

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Grafart *Graffiti Store* merupakan salah satu toko di kabupaten Magelang yang berdiri sejak tahun 2014 dan toko ini menjual berbagai macam cat semprot. Pada awalnya, cat semprot hanya digunakan untuk mengecat peralatan rumah tangga atau barang-barang tertentu namun seiring perkembangan zaman, kini cat semprot digunakan oleh customer untuk menggambar karya seni dengan tembok sebagai medianya.

Di era globalisasi ini semakin banyak perkembangan teknologi yang sudah di manfaatkan di berbagai bidang salah satunya adalah di dunia bisnis. Dunia bisnis juga ikut melakukan berbagai upaya untuk memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mempermudah kinerja promosi. Sebagai pelaku bisnis, Grafart *Graffiti Store* juga ingin turut serta memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan penjualan dan menyebarkan promosi produknya kepada pelanggan.

Proses penjualan di Grafart *Graffiti Store* sampai pada saat ini kebanyakan konsumen datang langsung ke toko secara offline. Dalam mengembangkan bisnisnya, Grafart *Graffiti Store* juga melakukan kegiatan promosi seperti perusahaan lainnya. Tahapan promosi yang dilakukan saat ini hanya menampilkan foto produk yang di upload di media sosial seperti *Facebook*, *Whatsaap*, dan *Instagram*. Dengan adanya permasalahan pandemi saat ini yang semakin membuat kerugian terhadap penjualan yang semakin menurun, ditandai dengan jumlah pengunjung toko yang

hanya berjumlah 4-6 orang pengunjung per harinya. Dari masalah tersebut untuk memecahkan solusi dengan adanya pembuatan video promosi penjualan melalui pengemasan visualisasi informasi dalam bentuk video secara jelas yang diharapkan mampu menjadi ajang promosi dan publikasi usaha Grafart *Graffiti Store* agar lebih dikenal masyarakat luas dan meningkatkan jumlah penjualan di *Grafart Graffiti Store* pada masa pandemi ini. Video promosi yang didalamnya menampilkan varian produk yang tersedia di toko tersebut dan nantinya akan ditayangkan di media sosial *Facebook* menggunakan fitur *Facebook Ads*, ditujukan supaya konsumen dapat melihat dan mengetahui produk apa saja yang ada di *Grafart Graffiti Store* secara lebih jelas, selain itu juga dapat menjadi sarana untuk meningkatkan *brand exposure*, mengumpulkan *leads* (pengikut) baru, dan jangkauan pemirsa yang lebih luas.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penulis mengusulkan adanya pembuatan iklan berbasis video dalam mendukung penyajian promosi dan informasi. Dengan demikian, penulis tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul (Pembuatan Video Iklan Dengan Metode *Live Shoot* Dan *Timelapse* Sebagai Media Promosi Pada toko "Grafart" *graffiti store*).

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana membuat sebuah video promosi pada Grafart *Graffiti Store* yang bermanfaat dan menarik perhatian konsumen?
2. Bagaimana cara mengatasi masalah saat pandemi ini untuk meningkatkan penjualan di toko Grafart?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan sebagai media promosi pada toko "Grafart" *graffiti store*, batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di toko Grafart.
2. Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Timelapse*.
3. Durasi video iklan ini adalah 60 detik.
4. Publikasi iklan pada akun media sosial Facebook toko Grafart (*Grafart Store*) menggunakan fitur *Facebook Ads*.
5. Resolusi video iklan 1280 x 720 *pixel*.
6. Video ini berformat MP4.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis membuat skripsi video iklan ini adalah:

1. Membuat media promosi dalam bentuk video dengan menerapkan teknik *Live Shoot* dan *Timelapse* yang menampilkan lokasi, jam kerja, produk yang tersedia di toko tersebut dan lain sebagainya.
2. Meningkatkan penjualan di Grafart *Graffiti Store*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

1. Menjadi inspirasi peneliti untuk pengembangan selanjutnya menggunakan teknik serupa agar lebih baik.
2. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat video promosi.
3. Penelitian ini merupakan portofolio dalam menerapkan ilmu yang didapatkan dan dipelajari pada kegiatan pembelajaran di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA pada bidang IT dan Multimedia.

1.5.2 Bagi Grafart Graffiti Store

1. Sebagai media promosi yang menarik.
2. Mengenalkan berbagai macam produk yang tersedia di toko Grafart kepada masyarakat luas.
3. Meningkatkan jumlah konsumen Grafart *graffiti store*.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan) yang mendeskripsikan objek penelitian secara rinci dan mendalam dengan tujuan mengembangkan konsep atau pemahaman dari suatu gejala [1].

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan video iklan ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Metode ini bertujuan untuk mencari informasi yang dibutuhkan kepada pihak yang terkait mengenai toko "Grafart" graffiti store untuk menyusun perancangan dan pembuatan iklan serta mendapatkan solusi dari masalah tersebut.

2. Metode Observasi

Mendapatkan informasi dengan cara terjun langsung ketempat penelitian yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan video iklan tersebut dan bertujuan untuk mengamati objek pembuatan video iklan.

3. Metode Literatur

Mengumpulkan data melalui internet, buku dan jurnal skripsi sebagai referensi.

1.6.2 Metode Analisis

Metode ini merupakan tahapan menganalisis sistem. Adapun analisis yang digunakan oleh penulis adalah analisis SWOT, (*strenght*) kekuatan, (*weakness*) kelemahan, (*opportunity*) peluang, dan (*threat*) ancaman.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada metode ini memiliki beberapa tahapan yaitu sebagai berikut [2] :

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.6.4 Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan pengamatan kembali baik dari pihak peneliti maupun pihak Grafart Graffiti Store sehingga dapat disimpulkan bahwa video iklan yang dibuat sudah sesuai dengan konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Review dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

1.6.5 Metode Testing

Metode testing yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengujian dengan cara memberikan kuesioner untuk mendapat penilaian dan saran dari responden dengan menggunakan perhitungan skala likert.

1.7 Sistematika Penelitian

Agar penyajian laporan penelitian ini dapat di mengerti maka di bagi menjadi beberapa bab, yaitu :

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdapat tinjauan pustaka, konsep dasar pembuatan iklan dengan teknik *live shoot* dan *timelapse*, dan tahap pra produksi.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi profil objek penelitian, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, *storyboard*, dan Analisa mengenai tahap produksi iklan.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas proses tahapan pembuatan iklan kepada Grafart graffiti store, meliputi tahap produksi, pasca produksi dan implementasi hasil penelitian.

BAB 5 PENUTUPAN

Pada bab yang terakhir ini berisi kesimpulan dan saran dari topik yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar sumber-sumber data penelitian yang digunakan referensi dalam penyusunan skripsi.