

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Barang bekas atau *secondhand* didefinisikan sebagai barang yang sebelumnya dimiliki atau digunakan oleh seseorang sebelum dijual kepada konsumen saat ini. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan pembelian produk baru oleh pelanggan, sehingga menggunakan sumber daya yang lebih sedikit dan menghasilkan lebih sedikit limbah. Sejak tahun 2000-an, stigmatisasi dan popularitas kembali produk konsumen bekas telah meningkat, dan pasar produk bekas telah tumbuh dan menarik perhatian yang lebih besar. Orang-orang cenderung membeli produk bekas berdasarkan kualitas, merek, dan kesesuaian dengan budaya Barat, ekspresi identitas moral, nilai-nilai budaya yang dirasakan, nilai-nilai fungsional, dan nilai-nilai ekonomi. Beberapa orang membelinya karena faktor keunikan dan keaslian pembelian produk bekas. [1]

Jalan Thrift merupakan sebuah badan usaha yang secara khusus fokus dalam penjualan pakaian bekas atau *secondhand*. Untuk mempromosikan produk-produk mereka, Jalan Thrift menggunakan media sosial, seperti Instagram, sebagai saluran komunikasi utama dengan pelanggan potensial. Penggunaan media sosial ini telah terbukti efektif dalam menyampaikan informasi kepada target pasar mereka. Namun demikian, pengelola Jalan Thrift ingin meningkatkan metode promosi mereka dengan memanfaatkan iklan video yang memberikan informasi yang lebih detail dan membutuhkan ilustrasi visual yang lebih mendalam, seperti cara pelayanan yang diberikan dan detail lokasi. Sayangnya, karena keterbatasan sumber daya manusia yang ada, iklan video yang diinginkan belum dapat direalisasikan.

Dengan menggabungkan teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking*, iklan video promosi Jalan Thrift akan memberikan pengalaman yang lebih menarik dan realistis bagi masyarakat. Masyarakat dapat melihat secara langsung produk yang ditawarkan oleh Jalan Thrift, suasana di dalam toko, dan pengalaman berbelanja yang menarik. Diharapkan, hal ini akan meningkatkan ketertarikan dan

kepercayaan masyarakat terhadap Jalan Thrift sebagai tempat yang menawarkan pakaian bekas berkualitas dengan harga terjangkau.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil judul **“Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Dengan Teknik Live Shoot Dan Motion Tracking Pada Toko Jalan Thrift”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu **“Bagaimana merancang dan membuat Iklan pada Toko Jalan Thrift dengan Teknik Live shoot dan Motion Tracking?”**

### **1.3 Batasan Masalah**

Beberapa Batasan masalah yang digunakan peneliti agar tidak menyimpang adalah sebagai berikut:

- a. Objek penelitian video iklan ini adalah Jalan Thrift yang terletak di wilayah Yogyakarta.
- b. Materi video iklan ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi.
- c. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.
- d. Maksimal dari durasi iklan ini adalah 1 menit.
- e. Target penayangan pada media online seperti Instagram dan YouTube.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini diadakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan video iklan, sehingga tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Membantu Jalan Thrift meningkatkan kualitas promosi dan informasi.
- b. Mengimplementasikan penggabungan teknik *live shoot* dan *motion Tracking* yang diharapkan dapat menampilkan sebuah iklan yang lebih menarik.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Dapat membantu Jalan Thrift dalam mempromosikan dan menjelaskan produk serta layanan lainnya yang ada pada Jalan Thrift kepada calon konsumen ataupun kepada masyarakat. Penggunaan teknik *Motion Tracking* akan memberikan efek visual yang menarik pada iklan. Hal ini akan menambah daya tarik visual iklan dan menciptakan kesan yang modern dan inovatif.

## 1.6 Metode Penelitian

Langkah - langkah memperoleh data yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan penelitian dijabarkan oleh peneliti.

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### a. Metode Observasi

Metode Observasi adalah pengamatan secara langsung di lokasi penelitian. Observasi berfungsi untuk mendapatkan penelitian yang lebih detail mengenai lingkungan Jalan Thrift baik internal maupun eksternal dengan pengamatan di lapangan.

#### b. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data dan mengidentifikasi permasalahan yang lebih jelas dan luas dengan cara meminta pendapat pada pihak-pihak yang terkait, yaitu pemilik usaha, pegawai, dan konsumen. Wawancara merupakan salah satu metode yang efektif untuk mengumpulkan informasi mengenai objek penelitian.

#### c. Metode Studi Pustaka

Untuk mengumpulkan data yang mendukung penelitian, studi pustaka dapat dilakukan dengan membaca jurnal dan buku yang relevan, serta mencari informasi melalui internet dari sumber-sumber terpercaya dan valid.

### **1.6.2 Metode Perancangan**

Dalam metode perancangan yang digunakan dalam pembuatan video iklan dapat menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti:

- a. Pra Produksi
- b. Produksi
- c. Pasca produksi

### **1.6.3 Metode Evaluasi**

Untuk menjamin bahwa hasil data yang divisualisasikan dapat dengan mudah dimengerti oleh audience, tahap evaluasi harus dilakukan. Dalam tahap ini, pengujian dan pembahasan tentang teknik live shoot dan motion tracking yang dapat diterapkan pada video iklan Jalan Thrift.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Pada penelitian ini sistematika yang digunakan dalam penyusunan skripsi sudah sesuai ketentuan dari Lembaga, yaitu:

#### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini memberikan pengantar tentang masalah yang akan dibahas, yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II Landasan Teori**

Bab ini mencakup tinjauan pustaka dan dasar teori. Tinjauan pustaka merupakan uraian hasil penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian yang akan dilakukan, sedangkan dasar teori berisi teori sistem pendukung keputusan dan penjabaran metode pengembangan sistem yang diperlukan untuk menyusun solusi dalam penelitian ini.

### **BAB III Analisis Dan Perancangan**

Bab ini memaparkan profil Jalan Thrift, analisis terhadap video iklan yang sudah dibuat, serta analisis kebutuhan dan perancangan video iklan yang akan dibuat.

### **BAB IV Implementasi Dan Pembahasan**

Bab ini menguraikan hasil dan pengujian video iklan Jalan Thrift yang menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking*, serta memaparkan pembahasan terkait hasil tersebut.

### **BAB V Penutup**

Bab ini merupakan bab terakhir dari sistematika penulisan skripsi. Di dalam bab ini memuat kesimpulan serta saran untuk pengembangan iklan media promosi Jalan Thrift.

