

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Origin Merch merupakan salah satu toko busana bagi kawula muda di daerah Istimewa Yogyakarta yang berdiri sejak tahun 2013. Origin Merch yang beralamat di Jl. Anyer CT X No.09, Karangasem Baru, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta. Mas Dona sebagai owner dari Origin Merch memilih konsep toko dengan desain ruangan yang simple, hal tersebut dimaksudkan agar para pengunjung dapat memilih pakaian dengan mudah dan nyaman.

Berbagai merchandise yang disediakan Origin Merch diantaranya adalah t-shirt, hoodie, celana, topi, kemeja, bahkan Origin Merch menyediakan merchandise kecil seperti CD/DVD dari berbagai macam band. Origin Merch sendiri sudah menjadi salah satu tempat distro favorit para pengunjung yang berasal dari berbagai kalangan yang menyukai musik Rock.

Penulis memilih Origin Merch menjadi objek penelitian yang bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui bahwa distro Origin Merch telah membuka toko baru yang lebih luas dan nyaman untuk pengunjung.

Berdasarkan peninjauan yang dilakukan pada objek penelitian ini, didapat bahwa selama ini produk Origin Merch pengiklanannya masih menggunakan foto dan media social di Toko yang lama, tetapi hasil yang didapatkan tidak maksimal, dan pihak Origin Merch ingin meningkatkan promosi iklan dengan

menggabungkan video live shoot di Toko baru. Dengan adanya media iklan ini diharapkan dapat meningkatkan penyebaran informasi Origin Merch lebih baru.

Dari masalah yang ada maka ditarik kesimpulan membuat sebuah penelitian dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Origin Merch Yogyakarta”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “*Bagaimana perancangan dan pembuatan iklan Origin Merch Yogyakarta?*”

1.3. Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan maka penulis membatasi permasalahan:

1. Media promosi Origin Merch ini hanya dibuat dengan menggunakan teknik *Live Shoot*.
2. Video iklan berdurasi 60 detik.
3. Perangkat lunak yang digunakan adalah *Adobe Premiere Pro CC*.
4. Video iklan ini akan dipasang dan dipublish pada promosi iklan *instagram* atau *official* akun Origin Merch.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Merancang dan membuat iklan Origin Merch sebagai media promosi dengan teknik *live shoot*.
2. Hasil penelitian berupa iklan promosi akan ditayangkan di Instagram.
3. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang Strata-I Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Bagi Penulis

1. Belajar menerapkan teori-teori yang telah di dapat selama mengikuti masa perkuliahan
2. Untuk menambah wawasan tentang perancangan dan pembuatan Video Promosi

1.5.2. Bagi Objek

1. Video iklan ini dapat dijadikan sebagai media promosi untuk mempermudah Origin Merch dalam menarik perhatian calon pengunjung.
2. Memperkenalkan produk Origin Merch kepada masyarakat luas.

1.6. Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan adalah :

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode observasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung oleh penulis dengan mendatangi Origin Merch untuk mendapatkan data dan informasi secara spesifik.

2. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada manajemen Origin Merch yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Origin Merch, agar penulis dapat memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan Analisa penelitian.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan oleh penulis dengan cara mengambil data berupa gambar obyek dan dokumen terkait yang dapat digunakan untuk membantu penulisan penelitian.

4. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku maupun fasilitas internet yang dapat memberikan informasi secara akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, dapat pula digunakan buku elektronik (e-book) sebagai referensi dalam metode studi pustaka.

1.6.2. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan oleh penulis yaitu metode analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Didalam analisis SWOT penulis akan membahas tentang *Strengths* (kekuatan/keunggulan), dan *Threats* (ancaman) dari iklan ini. Sedangkan didalam analisis kebutuhan non fungsional penulis akan membahas kebutuhan software, hardware, dan brainware yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini.

1.6.3. Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan *script* naskah, *storyboard* dan implementasi yaitu tahap pra produksi yang nantinya dapat berguna untuk memperlancar proses pembuatan video iklan.

1.6.4. Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang *Shooting, Acting, and Record Sound*.Selanjutnya untuk tahap pasca produksi yang dilakukan adalah *editing, review* hasil sementara, selanjutnya melakukan *compositing, rendering* dan *publishing* apabila hasil sudah sesuai dengan yang diharapkan.

1.6.5. Testing

Pada tahap testing penulis melakukan pengujian setelah video iklan tersebut ditayangkan pada aplikasi Instagram. Pengujian video dilakukan dengan menggunakan Screening Test.

1.6.6. Implementasi

Tahap implementasi merupakan tahapan video iklan produk yang telah selesai dibuat untuk diimplementasikan atau ditayangkan pada aplikasi Instagram.

1.6.7. Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi, penulis menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *motion tracking* yang dapat diterapkan pada video promosi Origin Merch. Sehingga visualisasi data yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti oleh masyarakat selaku *audience*.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan 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 video iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

BAB III Analisis dan Perancangan

Pada BAB III ini adalah gambaran dari Origin Merch. Serta penjelasan tentang pembuatan video iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan video iklan tersebut.

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 menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil implementasi dari pihak Origin Merch terhadap video iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat