan adanya perkembangan media sosial dan berkembangnya pula fungsi dari media sosial tersebut, dari media sosial yang dipergunakan hanya untuk menyebarkan informasi dan komunikasi. Namun sekarang juga telah banyak bertambah fungsi lain, yaitu bisnis melalui media sosial. Dengan banyaknya orang yang mengakses, atau menggunakannya secara rutin, media sosial tersebut menjadi alasan pelaku bisnis untuk menjadikan media sosial sebagai media promosi katalog yang lebih unik dan menarik.

Dalam pemanfaatannya, media sosial dapat dijadikan sebagai media penayangan video promosi katalog yang berfungsi untuk mengenalkan produk dan menjadikan perantara dalam menarik konsumen, sehingga pengguna media sosial dapat mencari produk yang di inginkan dan dapat melihatnya saat konsumen mengunjungi media sosial Itsfaen Modiste.

Itsfaen Modiste merupakan Butik yang menjual produk dibidang *fashion*, berupa baju-baju hijab masa kini, yang memiliki desain baju dan busana hijab yang *fashionable*, dan juga kualitas premium dalam setiap bahan kain yang dimilikinya. Namun promosi yang dilakukan saat ini masih minim, karena cakupan promosi yang kurang luas dan media yang digunakan masih berupa media promosi cetak yaitu pamflet dan brosur. Sehingga promosi perlu ditingkatkan untuk menarik minat konsumen untuk datang ke butik Itsfaen Modiste, yang salah satunya menggunakan video promosi katalog.

Dari masalah tersebut maka penulis akan mengimplementasikan solusi dari permasalahan diatas dengan membuat video promosi katalog untuk butik Itsfaen Modiste, dimana teknik yang akan diterapkan berupa *effect scribble animation* dan *Live Shoot*. Rancangan video promosi yang akan dibuat yaitu Implementasi *Effect Scribble Animation* pada Itsfaen Modiste. Dengan adanya pembaharuan ini diharapkan proses pengenalan produk melalui video katalog dapat menjadikan promosi lebih praktis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemikiran uraian latar belakang yang dijelaskan, diperoleh rumusan masalah yaitu :

Bagaimana membuat video promosi katalog menggunakan *effect scribble animation* pada Itsfaen Modiste?

1.3 Batasan Penelitian

Ruang lingkup dalam dunia periklanan sangatlah luas dan kompleks, maka dari itu agar lebih terperinci dan sesuai teknik pembuatan yang digunakan, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Lingkup penelitian di Butik Itfaen Modiste.
2. Penjabaran mengenai rancangan konsep, naskah, dan storyboard.
3. Hasil implementasi *scribble animation*, *Live Shoot* dan *visual effect* ini akan berbentuk video promosi katalog berdurasi 1-2 menit dan akan dipublikasikan melalui media sosial seperti Instagram dan Youtube.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dilakukannya penelitian pembuatan video promosi katalog ini antara lain :

1. Membuat video promosi katalog untuk menambah pelanggan pada butik Itsfaen Modiste.
2. Agar butik Itsfaen Modiste yogyakarta lebih dikenal luas dan memberi dampak dalam perkembangan *fashion* tanah air Indonesia.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan pembuatan video katalog ini antara lain :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam pembuatan video katalog ini antara lain :

- a. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini pengamatan dilakukan langsung pada butik Itsfaen Modiste metode tersebut digunakan untuk memperoleh data tentang permasalahan promosi pada butik Itsfaen Modiste Yogyakarta.

b. Metode Studi Kepustakaan

Metode kepustakaan ini mengacu pada buku –buku pedoman yang dibutuhkan sebagai tambahan referensi penelitian , baik yang ada dipustaka ataupun pada literatur-literatur lain.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam pembuatan video katalog ini adalah menggunakan metode SWOT yang didasarkan pada analisis yang memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

1.5.3 Metode perancangan Video

Proses pra produksi yang terdiri atas beberapa perencanaan seperti proses pencarian ide, pembuatan naskah dan perancangan *storyboard*.

1.5.4 Metode Pembuatan Video

Berikut merupakan langkah-langkah produksi video :

1. Tahap pra-produksi
2. Tahap produksi
3. Tahap pasca produksi

1.5.5 Metode Testing

Metode testing promosi ini dilakukan dengan metode alpha dan beta.

1.6 Sistematis Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah pada permasalahan dan terstruktur maka dibuat dalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan, yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematis penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, tahap konsep dasar pembuatan video katalog produk, pengertian teknik *Live Shoot* dan efek *Scribble animation*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menguraikan tentang profil Itsfaen Modiste, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan video

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video katalog produk Itsfaen Modiste serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.