

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi saat ini perkembangan dalam multimedia sudah sangat maju. Salah satu produk dari multimedia yang paling populer adalah iklan dalam bentuk video. Bagi beberapa perusahaan, iklan dalam bentuk video sangat di perlukan dalam memberikan apa yang mereka punya dengan video iklan yang lebih komunikatif dalam mempromosikan produk dan jasa dari perusahaan itu. Saat ini iklan dibuat dengan berbagai teknik seperti penggabungan antara teknik *motion graphic* dan teknik *live shoot*. *Motion graphic* adalah teknik yang membuat gambar mati atau *still images* yang digerakkan sehingga terlihat lebih hidup. Agar *motion graphic* tidak terlihat monoton, dalam sebuah *motion design* memerlukan objek nyata dengan menggunakan teknik *live shoot*.

Lizghoz Shop adalah salah satu percetakan yang bergerak dalam bidang *digital printing* khusus untuk *custom case* yang ada di Yogyakarta. Lizghoz shop menyediakan berbagai jenis produk *custom case* yang dapat dipilih sesuai kebutuhan konsumennya. Masing masing jenis produk *custom case* ini memiliki keunggulannya masing masing. Namun dalam promosiya, lizghoz shop masih menggunakan brosur dan media sosial seperti Instagram. Penggunaan brosur dan media sosial yang berupa gambar dan tulisan saja belum cukup untuk menyampaikan informasi tentang keunggulan produk dari lizghoz shop. Salah satu

informasi keunggulan dari produk *custom case* yang saat ini belum dapat tersampaikan adalah kualitas ketahanan produk *custom case* terhadap benturan.

Dari permasalahan yang ada maka penulis mengusulkan bagaimana video iklan yang akan dibuat dapat menyampaikan seluruh informasi mengenai keunggulan produk *custom case* dari Lizghoz Shop seperti penjelasan *custom case* dari Lizghoz Shop dan hasil printing pada setiap jenis *case* menggunakan teknik *live shoot*. Video iklan ini juga akan menjelaskan bagaimana kualitas *custom case* dalam melindungi ponsel konsumennya dari benturan menggunakan teknik *motion graphic* agar memudahkan penyampaian informasi yang tidak dapat disampaikan secara *live shoot*.

Berdasarkan latar belakang dari masalah tersebut, penulis mengangkat kasus tersebut ke dalam skripsi dengan judul: **“Perancangan dan Pembuatan Iklan Custom Case di Lizghoz Shop Yogyakarta Menggunakan Live Shoot dan Motion Graphic”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah *“Bagaimana merancang dan membuat sebuah iklan untuk produk custom case di Lizghoz Shop Yogyakarta dengan menggunakan teknik live shot dan motion graphic ?”*.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak terlalu meluas, penulis perlu memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Lizghoz Shop Yogyakarta.

2. Video iklan ini ditujukan untuk seluruh masyarakat.
3. Video iklan ini akan ditayangkan di sosial media Instagram.
4. Durasi iklan kurang lebih 1 menit.
5. Hasil dari video iklan diuji oleh pemilik Lizghoz Shop Yogyakarta.
6. Video iklan custom case Lizghoz Shop Yogyakarta diuji berdasarkan keberhasilan memvisualisasikan dan menginformasikan sesuai dengan materi yang telah ditentukan.
7. Penelitian ini sampai pada tahap video iklan diserahkan kepada pihak Lizghoz Shop Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Membuat media promosi untuk Lizghoz Shop yang berupa iklan.
2. Membuat iklan dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic.
3. Memperkenalkan Lizghoz Shop kepada masyarakat.
4. Memperkenalkan produk *custom case* dari Lizghoz Shop kepada masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dibuatnya video ini, diharapkan masyarakat dapat mengenal lebih jelas tentang produk yang dibuat oleh Lizghoz Shop dan agar penjualan produk Lizghoz Shop akan meningkat.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah :

1.6.1 Metode pengumpulan data

1. Metode Studi Pustaka

Pengumpulan data melalui buku-buku, literatur dan sumber referensi yang mendukung skripsi ini.

2. Metode Wawancara

Pada metode ini dilakukan wawancara langsung terhadap pihak yang terkait dengan objek penelitian untuk mendapat informasi yang lebih akurat.

3. Metode Observasi

Pada metode ini dilakukan pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap Lizghoz Shop.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode SWOT (Straight, Weakness, Oportunity, Threat) yaitu dengan menganalisa apakah video tersebut layak atau tidak digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan video iklan custom case Lizghoz Shop Yogyakarta.

1.6.3 Metode Produksi

Merancang konsep pembuatan iklan dimulai dari tahap pra-produksi yaitu merancang konsep iklan, merancang isi iklan, pembuatan storyboard, narasi. Tahap produksi yaitu proses pembuatan iklan dan Tahap pasca produksi yaitu dalam penyelesaian sebuah iklan.

1.6.4 Metode Pengujian

Metode pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner dengan skala *Likert* kepada beberapa orang yang telah menonton hasil dari pembuatan iklan Lizghoz Shop.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, pembahasan yang penulis sajikan terdiri dari lima bab dengan pokok-pokok bahasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan gambaran latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan pembahasan teori yang digunakan dalam penulisan skripsi ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi analisis SWOT guna mengetahui masalah-masalah dalam rangka memaksimalkan kegiatan produksi film animasi serta proses pra produksi.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini akan dijelaskan mengenai pembuatan video iklan dari proses produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang literatur-literatur yang digunakan