

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi, komunikasi dan multimedia berkembang pesat saat ini. Perkembangan teknologi mempermudah personal dalam penyampaian pesan, salah satunya adalah sebuah iklan. Dengan adanya iklan, masyarakat dimudahkan karena mendapatkan informasi melalui gambar, teks, video, audio dan animasi. Sehingga informasi yang disajikan lebih jelas dan memiliki daya tarik yang bagus. Tujuan iklan adalah agar masyarakat tertarik untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Banyak cara untuk menampilkan sebuah iklan, salah satunya adalah menampilkan iklan melalui *Instagram ads*. *Instagram ads* adalah salah satu kegiatan iklan melalui konten berbayar di *Instagram* untuk menjangkau *audience* yang lebih luas dan lebih ditargetkan. Seperti yang kita ketahui, *Instagram* adalah aplikasi yang sudah memiliki 1 miliar pengguna dari seluruh dunia dan 53 juta pengguna lebih di Indonesia dimana paling banyak digunakan oleh kalangan remaja. Dari data diatas dapat disimpulkan *Instagram* adalah *platform* yang cocok untuk menayangkan sebuah iklan. Selain itu, keuntungan dari *Instagram ads* antara lain adalah *targeting* iklan lebih spesifik dan jumlah penayangan dapat dipantau.

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha, suatu perusahaan maupun usaha kecil menengah harus lebih *inovatif* dalam penyajian informasi (iklan) maupun strategi pemasaran agar dapat meningkatkan *profit* perusahaan. Sebagai

contoh, Dimention Cleaning Shoes merupakan salah satu usaha cuci sepatu yang sudah berjalan sejak 2016 di daerah Yogyakarta. Semakin tingginya tingkat persaingan pada bidang usaha yang sama mendorong Dimention Cleaning Shoes untuk lebih mempromosikan diri agar lebih diketahui oleh masyarakat luas.

Disini penulis menggunakan iklan media elektronik untuk memperkenalkan Dimention Cleaning Shoes. Pada pembuatan iklannya sendiri menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Digunakannya teknik *motion graphic* dan *live shoot* ini karena *visual* yang ditampilkan lebih mudah dicerna oleh siapapun yang melihatnya. *Motion graphic* memiliki daya pikat yang menarik perhatian serta berguna dan memungkinkan pemirsa memetik makna dari *visual* yang ditampilkan sehingga pemirsa akan disuguhkan pengalaman *visual* yang menyenangkan. Yang diharapkan dengan video iklan ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa dan produk yang di sediakan oleh Dimention Cleaning Shoes Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan , penulis ingin merancang dan membuat video iklan dengan judul **“Perancangan Dan Pembuatan Video Iklan Dengan Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Dan Informasi. Studi Kasus : Dimention Cleaning Shoes”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diuraikan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana merancang dan membuat video iklan Dimention Cleaning Shoes Yogyakarta dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*?

1.3 Batasan Masalah

Agar penyusunan skripsi tidak keluar dari pokok permasalahan dan dapat terfokus untuk mengatasi permasalahan diatas, maka batasan masalah yang dilampirkan sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan yaitu *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Penelitian ini dilakukan di Dimention Cleaning Shoes Yogyakarta.
3. Software dalam pembuatannya menggunakan *Adobe Premiere*, *Adobe After Effects* dan *CorelDraw*.
4. Video iklan berdurasi 60 detik
5. Video iklan ditayangkan di Instagram ads.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini secara garis besar adalah:

1. Merancang dan membuat video iklan sebagai media promosi dan informasi Dimention Cleaning Shoes.
2. Mengimplementasikan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada perancangan dan pembuatan video iklan Dimention Cleaning Shoes.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang dilakukan, antara lain :

1. Bagi Penulis
 - a. Mengetahui dan memahami proses perancangan dan pembuatan video iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
 - b. Mengetahui dan menguasai *tools-tools* yang digunakan pada proses pembuatan video iklan pada *CorelDraw*, *Adobe After Effect*, dan *Adobe Premiere*.
 - c. Menghasilkan *output* karya yang nantinya bisa digunakan untuk melengkapi portofolio kerja.
2. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta
 - a. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa berupa penelitian skripsi yang membahas tentang *live shoot* dan *motion graphic*.
 - b. Referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi bagi orang lain yang mencari pembahasan tentang *live shoot* dan *motion graphic*.
3. Bagi Dimention Cleaning Shoes
 - a. Sebagai media iklan promosi Dimention Cleaning Shoes Yogyakarta

1.6 Metode Penelitian

Beberapa metode-metode yang digunakan dalam pelaksanaan perancangan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperoleh yaitu dengan mengumpulkan data dari investigasi dilapangan dan melakukan penelitian terhadap masalah terkait. Adapun metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Merupakan suatu metode pengumpulan data-data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung dilapangan.

2. Metode Studi Pustaka

Mempelajari arsip-arsip yang sudah ada sebagai acuan atau bahan referensi dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, analisis SWOT pada studi kasus.

1.6.3 Metode Pengembangan

Metode pengembangan multimedia terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Merancang Konsep

Merancang konsep iklan untuk menentukan pesan secara keseluruhan dan menentukan alur dari iklan yang akan dibuat.

2. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan bertujuan agar video iklan memberikan pesan yang bisa menjadi daya tarik kepada calon konsumen, menunjukkan keunggulan dari perusahaan.

3. Merancang Storyboard

Sebelum memulai proses produksi iklan diperlukan merancang storyboard terlebih dahulu. Storyboard adalah serangkaian gambar sketsa yang menggambarkan urutan atau alur dari sebuah cerita.

4. Memproduksi Iklan

Pada tahap ini adalah implementasi dari tahap-tahap yang sebelumnya. Dalam pembuatan iklan, ada proses-proses penting yang harus diperhatikan yaitu pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab dan masing-masing memiliki beberapa sub-bab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Agar lebih memudahkan pembahasan, maka akan penulis gambarkan penulisan ini dari setiap bab yang akan di tulis dalam penelitian. Isi bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai penulisan pada penelitian ini. Dimana terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan

penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan menjelaskan secara umum mengenai gambaran penelitian dan perancangan proyek. Dalam hal ini adalah pembahasan metode analisis kebutuhan sistem, analisis pembuatan *story board*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, juga hasil tahapan yang di berikan, seperti pengambilan dan pembuatan gambar, penganimasian, editing video hingga *composition* dan *rendering*..

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Yang didalamnya akan dibahas mengenai evaluasi hasil akhir dari penelitian dan

penulisan penelitian. Kesimpulan berisi keeluruhan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya. Dan juga disertai beberapa saran yang mungkin dapat berguna untk pengembangan pembuatan media informasi multimedia berbasis video iklan.

DAFTAR PUSTAKA

Disini akan diuraikan semua referensi dan pustaka yang telah dijadikan acuan dalam penulisan penelitian yaitu semua sumber yang telah dikutip dalam membantu menyelsaikan penelitian.

