

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Istilah promosi adalah cara untuk memberitahu atau menawarkan produk dengan tujuan menarik calon pembeli untuk membelinya. Salah satu elemen promosi adalah iklan, yaitu pesan atau berita yang bertujuan untuk memberitahukan kepada masyarakat luas tentang produk yang dimiliki oleh perusahaan dan siap untuk dipindahkan hak kepemilikannya melalui proses jual beli.

Teknik Motion Graphic merupakan bentuk pengembangan dan desain grafis. Video iklan merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia. Dalam Video iklan, teknik motion graphic menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-elemen grafis yang dapat berupa teks atau image yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut. Sedangkan teknik Liveshoot juga dapat dikatakan sebagai video shooting dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting.

Herdana Bags adalah ruko penjualan tas yang berada di daerah Pasar Bringharjo. Masalah yang dihadapi adalah kurangnya media promosi yang mengiklankan macam – macam tas sehingga masyarakat dan peminat dari wilayah luar tidak

banyak yang mengetahui adanya ruko Herdana Bags di Pasar Bringharjo ini. Dengan semakin majunya teknologi, Herdana Bags membutuhkan media promosi yang lebih maju dibanding lainnya yang masih menggunakan media promosi seperti hardcopy, poster, stiker dan media cetak.

Oleh sebab itu penulis, melakukan penelitian Perancangan Iklan Promosi Herdana Bags dengan Teknik *Liveshoot* dan *Motion Graphic* untuk memecahkan masalah yang ada pada ruko Herdana Bags tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "*Bagaimana cara membuat iklan promosi herdana bags dengan teknik liveshoot dan motion graphic?*"

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Iklan Herdana Bags ini di buat dalam durasi 50 detik
2. Teknik yang digunakan pembuatan iklan ini adalah *Liveshoot* dan *Motion Graphic*
3. Iklan dibuat untuk Herdana Bags sebagai media promosi dalam bentuk video
4. Format video iklan ini adalah (.mp4)

5. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah Adobe Premier Pro CC 2017, Adobe Audition CC 2017, Adobe Illustrator CC 2017, Adobe After Effect CC 2017, Windows 10

1.4 Tujuan Pustaka

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membantu promosi dalam proses komunikasi pemasaran agar masyarakat lebih mengenal Herdana Bags
2. Mengenalkan macam-macam jenis tas kepada masyarakat
3. Menerapkan ilmu yang telah di dapat dan di pelajari selama mengikuti pendidikan dengan harapan ilmu yang di pelajari dapat bermanfaat dan di terapkan dalam dunia nyata.
4. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan prorgram sarjana S1 pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat di ambil dari pembuatan skripsi ini, di antaranya:

1.5.1 Bagi Penulis

1. Menambah wawasan dan pengalaman dalam pembuatan video iklan menggunakan bermacam-macam software multimedia.
2. Menerapkan ilmu dan teori-teori selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta ke dalam aplikasi nyata sebagai praktek.

3. Mengembangkan ilmu dan membuka wawasan pengetahuan sesuai dengan bidang teknologi sistem informasi.

1.5.2 Bagi Perusahaan

1. Dengan di buatnya iklan ini, di harapkan terjadi peningkatan minat pada produk Herdana Bags
2. Mempunyai suatu sarana publikasi yang dapat di gunakan sebagai sumber informasi yang dapat di manfaatkan oleh Herdana Bags

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang di lakukan untuk mendapat informasi-informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan pemilik Herdana Bags dan bagian-bagian terkait untuk mendapatkan data yang akurat.

2. Metode Pengumpulan

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap iklan yang menggabungkan teknik *motion graphic* dan *live shoot*

3. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku atau situs website terpercaya sebagai bahan referensi.

1.6.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini. Menguraikan iklan untuk diidentifikasi dan di evaluasi kelebihan, kelemahan, kesempatan, dan hambatan yang di harapkan dapat di usulkan perbaikan-perbaikannya.

1.6.3 Metode Produksi

Peneliti menggunakan metode produksi dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan animasi yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan meliputi menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan storyboard.

1.6.4 Metode Evaluasi

Peneliti melakukan evaluasi terhadap video iklan dengan melakukan penayangan video iklan di Youtube.

1.7 Sistematika

Agar lebih mudah di mengerti dalam penyajian laporan penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan dan perangkat lunak yang di gunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang di gunakan, ide cerita, naskah, dan storyboard pada iklan Herdana Bags.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan di jelaskan tentang bagaimana hasil dari video iklan Herdana Bags dan juga membahas bagaimana proses pembuatannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi ini

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.