

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi begitu pesat. Dilihat dari peluangnya, hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan dalam berbagai bidang salah satunya adalah bidang periklanan, khususnya periklanan dalam bentuk video. Bagi sebuah toko, iklan sangat diperlukan sebagai media promosi terhadap produk yang dijual mereka.

Bjokicks Jogja merupakan salah satu toko sepatu yang berada di kota Yogyakarta. Bjokicks adalah toko yang menjual produk berjenis sepatu kets atau yang lebih dikenal dengan sebutan sneakers dari beberapa *brand* berkelas yang terdapat dipasaran. Sepatu kets merupakan sepatu multi fungsi yang digunakan semua orang sebagai salah satu gaya hidup mereka. Bahkan pemakaian sepatu kets untuk dunia kerja pun sudah banyak digunakan. Dalam pemasaran produknya, Bjokicks Jogja hanya menggunakan satu cara yaitu dengan menggunakan media sosial Instagram saja, dimana cara tersebut hanya cenderung menggunakan dua elemen saja yaitu tulisan dan gambar. Cara yang telah dilakukan tersebut dirasa sangat kurang, karena tidak dapat mengilustrasikan informasi dengan maksimal, serta kurang tersebar luaskan kepada masyarakat luas khususnya para pecinta *sneakers*.

Dari masalah yang telah dipaparkan diatas, maka diperlukan cara atau solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut. Salah satu solusinya adalah perlu dibuat sebuah iklan berupa video *live shoot*. *Live shoot* adalah pengambilan

gambar bergerak secara langsung, dengan *live shoot*, maka dapat menampilkan objek secara nyata. Selain *live shoot*, penulis akan menggunakan *motion graphic*. Iklan yang menggunakan *motion graphic* memiliki empat elemen yaitu tulisan, gambar, animasi, dan suara. *Motion graphic* merupakan jenis animasi yang menampilkan tulisan ataupun *graphic*, atau dengan kata lain *motion graphic* adalah gambar bergerak yang didalamnya terdapat tulisan, gambar, animasi, dan suara. Sehingga *motion graphic* ini sangat tepat digunakan untuk menggambarkan grafik dalam penyampaian informasi tentang brand produk apa saja yang dijual, serta pelayanan yang diberikan oleh Bjokicks Jogja pada saat proses pembelian. Dengan menggabungkan kedua teknik tersebut, maka dalam media pemasaran memiliki keunggulan tersendiri, yaitu dapat mencakup lima unsur multimedia sekaligus meliputi video, gambar, animasi, teks, dan suara yang tidak dapat disampaikan dengan media sebelumnya.

Berdasarkan masalah dan solusi yang telah diuraikan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan dengan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Bjokicks Jogja”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimana perancangan dan pembuatan iklan Bjokicks Jogja dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian dapat terfokus untuk mengatasi permasalahan diatas, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Video iklan dibuat dengan menggabungkan kedua teknik yaitu *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Informasi yang ditampilkan didalam iklan meliputi profil singkat Bjokicks Jogja, *brand sneakers* yang dijual, dan layanan untuk pembelian produk.
3. Tahapan penelitian hanya sampai penyerahan video iklan kepada pihak Bjokicks Jogja dan publikasi di salah satu stasiun televisi lokal Yogyakarta yaitu RBTv.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat Bjokicks Jogja semakin dikenal masyarakat luas khususnya para pecinta snekaers.
2. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang perancangan dan pembuatan iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu media promosi Bjokicks Jogja.
2. Media konten sebagai informasi kepada para pecinta *sneakers* dan konsumen Bjokicks Jogja.

3. Manfaat bagi penulis adalah menambah pengetahuan dan pengalaman melalui penelitian yang dilakukan melalui survei teori-teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

1.6 Metode penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain:

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan oleh penulis dengan cara pengumpulan data yang secara langsung ke pihak Bjokicks Jogja untuk mendapatkan data secara spesifik.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan secara langsung kepada pihak Bjokicks Jogja.

3. Metode Kepustakaan

Merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku yang berkaitan dengan tema judul skripsi yang penulis ambil. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode kepustakaan.

1.6.2 Metode Analisis

Pada penelitian ini, metode analisis yang penulis gunakan adalah SWOT dan analisis kebutuhan, yaitu analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan informasi, kebutuhan barinware, kebutuhan perangkat lunak dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk merancang dan membuat video.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada metode ini, perancangan dan pembuatan iklan memiliki 3 tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Praproduksi
2. Produksi
3. Pascaproduksi

1.6.4 Metode Sampling

Metode sampling sebagai acuan untuk menentukan berapa jumlah sampel. Penentuan jumlah sampel yang dimaksud adalah penentuan berapa jumlah responden yang akan diambil datanya untuk digunakan pada tahap evaluasi.

1.6.5 Metode Evaluasi

Merupakan bentuk penelitian yang bertujuan untuk memeriksa proses perjalanan suatu program yang dikerjakan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih terstruktur dan mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab III ini adalah gambaran dari Bjokicks Jogja. Serta penjelasan tentang analisis dalam perancangan pembuatan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat keterangan yang didapatkan dari beberapa buku, jurnal dan internet sebagai referensi dan panduan untuk membantu dalam pembuatan dan sebagai penulisan skripsi.