

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Honx merupakan sebuah brand tas kamera. Sejak berdirinya Honx pada tahun 2010, upaya promosi untuk mendapatkan konsumen bukanlah proses yang mudah. Disini, peran multimedia sangat diperlukan. Apalagi sudah banyak sekali perkembangan tentang multimedia karena multimedia sangat menguntungkan untuk suatu bisnis. Multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik. Salah satu contoh multimedia yang dapat digunakan yaitu membuat media promosi. Dengan media promosi, penjual dapat mengomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat.

Dalam memperkenalkan Honx sampai pada saat ini masih mengandalkan relasi dari mulut ke mulut, pembuatan akun-akun resmi pada media sosial seperti *facebook* dan *instagram* dan memasang iklan pada *online store* seperti *blibli* dan *tokopedia*. Setelah dikaji ulang, media yang digunakan oleh pemilik tersebut sudah berjalan dengan baik. Akan tetapi, pemilik ingin meningkatkan metode promosi untuk produk tas kameranya karena selama ini promosi yang sudah digunakan di *facebook* dan *instagram* masih berbentuk teks dan gambar yang nantinya akan ditambahkan video. Upaya pembuatan media promosi oleh pemilik diharapkan mampu memperluas penyebaran informasi mengenai Honx.

Melihat permasalahan yang terjadi, penulis akan membuat laporan penelitian yang berjudul "Pembuatan Media Promosi pada Produk Honx menggunakan Teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot*."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu : Bagaimana membuat Media Promosi pada Produk Honx dengan menggunakan Teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* ?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka batasan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Media promosi ini dibuat untuk Honx dalam bentuk video.
2. Peneliti menggunakan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* dalam pembuatan media promosi ini.
3. Media promosi ini dibuat dan *dipublish* melalui media sosial *instagram*.
4. Hasil pembuatan akan berbentuk video berdurasi kurang lebih 59 detik.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain :

1. Membuat media promosi dengan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* untuk Honx.
2. Membantu mempromosikan produk dari Honx.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Dapat digunakan sebagai media promosi.
2. Dapat digunakan sebagai pengenalan produk Honx kepada masyarakat umum.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

2. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan pemilik Honx guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai produknya dan permasalahan yang akan diteliti.

3. Metode Kepustakaan

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan dalam skripsi atau penelitian ini.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau

konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities* dan *Threats*.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan ini berupa proses pra produksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan media promosi.

1.6.4 Metode Pengembangan

Penulis menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan video menggunakan teknik *motion graphic*. Setelah itu adalah tahapan pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*. Pemberian *sound effect* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *distributing*.

1.6.5 Metode Testing

Penulis melakukan *testing* dengan melakukan penayangan hasil akhir dihadapan objek penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerapkan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pengantar dari tema judul skripsi penulis. Dalam bab ini juga membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bagian ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar teknologi yang mendukung dalam pembuatan media promosi.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap media promosi yang akan dibuat dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang digunakan untuk pembuatan media promosi.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan media promosi.

BAB 5 PENUTUP

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari media promosi yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan media promosi itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut