

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan sarana untuk mempromosikan sebuah produk kepada konsumen. Untuk mencapai tujuan yang diharapkan dari suatu promosi maka perusahaan harus dapat membuat iklan yang dapat memberitahu, mengenalkan, mempengaruhi dan memberikan informasi bahwa produk yang ditawarkan pantas untuk dimiliki konsumen. Selain itu iklan yang menarik juga mampu meningkatkan minat konsumen untuk memiliki produk perusahaan tersebut. Salah satu cara yang dapat diterapkan untuk membuat iklan yang menarik yaitu menggunakan teknik *motion graphic*.

Footluck Sport merupakan salah satu penyedia sepatu yang ada di Yogyakarta. Berdiri pada tanggal 11 Mei 2016, Footluck sendiri menggunakan metode *dropship* hingga pada akhir Juni 2017 memutuskan untuk memulai stok barang sendiri dan mendirikan toko *offline*. Footluck Sport menawarkan berbagai macam pilihan *sneaker* dan sepatu *sports* original dengan harga yang terjangkau.

Meskipun sudah berdiri selama lebih dari dua tahun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui apa itu Footluck Sport. Hingga saat ini upaya promosi yang dilakukan masih melalui media sosial dan beberapa marketplace. Promosi tersebut disadari pemilik belum efektif untuk menarik minat masyarakat untuk datang ke toko Footluck karena masyarakat belum terlalu mengerti secara spesifik tentang Footluck Sport dan produk yang ditawarkan. Promosi hanya

menampilkan gambar dan keterangan singkat saja tanpa menggunakan video dan audio yang dapat menjelaskan informasi mengenai Footluck Sport.

Dari permasalahan ini, maka diperlukan sebuah media yang dapat memperkenalkan Footluck secara jelas dan menarik serta dapat diketahui oleh seluruh kalangan masyarakat bahkan yang tidak menggunakan jaringan internet. Media yang dimaksud adalah suatu video iklan televisi yang didalamnya menggunakan teknik *motion graphic* untuk menyampaikan informasi mengenai Footluck Sport dan apa yang ditawarkannya. Sebuah video iklan yang memiliki kelebihan dapat menjangkau konsumen secara menyeluruh sehingga masyarakat dapat melihat dan mendengarkan produk yang ditawarkan. Video iklan yang menggunakan metode *motion graphic* sendiri memadukan unsur-unsur multimedia, yaitu gambar, suara, teks, animasi, dan video yang diolah menggunakan *software* tertentu yang dapat menyampaikan informasi produk lebih menarik di mata konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan produk yang ada di Footluck Sport.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul “Pembuatan Iklan Footluck Sport Menggunakan Metode *Motion Graphic*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat iklan yang dapat mempromosikan Footluck Sport dan produknya?

2. Bagaimana menerapkan teknik *motion graphic* yang digunakan dalam membuat iklan agar dapat meningkatkan promosi pada Footluck Sport?

### 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teknik yang diterapkan yaitu *motion graphic*.
2. Durasi video iklan yang ditayangkan 30 detik.
3. Menginformasikan Footluck Sport dan produknya.
4. Iklan ditujukan kepada masyarakat umum dengan target usia 15-30 tahun
5. Pembuatan iklan ini sebagai sarana untuk membantu mengenalkan dan mempromosikan Footluck Sport dan produknya.

### 1.4 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah membuat iklan Footluck Sport menggunakan metode *motion graphic* sebagai sarana promosi.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengenalkan Footluck Sport sebagai salah satu toko sepatu yang ada di Yogyakarta.



2. Menginformasikan produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan harapan dapat meningkatkan penjualan Footluck Sport.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis  
Dapat membantu penulis mengetahui bagaimana cara membuat iklan agar terlihat menarik.
2. Bagi perusahaan  
Dapat membantu mempromosikan produk-produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan penjualan Footluck Sport.

## 1.7 Metode Penelitian

### 1.7.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1.7.1.1 Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan langsung ke objek penelitian.

#### 1.7.1.2 Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada pihak Footluck Sport sehingga data yang yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan.

### 1.7.1.3 Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat.

### 1.7.1.4 Studi Pustaka

Pengambilan data dan teori melalui buku ataupun hasil penelitian yang berkaitan dengan pembuatan iklan.

### 1.7.2 Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (S), *Weakness* (W), *Opportunities* (O), dan *Threats* (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dimana dapat mengidentifikasi faktor luar (*Opportunities* dan *Threats*) dan faktor dalam (*Strength* dan *Weakness*).

### 1.7.3 Teknik Pembuatan

Penulis membuat iklan mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi dengan menggunakan teknik *motion graphic* agar tujuan iklan ini dapat tersampaikan sesuai harapan.

## 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang diterapkan untuk menyajikan gambaran singkat mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan ini,

sehingga akan memperoleh gambaran yang jelas tentang isi dari penulisan ini, di antaranya:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud penelitian tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang konsep dasar multimedia dan teknik yang dipakai dalam perancangan iklan Footluck Sport.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan Footluck Sport menggunakan metode *motion graphic*.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil pembuatan iklan Footluck Sport menggunakan metode *motion graphic*.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan.