

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motion Graphic adalah percabangan dari seni desain graphic yang merupakan penggabungan dari, ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan menggunakan teknik animasi. Sedangkan Live Shoot adalah pengambilan gambar bergerak secara langsung. Saat ini multimedia khususnya live shoot dan motion graphic sudah banyak digunakan dalam segala aspek kehidupan seperti sebagai media iklan , profil video, media pembelajaran, dan yang lainnya. Hampir setiap wirausaha dan perusahaan menggunakan kedua teknik multimedia tersebut untuk memasarkan produk-produk mereka ke pasar.

Like Project adalah industri rumahan yang memproduksi sepatu dan alas kaki lainnya yang berbahan dasar kulit. Media promosi yang digunakan oleh Like Project saat ini hanya berupa gambar dan tulisan di instagram, facebook, dan sosial media lainnya. Informasi tersebut masih belum mampu merepresentasi kebutuhan informasi untuk Like Project Home Industri, adapun informasi yang dimaksud adalah informasi tentang bahan yang digunakan dan kualitas bahan yang digunakan.

Penulis mengusulkan bahwa penggunaan teknik motion graphic untuk memberikan ilustrasi betapa kuat bahan yang digunakan untuk produksi ini. Motion graphic juga membantu menginformasikan apa saja bahan yang dipakai dan kualitas bahan yang dipakai untuk produksi. Penulis juga menambahkan

teknik live shoot untuk memperlihatkan secara nyata penggunaan dari produk Like Project Home Industri.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis mencoba membuat sebuah project video iklan yang dikemas dengan penelitian yang berjudul "*Penggunaan Teknik Live Shooting dan Motion Graphic Dalam Pembuatan Video Iklan Like Project Home Industri*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik sebuah rumusan masalah yakni, "*Bagaimana membuat sebuah video iklan Like Project Home Industri dengan penggunaan teknik live shooting dan motion graphic*".

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan agar batasan masalah tidak meluas dan menyimpang dari pokok bahasan maka dirumuskan batasan masalah sebagai berikut :

1. Video promosi ini mengiklankan produk dari Like Project Home Industri.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *Live Shoot* dan animasi *Motion Graphic*.
3. Pembuatan iklan ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak Like Project Home Industri.
4. Pengujian iklan meliputi pengujian kelengkapan informasi dan kelayakan tayang.

5. Video promosi dapat ditayangkan di sosial media dengan target durasi 1 menit.
6. Produk yang digunakan hanya satu jenis produk.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai syarat kelulusan pendidikan Strata 1 (S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA Jurusan Informatika.
2. Membuat sebuah video iklan sebagai media promosi Like Project Home Industri.
3. Menambah pengetahuan dalam bidang Multimedia periklanan dan media promosi.

1.5 Metode Penelitian

Penulis menjabarkan bagaimana cara-cara memperoleh data yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan penelitian.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara kepada pihak yang berkepentingan di Like Project Home Industri dengan tujuan memperoleh informasi dan data yang jelas dan benar, dan penulis mengumpulkan data melalui observasi tentang sosial media yang digunakan dan keadaan lapangan yang sebenarnya.

1.5.2 Metode Analisis

Analisis yaitu menguraikan video media promosi untuk di identifikasikan dan dievaluasi permasalahan, kesalahan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diketahui dan dapat diperbaiki.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode Perancangan adalah tahap bagaimana video media promosi dibuat, dengan dimulai dengan pembuatan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan, dan juga dengan membuat storyboard dan screenplay. Tahap perancangan ini di buat sesuai dengan kebutuhan dari Like Project Home Industri.

1.5.4 Metode Pengembangan

Tahap Metode Pengembangan adalah tahap dimana dilakukakannya review hasil sementara produksi dan pra-produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan video media promosi, dan menentukan hasil untuk dapat melakukan tahap paska produksi (*editing*).

1.5.5 Metode Testing

Metode testing merupakan hasil pembuatan video media promosi untuk menentukan kelayakan penayangan di media sosial seperti youtube dan instagram.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman terhadap skripsi ini, maka pembahasan dibagi dalam beberapa bab sesuai dengan pokok permasalahan, yaitu:

1. BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan

2. BAB II Landasan Teori

Bab Landasan Teori ini memberikan uraian mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang penelitia dengan tema yang sama dengan tujuan untuk dijadikan sebagai referensi penulis dan teori - teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diambil penulis. Teori – teori ini diambil dari literatur - literatur, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

3. BAB III Analisis dan Perancangan

Bab ini terdapat tinjauan umum tentang obyek penelitian, analisis masalah, solusi yang diberikan, analisis kebutuhan, dan rancangan aplikasi.

4. BAB IV Implementasi dan Pembahasan

Implementasi dan pembahasan merupakan tahapan mengenai apa yang penulis lakukan, dalam pengembangan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi di obyek penelitian.

5. BAB V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

6. DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini.

