

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era modern ini telah berkembang dengan pesat, ditandai dengan kian beragamnya teknologi media penyampaian informasi. Dalam penyampaian informasi tentu saja harus dengan cara yang efektif, jelas, dan mudah dipahami. Salah satu media penyampaian informasi adalah berbentuk video. Dalam video, terdapat banyak unsur dan teknik, salahsatunya *live shoot* dan *motion graphic*. Penerapan animasi *motion graphic* dapat membantu penyampaian informasi dalam video, contohnya pada sebuah *scene* yang tidak bisa diambil melalui teknik *live shoot*. Media penyampaian informasi berbentuk video dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha sebagai media promosi produk. Iklan promosi dalam bentuk video dengan penyajian yang jelas dan menarik, akan berdampak baik pada tanggapan konsumen, dan dapat meningkatkan penjualan.

Lumina Body Remedy merupakan salah satu unit usaha yang memproduksi produk perawatan kulit, yang terletak di Maguwoharjo, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lumina Body Remedy memproduksi berbagai jenis produk, mulai dari masker wajah, lulur, krim malam, sabun, dan scrub. Sampai saat ini untuk mempromosikan produk – produknya, Lumina Body Remedy menggunakan media sosial, dan *online shop*, namun isi informasi yang disampaikan masih bersifat teks dan gambar. Kekurangan dalam penyampaian informasi yang saat ini belum dapat tersampaikan salah satunya bagaimana proses produk tersebut berkerja pada kulit,

Maka dari itu sebaiknya Lumina Body Remedy membuat sebuah iklan yang dapat menjelaskan kekurangan diatas. Menurut penulis salah satu media promosi yang tepat bagi Lumina Body Remedy untuk permasalahan diatas adalah menggunakan media video.

Penggunaan teknik dalam pembuatan video iklan juga harus tepat. Teknik yang digunakan dalam video disesuaikan dengan tema dan konsep iklan agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas kepada konsumen. Penulis mengusulkan adanya penggunaan *motion graphic* dan *live shoot*. Penggunaan *motion graphic* dapat digunakan untuk memvisualisasi proses produk tersebut berkerja pada kulit, penyebaran disributor, dan masih banyak lagi. Teknik *live shoot* digunakan untuk pengambilan gambar *talent*.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pembuatan Video Iklan pada Lumina Body Remedy Yogyakarta dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic”. Dengan penerapan *motion graphic* dan *live shoot*, video iklan ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dan dapat menyampaikan informasi mengenai manfaat dari produk Lumina Body Remedy.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka penulis merumuskan permasalahan kesulitan yang terjadi adalah ”*Bagaimana membuat iklan dengan penggabungan teknik live shoot dan motion graphic pada Lumina Body Remedy Yogyakarta ?*”

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu:

1. Video ini menggunakan teknik penggabungan *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Lokasi objek penelitian pada Lumina Body Remedy Yogyakarta.
3. Pembuatan iklan meliputi tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.
4. Pembuatan video iklan ini hanya salahsatu produk Lumina Body Remedy.
5. Pendistribusian iklan hanya pada sosial media Instagram.
6. Target durasi iklan maksimal 1 menit.
7. Pengujian dilakukan pada visualisasi tampilan video dan informasi yang disampaikan.
8. Iklan ini diuji oleh pemilik Lumina Body Remedy, komunitas multimedia, dan masyarakat luas dengan menggunakan kuisisioner.
9. Tahapan penelitian berakhir ketika video diserahkan ke pihak Lumina Body Remedy.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1. Maksud Penelitian

Maksud yang ingin diasmpaikan dari penulisan skripsi ini antara lain :

1. Sebagai Syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4.2. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain :

1. Mempromosikan produk Lumina Body Remedy dengan menggabungkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Membantu untuk memvisualkan aspek aspek dari produk Lumina Body Remedy yang belum dapat tersampaikan pada media lama.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu yang didapatkan selama di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan aplikasi Adobe After Effect CC, Adobe Premiere CC, Adobe Audition CC, Adobe Photoshop CC, dan Corel Draw X7.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam membuat iklan.

3. Bagi Lumina Body Remedy

Dapat membantu Lumina Body Remedy mempromosikan produknya kepada masyarakat.

4. **Bagi Masyarakat Luas**

Memberikan informasi mengenai produk Lumina Body Remedy dan manfaatnya.

1.6. **Metode Penelitian**

1.6.1. **Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh dan mengumpulkan informasi tentang objek adalah :

1. **Metode Observasi**

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap iklan yang menggabungkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, baik iklan buatan Indonesia maupun luar negeri.

2. **Metode Wawancara**

Pada metode ini penulis melakukan wawancara kepada pemilik toko secara langsung untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan.

3. **Metode Studi Pustaka**

Pada metode ini penulis mengumpulkan data dan bahan referensi tertulis dengan *browsing* internet, membaca literatur, jurnal, dan bahan-bahan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

1.6.2. Metode Analisis

Analisis SWOT adalah salahsatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi suatu masalah, proyek, atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*.

1.6.3. Metode Produksi

1. Pra-produksi

Pada tahap pra produksi meliputi pengumpula data, perencanaan tema, sinopsis, alur iklan, naskah iklan, dan *storyboard*.

2. Produksi

Tahap produksi meliputi pengambilan gambar, *sound*, pembuatan desain *motion graphic*, dan proses editing.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi meliputi *randering*, publikasi, dan pengujian.

1.6.4. Metode Evaluasi

Peneliti melakukan pengujian terhadap video iklan yang telah selesai dibuat menggunakan kuisisioner dengan skala *Likert* kepada komunitas multimedia dan penonton. Sehingga dapat diketahui kelayakan video iklan yang dibuat.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk penulisan skripsi ini diterapkan secara sistematis dan terencanakan dibagi menjadi lima bab, masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar dari permasalahan yang dibahas, berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang pengetahuan dasar dan teori-teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar penelitian yang mendukung pembuatan video iklan, seperti kajian pustaka, konsep dasar iklan, dan *software* yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada Bab ini berisi tentang tahap pra produksi, seperti pembuatan konsep iklan, tema, perancangan iklan, dan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai tahapan pembuatan iklan dari produksi sampai pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran secara menyeluruh dari proses penelitian yang telah dilakukan.