

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya pada multimedia berkembang sangat pesat pada saat ini. Dalam memberikan sebuah informasi tidak hanya dilakukan melalui media kertas, banyak perusahaan telah memanfaatkan media sosial sebagai media iklan untuk meningkatkan jumlah penjualannya. Sebagaimana diketahui bahwa dalam memasarkan suatu jasa atau barang memerlukan suatu usaha melalui media iklan. Media iklan memiliki beberapa keunggulan yang mencakup lima unsur dasar multimedia sekaligus yaitu animasi, suara, teks, video dan gambar. Disini peneliti menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphics* untuk memperkenalkan Segara Klaten ke masyarakat. *Live shoot* adalah pengambilan gambar bergerak secara langsung meliputi perekaman menggunakan kamera dengan keadaan yang sebenarnya. *Motion graphic* adalah desain dalam bentuk gambar atau tulisan yang dibuat bergerak-gerak melalui proses editing yang kemudian digabungkan menjadi sebuah video.

Segara Klaten merupakan usaha UMKM di bidang minuman, usaha ini terletak di Jl. KI Pandanaran KM. 2, Senden, Danguran, Kec. Klaten Selatan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, 57426. Usaha dengan nama lengkap "Segenggam Rasa Klaten" ini bergerak dibidang minuman yang menyediakan berbagai macam rasa dari buah-buahan, susu, vanilla dan lainnya. Awal mula berdirinya Segara Klaten tersebut hanyalah bermula dari perbincangan yang dilakukan pemilik dengan sahabatnya. Dalam mengembangkan usahanya Segara Klaten memperkenalkan produknya dengan mengandalkan relasi pertemanan dan melakukan promosi dengan menggunakan sosial media Instagram.

Masalah yang ada di Segara Klaten yaitu marketnya terlalu kecil hanya mencakup sekitar lokasi toko, dimana Segara ingin meningkatkan produktifitasnya

dengan mencakup pasar yang lebih luas. Usaha yang dilakukan oleh Segara Klaten untuk menarik minat pelanggan yaitu dengan cara menampilkan foto dan story produk di media sosial Instagram namun dirasa masih kurang untuk menarik minat pelanggan. Keunggulan-keunggulan dari toko ini juga tidak ditampilkan secara maksimal seperti produk andalan, lokasi toko, dan tempat toko yang nyaman untuk berbelanja. Dikarenakan cara penyampaian informasi yang dirasa kurang efektif dan kurang menarik, disini peneliti mencoba menyelesaikan permasalahan yang ada dengan cara merancang video iklan dengan konsep yang berbeda. Peneliti merancang konsep video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Dengan pembuatan rancangan video iklan berbeda diharapkan dengan mengimplementasikan video yang digabungkan dengan *motion graphic* dapat mengatasi kekurangan dalam menyampaikan informasi serta dapat menciptakan video iklan yang menarik serta mudah dipahami.

Alasan pemilihan *live shoot* dan *motion graphic* sebagai teknik yang cocok untuk media iklan karena biaya pembuatannya yang murah oleh usaha rintisan serta informasinya dapat ditunjukkan kepada masyarakat luas dengan cara yang inovatif dan kreatif. Selain itu, yang menjadi keunggulan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media iklan adalah pesan yang ingin disampaikan oleh toko dalam memberikan informasi tentang keunggulan-keunggulan yang terdapat di Segara Klaten. Diharapkan dengan pembuatan video sebagai media iklan produk minuman Segara Klaten dapat meningkatkan kunjungan konsumen di Instagram maupun datang langsung ke toko.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas menimbulkan masalah yaitu:

1. Bagaimana membuat media iklan produk Segara Klaten dengan menggunakan teknik *live shoot*?
2. Bagaimana membuat animasi *motion graphic* pada video iklan segara klaten?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian pembuatan video iklan adalah Segara Klaten.
2. Aplikasi yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effects.
3. Teknik yang digunakan adalah Live Shoots dan Motion Graphic.
4. Hasil penelitian berupa video berdurasi 60 detik.
5. Format video menggunakan H.264 dengan resolusi video 1080p Full HD (1920 x 1080 pixel) dan berektensi MP4.
6. Hasil video akan di tayangkan pada media sosial yaitu Instagram Segara Klaten.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendesain, menganalisa, dan membangun sebuah video yang informatif yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan atau masukan bagi Segara Klaten dalam upaya menyelesaikan masalah yang terjadi dan dapat menarik minat konsumen dengan memaksimalkan penggunaan elemen multimedia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Membuat iklan produk minuman Segara Klaten dalam bentuk video.
2. Menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam pembuatan video produk minuman Segara Klaten.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam menambah wawasan konsep pembuatan iklan minuman baik bagi penulis, peneliti dengan tema yang sama, dan diharapkan menjadi pertimbangan dan masukan bagi Segara Klaten. adapun manfaat penelitian ini dilakukan yaitu:

1. Membuat Segara Klaten dapat dikenal masyarakat secara luas.
2. Membuat video iklan dengan biaya yang murah.

3. Menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan mengambil skripsi dengan tema yang sama.
4. Penelitian ini menjadi arsip dalam bentuk skripsi serta dapat menjadi gambaran tentang pembuatan video dengan teknik live shoot dan motion graphic.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah di mengerti, Maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok pemasalahannya, 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, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang perbedaan pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai profil dari objek penelitian, pengumpulan data yang dilakukan, dan tahapan rancangan dalam pembuatan video pada penelitian skripsi ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan mengenai proses pengeditan aset video yang telah dilakukan, proses pembuatan animasi motion graphic, perhitungan angket kuesioner yang digunakan untuk menghitung tingkat ketertarikan responden.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan saran yang digunakan untuk pengembangan media iklan agar ke depannya menjadi lebih baik.

