

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan suatu komunikasi yang bertujuan untuk menawarkan sebuah produk atau jasa ke masyarakat luas dengan melalui media. Dalam membuat keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa terdapat beberapa karakter spesifik konsumen, setiap perusahaan memiliki strategi khusus untuk mendapatkan perhatian terhadap produk atau jasa yang di tawarkan mulai dari harga, produk, tempat, dan promosi. Periklanan merupakan salah satu jasa satu cara untuk membujuk masyarakat melalui media masa yang bertujuan mempromosikan produk atau jasa yang dijual perusahaan.[1]

Dengan mengiklankan produk melalui media sosial para pengusaha juga dimungkinkan mendapatkan pelanggan yang banyak, dikarenakan sekarang banyak orang yang menggunakan media sosial. Dengan begitu, semakin banyak juga orang yang terpapar promosi pada media sosial.[2]

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aang Tornado, pemilik Drestanta Photography, beliau menyatakan bahwa selama ini beliau masih menggunakan foto sebagai portofolio di Instagram. Namun, menurutnya pendekatan ini kurang efektif dalam menyebarkan informasi dan memperkenalkan vendor miliknya. Waktu dan biaya menjadi kendala untuk pembuatan video liveshoot.

Berdasarkan latar belakang dari objek, peneliti merancang video iklan menggunakan teknik *motion graphic* pada Drestanta Photography dengan memperhatikan biaya seminimal mungkin, akan tetapi dapat memberikan informasi dengan baik dan mudah diterima oleh penonton. Penerapan animasi dan *motion graphic* dapat meningkatkan kualitas iklan digital dan memiliki nilai jual yang dapat menjadikan penghasilan bagi perusahaan yang menawarkan produk dan jasa yang dijual. Dan juga untuk mencari fakta sejauh mana animasi dan motion grafis dapat digunakan dalam pembuatan iklan digital.[1]

Video iklan ini dibuat bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada akun Drestanta Phptgraphy. Implementasi video iklan tersebut akan di unggah pada media sosial Instagram Drestanta Photography.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan yaitu “ *Bagaimana membuat video iklan untuk Drestanta Photography dengan teknik motion graphic*”.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Iklan digunakan untuk media promosi penyedia layanan fotografi.
2. Iklan hanya ditampilkan di media sosial Instagram.
3. Video yang dihasilkan berdurasi 55 detik.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengkasihkan video iklan *motion graphic* yang akan di unggah pada media sosial Instagram Drestanta Photography.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Memperluas jaringan promosi.
2. Penelitian ini diharapkan juga mampu menjadi landasan teori untuk penelitian lain.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang objek permasalahan dari penelitian adalah

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pada penyusunan skripsi dilakukan beberapa Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memecahkan masalah. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain :

1. Metode Studi Literatur

Metode pengumpulan data menggunakan studi literatur dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mencari dan mempelajari berbagai jurnal, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul skripsi.

2. Metode Interview

Metode interview dilakukan secara langsung dengan pemilik Drestanta Photography. Hal ini dilakukan guna tidak ada kesalahan dalam mengumpulkan data informasi yang dibutuhkan.

3. Metode Observasi

Metode ini dilakukan guna mengumpulkan data dengan cara mengunjungi langsung tempat penelitian yaitu Studi Drestanta Photography.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional. Analisis fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.6.3 Metode Perancangan

Pembuatan video iklan untuk Drestanta Photography terdapat beberapa tahap yaitu :

1. Pra produksi
2. Produksi
3. Pasca produksi

1.6.4 Evaluasi

Setelah pembuatan video selesai dilakukan evaluasi dan testing. Peneliti menggunakan skala *likert* berupa kuesioner kepada masyarakat yang terdiri dari berbagai kalangan untuk mengetahui seberapa layaknya video yang sudah dibuat sebagai media promosi.

1.7 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematik berikut :

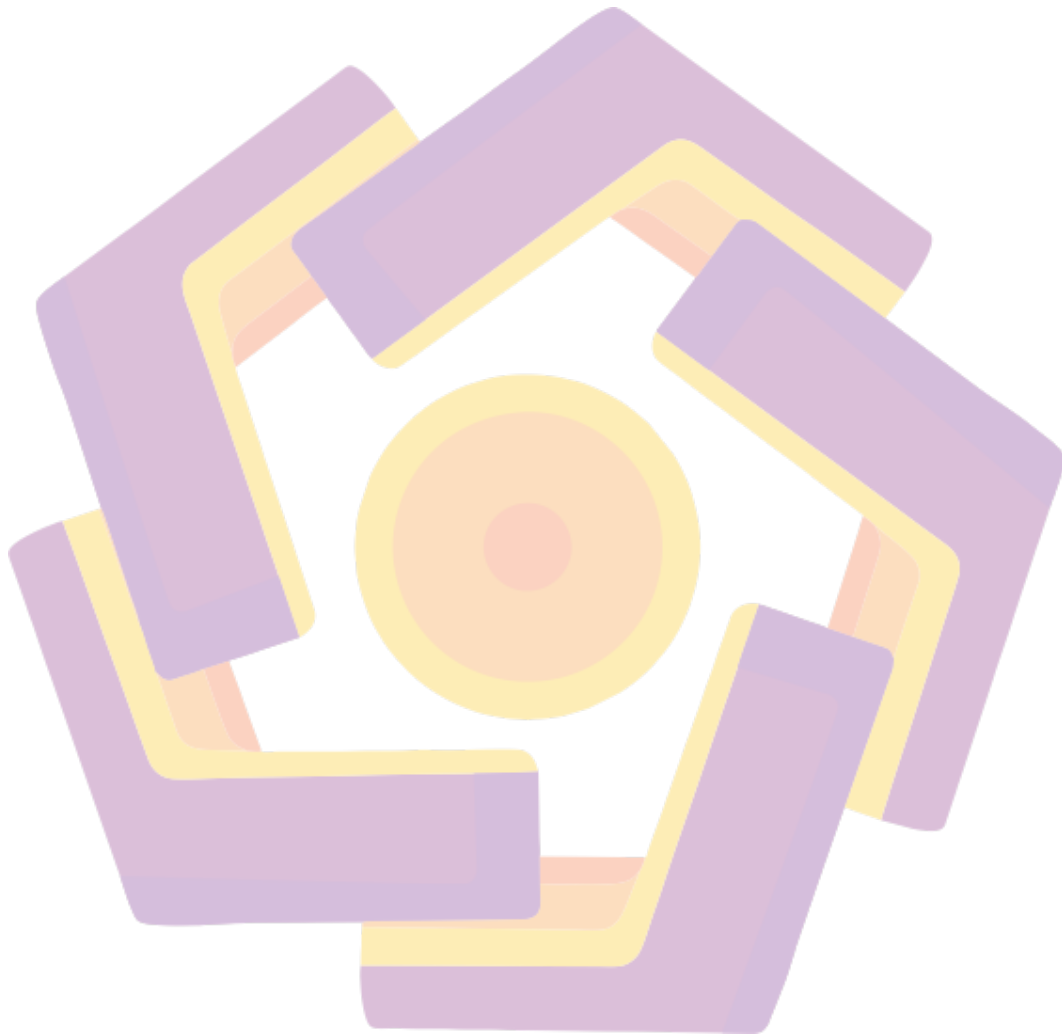
BAB I PENDAHULUAN, Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematik penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, Pada bab ini berisi teori teori yang menjadi landasan dan mendasari penelitian yang mendukung penyusunan skripsi sesuai judul yang diambil.

BJAB III METODE PENELITIAN, Bab ini membahas tentang analisa perancangan iklan dengan menggunakan motion graphic serta penjelasan perancangan iklan yang sedang dibuat.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN, Bab ini menyajikan tahap pembuatan video yang akan dijelaskan setiap langkahnya serta contoh setiap animasinya.

BAB V PENUTUP, Berisikan kesimpulan dan saran dari video yang sedang dibuat.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan suatu komunikasi yang bertujuan untuk menawarkan sebuah produk atau jasa ke masyarakat luas dengan melalui media. Dalam membuat keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa terdapat beberapa karakter spesifik konsumen, setiap perusahaan memiliki strategi khusus untuk mendapatkan perhatian terhadap produk atau jasa yang di tawarkan mulai dari harga, produk, tempat, dan promosi. Periklanan merupakan salah satu jasa satu cara untuk membujuk masyarakat melalui media masa yang bertujuan mempromosikan produk atau jasa yang dijual perusahaan.[1]

Dengan mengiklankan produk melalui media sosial para pengusaha juga dimungkinkan mendapatkan pelanggan yang banyak, dikarenakan sekarang banyak orang yang menggunakan media sosial. Dengan begitu, semakin banyak juga orang yang terpapar promosi pada media sosial.[2]

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aang Tornado, pemilik Drestanta Photography, beliau menyatakan bahwa selama ini beliau masih menggunakan foto sebagai portofolio di Instagram. Namun, menurutnya pendekatan ini kurang efektif dalam menyebarkan informasi dan memperkenalkan vendor miliknya. Waktu dan biaya menjadi kendala untuk pembuatan video liveshoot.

Berdasarkan latar belakang dari objek, peneliti merancang video iklan menggunakan teknik *motion graphic* pada Drestanta Photography dengan memperhatikan biaya seminimal mungkin, akan tetapi dapat memberikan informasi dengan baik dan mudah diterima oleh penonton. Penerapan animasi dan *motion graphic* dapat meningkatkan kualitas iklan digital dan memiliki nilai jual yang dapat menjadikan penghasilan bagi perusahaan yang menawarkan produk dan jasa yang dijual. Dan juga untuk mencari fakta sejauh mana animasi dan motion grafis dapat digunakan dalam pembuatan iklan digital.[1]

Video iklan ini dibuat bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada akun Drestanta Phtpgraphy. Implementasi video iklan tersebut akan di unggah pada media sosial Instagram Drestanta Photography.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan yaitu “ *Bagaimana membuat video iklan untuk Drestanta Photography dengan teknik motion graphic*”.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Iklan digunakan untuk media promosi penyedia layanan fotografi.
2. Iklan hanya ditampilkan di media sosial Instagram.
3. Video yang dihasilkan berdurasi 55 detik.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengkasihkan video iklan *motion graphic* yang akan di unggah pada media sosial Instagram Drestanta Photography.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Memperluas jaringan promosi.
2. Penelitian ini diharapkan juga mampu menjadi landasan teori untuk penelitian lain.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang objek permasalahan dari penelitian adalah

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pada penyusunan skripsi dilakukan beberapa Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memecahkan masalah. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain :

1. Metode Studi Literatur

Metode pengumpulan data menggunakan studi literatur dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mencari dan mempelajari berbagai jurnal, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul skripsi.

2. Metode Interview

Metode interview dilakukan secara langsung dengan pemilik Drestanta Photography. Hal ini dilakukan guna tidak ada kesalahan dalam mengumpulkan data informasi yang dibutuhkan.

3. Metode Observasi

Metode ini dilakukan guna mengumpulkan data dengan cara mengunjungi langsung tempat penelitian yaitu Studi Drestanta Photography.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional. Analisis fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.6.3 Metode Perancangan

Pembuatan video iklan untuk Drestanta Photography terdapat beberapa tahap yaitu :

1. Pra produksi
2. Produksi
3. Pasca produksi

1.6.4 Evaluasi

Setelah pembuatan video selesai dilakukan evaluasi dan testing. Peneliti menggunakan skala *likert* berupa kuesioner kepada masyarakat yang terdiri dari berbagai kalangan untuk mengetahui seberapa layaknya video yang sudah dibuat sebagai media promosi.

1.7 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematik 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, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematik penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, Pada bab ini berisi teori teori yang menjadi landasan dan mendasari penelitian yang mendukung penyusunan skripsi sesuai judul yang diambil.

BJAB III METODE PENELITIAN, Bab ini membahas tentang analisa perancangan iklan dengan menggunakan motion graphic serta penjelasan perancangan iklan yang sedang dibuat.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN, Bab ini menyajikan tahap pembuatan video yang akan dijelaskan setiap langkahnya serta contoh setiap animasinya.

BAB V PENUTUP, Berisikan kesimpulan dan saran dari video yang sedang dibuat.

