

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam periode maju yang bergerak cepat dan berkembang, pemaparan barang dan kemajuan melalui publikasi sangat penting untuk organisasi. Saat ini, media promosi konvensional seperti cetak, radio dan TV semakin tergeser oleh media komputerisasi. Salah satu tipe media mutakhir yang sukses memperkenalkan produk ataupun layanan kepada masyarakat umum adalah melalui iklan berbasis realistik gerakan serta pemotretan langsung.

Maketees. net merupakan platform berbasis website yang menyediakan berbagai tipe item kemeja dengan desain yang menarik serta menarik. Dalam persaingan sengit yang tidak terbantahkan di industri ini, Maketees. net butuh menguatkan metodologi promosinya dengan membuat pemberitahuan imajinatif serta imajinatif. Pemakaian ilustrasi gerak serta live shoot dalam membuat iklan bisa membagikan energi pikat visual yang besar serta tingkatkan kecukupan pesan yang di informasikan kepada sasaran pasar.

Dikala ini, terdapat sebagian pengujian yang menampilkan kalau pemakaian ilustrasi gerakan serta pemotretan langsung dalam iklan bisa meningkatkan minat pelanggan terhadap produk ataupun layanan yang diiklankan. Ilustrasi gerakan menggunakan keaktifan, desain, serta visualisasi spesial yang dinamis buat menarik perhatian pengamat, sementara gambar langsung memberikan gambaran asli objek dalam keadaan sebenarnya.

Namun, meskipun terdapat penelitian lain yang berbicara tentang penggunaan ilustrasi gerakan dan pemotretan langsung dalam iklan, masih terdapat sebagian riset yang secara eksplisit mempraktikkan ide- ide ini dalam kaitannya dengan pemberitahuan perencanaan buat platform online semacam Maketees. net. Oleh sebab itu, riset ini diharapkan bisa mengisi lubang ini dengan memusatkan atensi pada pembuatan serta perencanaan promosi memanfaatkan ilustrasi gerakan serta pengambilan gambar langsung di Maketees. net.

Dengan mengetahui eksplorasi ini, diharapkan uraian yang lebih mendalam tentang pemakaian desain gerakan serta pemotretan langsung dalam kaitannya dengan pemasaran online hendak diperoleh. Hasil dari eksplorasi ini bisa berkontribusi pada *Maketees.net* dalam meningkatkan metode pemasaran yang lebih berhasil serta membagikan pengalaman yang sangat menarik untuk pengguna panggung. Tidak hanya itu, kajian ini pula bisa jadi rujukan serta sumber motivasi untuk bermacam industri yang mau tingkatkan pemakaian ilustrasi gerak serta *live shoot* dalam iklan mereka.

Dari masalah dan kemungkinan solusi yang diuraikan pada beberapa paragraf di atas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Perancangan dan Pembuatan iklan pada *Maketees.net* Menggunakan Motion Graphic dan Liveshoot”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang dan membuat sebuah iklan untuk *Maketees.net* menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*...?
2. Bagaimana merancang dan membuat sebuah video iklan sebagai media promosi untuk memperkenalkan *Maketees.net* kepada masyarakat luas...?

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar pembahasan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka dibuat batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Outlet *Maketees.net* Penen, RT.3/RW.24, Harjobinangun, Kec. Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Video menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

3. Target penayangan hasil video hanya pada Sosial Media Facebook *Maketees.net*.
4. Target durasi iklan adalah 1 menit.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian serta menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan sebagai media promosi untuk *Maketees.net*.
2. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada Fakultas ilmu komputer, Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa studi pada Universitas Amikom Yogyakarta serta sebagai bukti keikutsetaan dalam pengembangan teknologi.
2. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta, sebagai bahan referensi untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian di bidang yang sama.
3. Bagi obyek penelitian, sebagai media untuk mempermudah penyampaian informasi kepada masyarakat dan diharapkan dapat menarik minat konsumen kepada produk dari *Maketees.net*

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Laporan skripsi ini akan disusun secara sistematis dalam 5 (lima) bab yang masing-masing di uraikan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini berisi landasan, rencana masalah, definisi masalah, pokok-pokok dan tujuan penelitian, strategi penelitian, sistematika penyusunan laporan penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini, penulis memberikan penjelasan rinci tentang landasan teori dari topik dalam bentuk definisi yang berkaitan dengan studi atau elemen terkait penelitian lainnya.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini keuntungan dan kerugian mengembangkan iklan video dianalisis.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan hasil dari perancangan video iklan dan pengimplementasian hasil video iklan.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berfungsi sebagai kesimpulan dan menawarkan rekomendasi untuk perbaikan iklan video di masa mendatang serta refleksi pada proses pengembangannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi sumber atau referensi yang digunakan penulis untuk keperluan penelitian.