

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan jaman kemajuan teknologi juga semakin berkembang cepat mendorong untuk menciptakan teknik-teknik yang baru dalam pembuatan suatu video, salah satunya adalah teknik *motion graphic*. Perkembangan *Motion Graphic* begitu pesat, seiring dengan banyaknya software *motion graphic* yang menawarkan berbagai kemudahan dan keistimewaan. Dengan *Motion Graphic* beberapa informasi bisa disampaikan sekaligus dalam satu *scene* video. Teknik *Motion Graphic* menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-Elemen grafis yang dapat berupa teks dan *image* yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Hal inilah yang memberikan dampak positif dalam pembuatan iklan agar iklan di sajikan dalam bentuk yang lebih kreatif dan menarik, dengan adanya kemajuan teknologi kini iklan video tidak hanya ditayangkan di televisi namun juga di berbagai media sosial yang ada sekarang.

Toko Sepatu Frendy Sports merupakan salah satu toko sepatu yang ada di Yogyakarta yang menjual sepatu olahraga seperti sepatu sepakbola, sepatu futsal dan sepatu casual. Saat ini Toko Sepatu Frendy Sports mempromosikan produk mereka melalui media sosial yaitu *Instagram*, *Facebook* dan melalui *website* *frendysports.com*. Akan tetapi media promosi yang disampaikan saat ini masih terbatas berupa teks dan gambar, sementara itu Toko Sepatu Frendy Sports membutuhkan promosi produk yang lebih menarik yaitu berupa video yang dapat

sekaligus mempromosikan toko, produk dan promo menarik yang diberikan kepada pembeli.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengusulkan adanya penggunaan video karena dalam video tersebut diharapkan dapat memberikan ilustrasi keunggulan tersebut. Karena video tersebut memiliki keunggulan dibandingkan hanya berupa teks dan gambar saja. Penulis membuat video iklan instagram yang menarik menggunakan teknik *motion graphic* dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Pada Toko Sepatu Frendy Sports Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan pada penelitian / perancangan yaitu, bagaimana merancang dan membuat video iklan Toko Sepatu Frendy Sports dengan menggunakan teknik *motion graphic* ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan ini perlu adanya batasan masalah untuk memberikan tujuan dan pembahasan yang jelas. Adapun batasan masalah pada perancangan dan pembuatan video iklan ini adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan iklan menggunakan teknik *motion graphic*.
2. Hasil video iklan ini berdurasi maksimal 60 detik.
3. Iklan ini menggunakan rasio video 1:1 dan ukuran yang digunakan adalah 1080 x 1080 px dengan format hasil *rendering* mp4.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam editing adalah Adobe After

Effect, Adobe Illustrator, dan Adobe Aditions.

5. Video iklan ini diserahkan ke pihak Toko Sepatu Frendysports untuk kemudian ditayangkan pada iklan beranda Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menyelesaikan program sarjana S1 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Untuk membuat iklan Toko Sepatu Frendysports supaya lebih menarik.
3. Agar jangkauan pemasaran produk Toko Sepatu Frendy Sports bisa lebih luas lagi dengan adanya iklan ini.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk peneliti:

1. Menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Menambah pengalaman dan pengetahuan dalam dunia periklanan dan multimedia.
3. Memperkenalkan Toko Sepatu Frendy Sports sebagai penyedia sepatu olahraga.
4. Menarik konsumen untuk membeli produk dari Toko Sepatu Frendy Sports.

1.6 Metode Penelitian

Penulis ingin menjabarkan bagaimana cara memperoleh hasil data yang baik dan benar untuk keperluan dalam penelitian ini. Berikut beberapa metode penulis yang ingin diterapkan.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pembuatan skripsi ini penulis memerlukan data yang lengkap dan benar. Diharapkan dengan adanya data yang lengkap dapat membantu dalam penyusunan skripsi ini dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk pembuatan skripsi agar tercapai dengan hasil yang diinginkan.

Beberapa metode yang akan digunakan dalam pengumpulan data, antara lain :

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti, misalnya pengamatan langsung di lokasi dan mengamati apa saja potensi yang dimiliki Toko Sepatu Frendy Sports secara langsung.

2. Metode Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data adalah dengan jalan wawancara, yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Cara inilah agar memperoleh data yang benar dengan bertanya kepada pemilik perusahaan.

3. Metode Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil gambar objek dan dokumen yang terkait.

4. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun mencari sumber lewat internet dari sumber terpercaya dan valid agar mendapatkan pedoman atau bahan tambahan dalam pembuatan karya yang benar.

1.6.2 Analisis

Analisis yang akan digunakan dalam metode penelitian ini adalah menggunakan Analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats.

1.6.3 Perancangan

1. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi yang baik agar mendapatkan hasil yang baik pula.

2. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari merancang konsep atau *implementasi* dari strategi kreatif. Merancang isi meliputi mengevaluasi dan memiliki daya tarik pesan, dengan kata lain memberikan informasi yang menarik agar konsumen tertarik. Biasanya yang di sampaikan adalah

sebuah keunggulan perusahaan itu sendiri, atau *motto* dari perusahaan sehingga konsumen tidak ragu untuk membeli atau menggunakan jasa yang telah di iklankan.

3. Merancang Naskah Iklan

Dalam merancang naskah iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang akan disampaikan untuk membidik pasar yang tepat sasaran.

4. Merancang *Storyboard*

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. *Storyboard* adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

5. Memproduksi Iklan

Tahap ini adalah aksi dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan yang terakhir pasca produksi.

1.6.4 Evaluasi

Tahap ini merupakan bentuk dalam tahap kelayakan setelah video iklan selesai dibuat. Dalam tahap ini juga akan diberikan kuesioner kepada objek tempat penelitian. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian agar penyajian laporan penelitian skripsi ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematikan penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video iklan dengan teknik liveness dan motion graphic, serta software yang akan digunakan dalam pembuatan video iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Toko Sepatu Frendy Sports dan analisis serta perancangan iklan video secara umum dan menjelaskan kelebihan serta kekurangan iklan tersebut menggunakan metode analisis SWOT.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bagian bab ini berisi proses pembuatan motion graphic dari rancangan yang telah dibuat, mulai dari tahap cara pembuatan aset, editing, rendering dan yang terakhir yaitu penayangan iklan di beranda Instagram Ads.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan hal-hal yang berisi kesimpulan dari proses Pembuatan skripsi dan berisi sarana untuk perbaikan iklan dimasa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi refrensi-refrensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

