

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini media informasi berperan penting didalam kehidupan sehari-hari contohnya seperti iklan penjualan sebuah produk supaya lebih diketahui masyarakat. Dimana dalam sebuah iklan penyampaiannya harus jelas, mudah dipahami, dan efektif. Salah satu penyampaiannya adalah menggunakan sebuah video. Iklan dalam bentuk video dengan penyajian yang jelas dan menarik akan mendapatkan tanggapan yang baik oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan. Mengingat di era sekarang penyampaian lewat video lebih efektif. Dalam sebuah video terdapat banyak unsur dan teknik pengambilanya, seperti salah satunya Live Shoot dan Motion Grapic.

Ojan Sport merupakan toko yang menjual perlengkapan olahraga mulai dari sepatu, knepad, dan elbowpad, yang berada di jln. Kebunraya no 41A, Kotagede, Yogyakarta, Indonesia 55171. Produk yang mereka jual ada beberapa merek, dimana merek-merek tersebut merupakan produksi lokal yang kualitasnya juga sangat bagus. Namun masih sangat banyak masyarakat yang belum mengetahui produk apa saja yang berada di Ojan Sport. Dalam melakukan promosinya Ojan Sport menggunakan beberapa media sosial dimana dalam penyampaian informasinya belum cukup jelas karena sebagian besar hanya menggunakan teks dan gambar. Kekurangan dalam penyampaian informasi yang saat ini belum dapat tersampaikan salah satunya adalah keunggulan sepatu. Oleh sebab itu sebaiknya Ojan Sport membuat video iklan untuk menjelaskan keunggulan produk yang mereka jual, sehingga masyarakat akan lebih paham dengan keunggulan produk yang ada. Dengan adanya video iklan tersebut maka permasalahan diatas dapat teratasi.

Dalam pembuatan video iklan teknik yang di gunakan juga harus tepat. Teknik yang di gunakan harus sesuai dengan konsep dan tema. Dengan begitu informasi di dalam produk dapat tersampaikan dengan jelas kepada konsumen. Disini penulis mengusulkan untuk menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic. Live Shoot berguna untuk pengambilan video pada toko dan produk. Penggunaan Motion Graphic berguna untuk mengilustrasikan keunggulan produk sepatu seperti menggunakan bahan yang ringan dan lentur sehingga nyaman saat digunakan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Pada Toko Peralatan Olahraga Ojan Sport Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic". Dengan penerapan teknik Live Shoot dan Motion Graphic pada video iklan ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dan penyampaian informasi mengenai toko Ojan Sport dan produknya dapat tersampaikan dengan jelas.[1]

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang ada dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah yaitu "bagaimana merancang dan membuat video iklan sebagai media promosi pada toko Ojan Sport untuk meningkatkan daya tarik pelanggan" dengan menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, perlu di batasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup yang lebih kecil lagi supaya penulis tidak berbeda dari rumusan masalah, maka penulis membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Video ini menggunakan perpaduan antara teknik Live Shoot dengan Motion Graphic.
2. Lokasi objek penelitian di Ojan Sport.
3. Dalam pembuatan video iklan ini ada beberapa tahap diantaranya pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

4. Durasi iklan minimal 30 detik.
5. Penayangan iklan di media sosial instagram.
6. Pengujian dilakukan pada tampilan video dan informasi yang akan disampaikan.
7. Sebelum iklan di tayangkan akan di uji terlebih dahulu oleh pemilik Ojan Sport, mahasiswa Universitas Amikom, dan masyarakat dengan menggunakan kuisioner.
8. Hasil penelitian akan di serahkan kepada pemilik Ojan Sport.

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada fakultas teknik informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Untuk mengembangkan ilmu yang sudah di pelajari dan di dapatkan selama menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta
3. Untuk mengembangkan suatu peluang usaha.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Penulis

Mahasiswa dapat mengaplikasikan teori dan ilmu yang telah di pelajari selama masa perkuliahan terhadap lingkungan serta dunia pekerjaan yang sebenarnya.

2. Toko

Lebih dikenal oleh masyarakat serta lebih maju.

3. Konsumen

Akan lebih mudah dalam memilih produk karena informasi yang di sampaikan jelas.

4. Universitas

Hasil dari naskah penelitian dapat dijadikan sumber informasi serta dapat dikembangkan di kemudian hari.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan informasi. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Pengamatan Langsung (Observasi)

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab terhadap pemilik toko Ojan Sport untuk mendapatkan informasi yang lebih relevan.

1.6.1.3 Metode Analisis

Analisis SWOT adalah salah satu metode perancangan yang digunakan untuk mengaluasi suatu masalah, proyek, atau konsep dalam suatu bisnis yang didasarkan oleh faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu Strengths, Weakness, opportunities, dan Threats.

1.6.2 Metode Produksi

Dalam metode produksi ini terdapat tiga tahapan di antaranya yaitu:

1.6.2.1 Pra Produksi

Pada tahap pra produksi ini meliputi pengumpulan data, ide, konsep iklan, naskah iklan, dan storyboard

1.6.2.2 Produksi

Di tahap produksi ini meliputi pengambilan gambar, sound, dan proses editing.

1.6.2.3 Pasca Produksi

Pada pasca produksi ini meliputi rendering, pengujian, dan publikasi.

1.6.3 Metode Evaluasi

Metode ini merupakan pengujian terhadap video iklan yang telah selesai dibuat menggunakan kuisioner dengan skala likert kepada penonton, sehingga dapat diketahui kelayakan video yang telah dibuat.[2]

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang di gunakan dalam penulisan akan memuat uraian secara garis besar dari isi penelitian tiap bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisikan mengenai latar belakang masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematik penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, perancangan, dan pembuatan

BAB III ANALISI DAN PERANCANGAN

Menguraikan gambaran objek penelitian, analisis semua permasalahan, serta perancangan system baik secara umum maupun spesifik.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan hasil dari tahapan penelitian, mulai dari analisis, desain, hasil testing, dan implementasinya

BAB V PENUTUP

Menguraikan kesimpulan dari penelitian dan saran-saran sebagai pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

