

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Media informasi sangat penting untuk sebuah produk agar supaya lebih dikenal masyarakat. Dalam penyampaian informasi tentu saja harus dengan cara yang efektif, jelas, dan mudah dipahami. Salah satu media penyampaian informasi adalah berbentuk video. Dalam video, terdapat banyak unsur dan teknik, salah satunya live shoot dan *motion graphic*, contohnya pada sebuah *scene* yang tidak bisa diambil melalui teknik *live shoot*. Media penyampaian informasi berbentuk video dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha sebagai media promosi produk. Iklan promosi dalam bentuk video dengan penyajian yang jelas dan menarik, akan berdampak baik pada tanggapan konsumen, dan dapat meningkatkan penjualan.

Dalam dunia bisnis, penting untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat agar lebih dikenal dan diminati. Salah satu cara efektif untuk melakukan hal ini adalah melalui media informasi, terutama dalam bentuk video. Video merupakan media yang mampu menyampaikan informasi secara jelas dan menarik, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Seiring dengan pesatnya perkembangan era digital saat ini, penggunaan video bukan hanya sebagai hiburan saja melainkan juga bisa digunakan sebagai media iklan, dokumentasi suatu peristiwa, pembuatan tutorial, bahkan sebagai media pembelajaran. Maraknya perkembangan teknologi komputer telah dijadikan sebagai media atau alat untuk menggabungkan image, audio, animasi, teks dan gambar yang disebut sebagai multimedia. Dengan adanya ilmu multimedia sebagai alat untuk menikmati gambar bergerak dan juga sarana media atau alat bantu untuk melakukan editing film atau video seperti pembuatan film documenter, film ftv, promosi maupun iklan. Dan di era sekarang ini banyak sekali teknik-teknik untuk membuat video sebagai penambah daya tarik.

Dazzle merupakan toko yang menjual berbagai smartphone aksesoris juga kebutuhan lainnya dan sudah memiliki beberapa cabang di Yogyakarta seperti di daerah Gejayan, Jakal dan Godean. Salah satu yang khas dari Dazzle adalah menjual berbagai produk dengan harga yang sangat terjangkau bagi masyarakat. Namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang Dazzle dan produknya. Dazzle belum memiliki video iklan yang digunakan sebagai media promosi. Sampai saat ini untuk mempromosikan produk – produknya Dazzle menggunakan media sosial, dan online shop, namun isi informasi yang disampaikan masih bersifat teks dan gambar dan tidak ada video spesifik yang memperkenalkan produk Dazzle. Kekurangan dalam penyampaian informasi yang saat ini belum dapat tersampaikan seperti produk yang tersedia, promosi-promosi dan lokasi Dazzle dimana saja. Maka dari itu sebaiknya Dazzle membuat sebuah iklan yang dapat menjelaskan kekurangan diatas. Menurut penulis salah satu media promosi yang tepat bagi Dazzle untuk permasalahan diatas adalah menggunakan media video.

Dalam menghadapi tantangan ini, penulis mengusulkan penggunaan video iklan sebagai media promosi yang tepat bagi Dazzle. Video iklan dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif tentang produk yang ditawarkan oleh Dazzle, termasuk produk yang tersedia, promosi-promosi yang sedang berlangsung, serta lokasi cabang-cabang Dazzle.

Penggunaan teknik dalam pembuatan video iklan juga harus tepat. Teknik yang digunakan dalam video disesuaikan dengan tema dan konsep iklan agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas kepada konsumen. Penulis mengusulkan adanya penggunaan motion graphic dan live shoot. Penggunaan motion graphic dapat digunakan untuk mengilustrasikan apa saja yang dijual pada toko dazzle, keunggulan produk yang di jual. Teknik live shoot digunakan untuk pengambilan toko dan produk.

Dalam era digital ini, media informasi memainkan peran krusial dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap sebuah produk. Pentingnya penyampaian informasi yang efektif, jelas, dan mudah dipahami tidak dapat

diragukan lagi dalam memperkenalkan produk kepada audiens yang luas" pada jurnal (Pandu, R. (2019)).

Video iklan untuk produk dan keunggulan dari objek penelitian dikemas dalam format landscape karena menurut jurnal berjudul "Landscape vs portrait mode: which is faster to use on your smart phone?" oleh karsten seipp disimpulkan bahwa masing masing memiliki keunggulan namun sangat berbeda hasilnya ketika landscape dinilai lebih unggul dalam kemudahan penggunaan bagi pengguna yang belum familiar dengan format portrait dan hasil simpulan ini juga disampaikan dalam hal kepraktisan juga dapat meningkatkan kegunaan dan efisiensi di ragam dialog karena menghemat waktu dalam ketidakhiasaan pengguna [13]. Dalam jurnal tersebut juga tidak disebutkan secara spesifik untuk instagram namun ditujukan dalam penggunaan secara umum sehingga penulis menggunakan dasar tersebut dalam menyajikan video dalam format landscape.

Video berbentuk landscape di Instagram memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya menjadi pilihan yang lebih baik dalam konteks tertentu. Format landscape memberikan lebih banyak ruang tampilan, memungkinkan konten untuk menarik perhatian penonton dengan lebih baik. Ini penting karena dapat menampilkan lebih banyak detail atau konten yang penting dalam satu frame, sehingga membuat pesan atau cerita menjadi lebih kuat dan jelas. Kedua, konsistensi dengan format video landscape yang umum digunakan di platform lain atau dalam format seperti IGTV dapat mempertahankan kesan profesional dan konsisten dalam merek. Dengan demikian, pengguna yang terbiasa dengan format tersebut di platform lain akan merasa lebih nyaman dan terbiasa dengan konten. Terakhir, kompatibilitas dengan platform lain di luar Instagram juga merupakan keuntungan, karena konten dapat dengan mudah diintegrasikan dan digunakan secara lebih luas, memperluas jangkauan dan dampak dari strategi pemasaran. Dengan demikian, menggunakan video landscape di Instagram dapat memberikan keunggulan yang signifikan dalam mencapai tujuan pemasaran.

Untuk menciptakan video iklan yang efektif, penulis menyarankan penggunaan teknik motion graphic dan live shoot. Motion graphic dapat digunakan



untuk mengilustrasikan produk-produk Dazzle dan keunggulan-keunggulannya, sementara teknik live shoot dapat digunakan untuk memperlihatkan toko dan produk secara langsung kepada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan pada Dazzle Yogyakarta dengan Live Shoot dan Motion Graphic”. Dengan penerapan live shoot dan motion graphic, video iklan ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dan dapat menyampaikan informasi mengenai toko Dazzle dan produknya

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu “Bagaimana membuat dan merancang video iklan Dazzle Yogyakarta dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*?”

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup yang lebih kecil agar penulis dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Video ini menggunakan teknik penggabungan *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Lokasi penelitian pada Dazzle Yogyakarta.
3. Target penayangan hasil video hanya pada media sosial Instagram.
4. Target durasi iklan adalah 1 menit.
5. Penguji dilakukan pada tampilan video dan informasi yang disampaikan.
6. Iklan ini diuji oleh pemilik Dazzle Yogyakarta, mahasiswa Universitas Amikom yang mengambil konsentrasi multimedia, dan masyarakat dengan menggunakan kuisioner.
7. Tahapan penelitian berakhir ketika video diserahkan kepihak Dazzle Yogyakarta.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai yaitu untuk membuat dan merancang video iklan Dazzle Yogyakarta dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan dan berbagi ilmu yang diperoleh di bangku kuliah tentang iklan dan publikasi menggunakan video. Melalui penelitian ini, para peneliti dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari dalam konteks dunia nyata, serta berbagi pengalaman dan temuan mereka kepada orang lain untuk meningkatkan pemahaman kolektif tentang praktik iklan dan publikasi menggunakan video.
2. Penulis mendapatkan pengalaman berharga dari proses pembuatan dan perancangan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada Video Iklan Dazzle Yogyakarta. Melalui penelitian ini, penulis dapat mengembangkan keterampilan praktis dalam produksi video, termasuk pemahaman mendalam tentang teknik *live shoot* dan *motion graphic*, yang dapat menjadi modal berharga dalam karier masa depan mereka di bidang produksi konten visual.
3. Toko Dazzle mendapat lebih banyak pengenalan dari masyarakat. Melalui penelitian ini, toko Dazzle dapat memperluas jangkauan promosinya dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaannya sebagai destinasi untuk produk-produk *smartphone* aksesoris dan kebutuhan lainnya di Yogyakarta. Ini dapat membantu meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan toko.
4. Masyarakat lebih mengenal toko Dazzle dan lebih mudah menerima informasi tentang toko. Dengan adanya video iklan yang jelas dan menarik, masyarakat akan lebih mudah memahami apa yang ditawarkan oleh toko Dazzle, termasuk produk yang tersedia, promosi-promosi yang sedang berlangsung, dan lokasi cabang-cabangnya. Ini akan membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih menyenangkan dan efisien bagi konsumen.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah: Penggunaan media informasi, terutama dalam bentuk video, telah menjadi strategi penting dalam promosi produk bagi banyak bisnis di

era digital saat ini. Namun, masih ada beberapa bisnis, termasuk toko Dazzle yang menjual aksesoris smartphone dan kebutuhan lainnya di Yogyakarta, yang belum memanfaatkan potensi penuh dari media video untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat. Kurangnya promosi yang efektif, terutama dalam bentuk video iklan, dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan membatasi kesadaran masyarakat tentang produk yang ditawarkan oleh toko tersebut.

Rumusan masalah: Bagaimana strategi yang efektif dalam memanfaatkan media video sebagai alat promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang toko Dazzle dan produk-produknya? Bagaimana menerapkan teknik live shoot dan motion graphic secara optimal dalam pembuatan video iklan untuk toko Dazzle?

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka: Dalam penelitian ini, akan dikaji literatur terkait dengan peran media video dalam promosi produk, konsep dan prinsip dasar dalam pembuatan video iklan, serta teknik live shoot dan motion graphic yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik sebuah video promosi.

Dasar-dasar teori yang digunakan: Teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian ini mencakup konsep promosi produk, penerapan media video dalam pemasaran, dan prinsip-prinsip desain grafis dan visual dalam pembuatan video iklan.

## BAB III METODE PENELITIAN

Tinjauan umum tentang objek penelitian: Penelitian ini akan berfokus pada

pengembangan sebuah video iklan untuk toko Dazzle di Yogyakarta, dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic.

**Analisis masalah:** Analisis akan dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan promosi toko Dazzle, kendala-kendala yang dihadapi dalam promosi produk, serta potensi solusi yang ditawarkan melalui penggunaan media video.

**Solusi yang ditawarkan:** Solusi yang ditawarkan adalah pengembangan sebuah video iklan yang menarik dan informatif untuk memperkenalkan toko Dazzle dan produk-produknya kepada masyarakat.

**Rancangan:** Rancangan penelitian akan mencakup proses pengambilan gambar, pembuatan animasi motion graphic, pengeditan video, dan distribusi hasil video iklan.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas proses pengembangan aplikasi video iklan untuk toko Dazzle, termasuk hasil dari pengambilan gambar, implementasi teknik live shoot dan motion graphic, serta hasil testing dan penerapan aplikasi di objek penelitian.

#### BAB V PENUTUP

**Kesimpulan dan saran:** Penutup ini akan merangkum kesimpulan dari penelitian ini, termasuk manfaat dari pengembangan video iklan untuk toko Dazzle dan saran-saran untuk pengembangan selanjutnya dalam hal promosi produk melalui media video....