

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. AFEDIGI merupakan perusahaan dibidang *software house* di Yogyakarta dan juga mempunyai produksi tas kulit dengan *brand* Kleon. PT. AFEDIGI berdiri sejak tahun 2012 yang bealamatkan di Jalan Wiratama, TR III No.392, Tegalrejo, Kecamatan Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kleon adalah sebuah *brand* tas yang berdiri di bawah PT. AFEDIGI Yogyakarta yang berbahan dasar dari kulit sapi asli. *Brand* tersebut juga tercipta dengan tujuan untuk memudahkan konsumen dalam membawa barang-barang bawasanya saat bepergian. Harga tas yang ditawarkanpun cukup terjangkau dengan kualitas yang ada.

Adapun kendala yang dihadapi oleh *brand* tas Kleon pada PT. AFEDIGI Yogyakarta adalah promosi yang belum mampu menjangkau semua kalangan masyarakat untuk memperkenalkan produknya, sedangkan dalam dunia bisnis saat ini sangat ketat. Perusahaan-perusahaan atau produsen berlomba-lomba dalam melakukan inovasi, khususnya dengan media promosi yang menarik agar dapat menarik dengan produk yang sejenis lainnya. Dalam hal ini media promosi yang dimaksud adalah dengan pembuatan iklan produk. Sehingga memicu peningkatan penjualan produksi.

Iklan produk pada era saat ini sangat penting, karena dengan adanya iklan produk, perusahaan atau produsen dapat menyampaikan kepada konsumen tentang produk yang ditawarkan. Dengan begitu tujuannya adalah menarik konsumen untuk membeli dan penggunaan tas Kleon. Iklan yang menarik diharapkan dapat menyampaikan informasi tentang tproduknya, tidak hanya melalui gambar namun juga melalui video yang berupa iklan produk Kleon tersebut.

Melihat latar belakang diatas, mendorong peneliti untuk membuat sebuah media promosi. Maka dalam kesempatan ini penulis mengangkat topik dengan

judul “PEMBUATAN VIDEO IKLAN PRODUKSI TAS KLEON MENGGUNAKAN *LIVE SHOOT* DAN *MOTION GRAPHIC* PADA PT. AFEDIGI YOGYAKARTA”. Dengan demikian informasi yang didapat akan lebih banyak serta antusias konsumen semakin tinggi untuk memiliki tas Kleon.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana membuat video iklan pada Produksi Tas Kleon Menggunakan Teknik *Live shoot* dan *Motion graphic* Pada PT. AFEDIGI Yogyakarta?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan penelitian ini lebih terarah, maka penulis akan memberikan batasan masalah yang akan dibahas sehingga hal ini tidak menyimpang dari tujuan yang hendak dicapai yaitu :

1. Membahas media promosi khususnya periklanan secara umum dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Media promosi ditujukan untuk produk tas Kleon pada PT. AFEDIGI Yogyakarta.
3. Media promosi ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
4. Tidak membahas *software* yang digunakan meskipun pada kenyataannya memakai *software* lain.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian tugas akhir ini Antara lain:

1. Membantu bagi konsumen dalam mendapatkan informasi tentang produk tas Kleon pada PT. AFEDIGI Yogyakarta.

2. Membantu memberikan solusi dari permasalahan promosi video iklan yang belum meluas dari produk tas Kleon pada PT.AFEDIGI Yogyakarta itu sendiri.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

1. Menjadi sarana penerapan wawasan mengenai metode *Live shoot* dan *Motion graphic* untuk mendapatkan hasil video yang maksimal.
2. Memberikan wawasan baru dalam multimedia khususnya mengenai pembuatan video iklan.
3. Menjadi sarana pembelajaran bagi penulis agar dimasa mendatang penerapan teknik serupa dapat lebih baik lagi.

1.5.2 Bagi *brand* tas Kleon pada PT. AFEDIGI Yogyakarta

1. Menjadi referensi *brand* tas Kleon pada PT. AFEDIGI Yogyakarta sebagai media iklan kedepannya.
2. Memperkenalkan *brand* tas Kleon padaPT. AFEDIGI Togyakarta bukan hanya tas biasa, namun juga dapat dijadikan koleksi tas yang berbahan dari kulit sapi asli.
3. Meningkatkan minat beli konsumen terhadap *brand* tas Kleon padaPT. AFEDIGI Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Penulis menggunakan metode observasi ini untuk mengamati langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis untuk menulis penelitian ini.

2. Metode Wawancara

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada owner *brand* tas Kleon pada PT. AFEDIGI Yogyakarta.

3. Metode Kepustakaan

Suatu metode pengumpulan data yang merujuk pada buku-buku yang bersumber atau tersedia di perpustakaan maupun di internet yang dapat mendukung dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman tugas akhir tersebut maka penulisan harus dilakukan secara terstruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu dalam penulisannya dibagi menjadi beberapa bagian.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, tujuan penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang konsep dasar multimedia, konsep dasar *editing*, pengertian *motion graphic*, pengertian *live shoot* serta tahapan pra-produksi.

BAB III TINJAUAN UMUM

Di bab ini menjelaskan cara pembuatan media promosi, *software* dan teknik yang digunakan.

BAB IV PERANCANGAN DAN PEMBAHASAN

Di bab ini menjelaskan tentang rancangan *storyboard*, pembentukan *asset*, *color-grading*, *compositing*.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan hasil akhir penilaian proyek.