

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iframe Rental merupakan usaha penyewaan kamera dan alat-alat multimedia, usaha ini terletak di Nglempung Lor, RT.7/RW.22, Randugwang, Sariharjo, Ngaglik, Sleman yang berdiri sejak 2013. Usaha ini bergerak di bidang rental yang menyediakan berbagai keperluan multimedia seperti kamera, laptop, berbagai jenis pencahayaan, *mic* dan lain sebagainya. Dalam mengembangkan usahanya, IFrame Rental sudah melakukan promosi-promosi menggunakan sosial media seperti Instagram dan Facebook media yang saat ini masih bisa ditingkatkan kualitasnya karena saat ini foto dan video yang di *upload* di media social masih banyak poin yang bisa ditambahkan khususnya pada video *reels*. *Reels* yang ada memang sudah cukup menarik tetapi masih dalam kualitas yang sederhana (wawancara, 16 April 2023). Oleh sebab itu peningkatan kualitas video perlu ditingkatkan apabila ingin lebih memperkenalkan brand perusahaan ke masyarakat. karena video merupakan media iklan yang paling mudah populer dari segi SEO (*Search Engine Optimization*) [1].

Penerapan *motion graphic* menjadi trend tersendiri dalam pembuatan video iklan suatu perusahaan. *Motion graphic* dapat dijadikan acuan untuk membuat iklan suatu perusahaan [2]. *motion graphic* sangat cocok apabila target pasar merupakan para remaja, khususnya pada rentang umur 13 sampai 20 tahun, karena *motion graphic* dapat menyampaikan informasi dengan jelas kepada penonton, tampilan dengan simbol dan warna yang jelas, dan pesan dari gambar tersampaikan dengan jelas [3]. Dalam hal penyampain informasi, *motion graphic*

dapat menjadi alternatif lain untuk media pemasaran selain media cetak [4]. Selain itu *live shoot* juga dapat dipakai sebagai teknik pengambilan gambar video iklan. Dalam [5] didapati teknik *live shoot* dipadukan dengan grafis 3 dimensi menjadi video pembelajaran yang di uji respon terhadap 22 anak-anak dengan hasil uji layak 92% dengan kategori sangat baik. Oleh karena itu berdasarkan [2-5], dapat disimpulkan video *motion graphic* dapat dijadikan sebagai media promosi suatu perusahaan, selain berfungsi sebagai media informasi yang jelas juga didukung dengan aset multimedia yang menarik.

Media promosi iklan ini memiliki kelebihan yaitu mencakup lima unsur dasar multimedia diantaranya yaitu video, teks, gambar, suara, dan animasi [6]. Teknik ini diharapkan dapat menyajikan visualisasi data menggunakan gambar dan video suatu informasi secara sederhana tanpa mengurangi informasi yang sudah ada dan sebagai media pendukung promosi yang terdahulu. Pengemasan media iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* di harapkan mampu menyajikan informasi yang lengkap dan jelas tentang produk dari IFrame Rental

Berdasarkan latar belakang tersebut maka diusulkan pembuatan media promosi berupa video dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* untuk mendukung pemasaran dari produk IFrame Rental. Maka dari itu judul penelitian ini adalah "Perancangan Video Iklan Kamera dan Alat-alat Multimedia sebagai Media Promosi IFrame Rental di Sosial Media".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana membuat video iklan yang informatif sebagai media promosi IFrame Rental?.”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian pembuatan video promosi adalah IFrame Rental
2. Data yang diambil berdasarkan informasi dari IFrame Rental periode 1 April 2023 sampai sekarang.
3. Aplikasi yang digunakan adalah, Adobe After Effects dan Capcut.
4. Teknik yang digunakan adalah *liveshoot* dan *motion graphic*.
5. Hasil dari penilitian berupa video dengan batas durasi 120 detik.
6. Menggunakan format video H.264 dengan resolusi 1080p Full HD vertikal (1080 x 1920 pixel) dan berekstensi MP4.
7. Hasil video akan di tayangkan pada media social yang berfokus pada layer portrait yaitu Instagram.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa, mendesain, dan membangun sebuah video iklan rental kamera dan alat-alat multimedia yang informatif sebagai media promosi IFrame Rental di sosial media.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dan masukan bagi IFrame Rental dalam melakukan promosi berupa video iklan di sosial media.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan.

Kegiatan observasi dilakukan untuk memproses objek dengan maksud untuk merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan ide-ide yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dan melanjutkan ke proses investigasi.

Secara umum, observasi adalah aktivitas untuk mengetahui sesuatu dari fenomena-fenomena. Aktivitas tersebut didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari fenomena yang diteliti. Informasi yang didapat harus bersifat objektif, nyata, dan dapat dipertanggungjawabkan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis pada objek yaitu IFrame Rental. Metode ini bertujuan untuk melengkapi data agar informasi yang diterima lebih akurat.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode Wawancara Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada pemilik yang di butuhkan dalam penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

1.6.3.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats) merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan dalam sistem multimedia meliputi:

1. Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersial diproduksi secara nyata. Perencanaan secara baik sebelum diproduksi dapat menghemat biaya yang dikeluarkan pemesan multimedia komersial. Hal inilah manfaat utama tahap pra produksi.

2. Tahap Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini editing dilakukan, suara *background* ditentukan, pembuatan *character* diatur.

3. Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca

produksi tersebut meliputi pengeditan video, pemberian efek, pengoreksian warna, pemberian efek suara dan musik latar

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah di mengerti, Maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sbagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang diawali dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video animasi yang menggunakan teknik motion graphic, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai profil, proses bisnis, promosi, analisis SWOT, analisis kebutuhan dan pra produksi pada iframe rental.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil pengujian dan implementasi video animasi motion graphic iframe rental yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, dan saran yang di gunakan untuk pengembangan media promosi iklan agar ke depannya menjadi lebih baik.

