

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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 ditawarkan mulai dari harga, produk, tempat, dan promosi[1].

Dengan mengiklankan produk melalui media sosial, para pengusaha juga dimungkinkan untuk mendapat pelanggan yang banyak dikarenakan kini banyak orang yang menggunakan media sosial. Dengan begitu, semakin banyak pula orang yang terpapar iklan di media sosial. Iklan sendiri merupakan segala bentuk pesan promosi benda seperti barang, jasa, produk jadi, dan ide yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan ditujukan kepada sebagian besar masyarakat[2].

Berdasarkan hasil wawancara dengan Putrama Yuli Arif Tianta selaku owner Vanspedia menerangkan bahwa Vanspedia Saat ini Vanspedia dalam media pemasaran masih menggunakan foto dan video shoot yang memerlukan waktu, biaya dan tenaga saat pembuatan video..

Maka dari itu, peneliti merancang video iklan menggunakan *motion graphic* pada Toko sepatu Vanspedia. Penerapan animasi dan *motion graphic* dapat mempercepat waktu pelanggan mencerna iklan dan memiliki nilai jual yang dapat menjadi pundi-pundi bagi perusahaan yang menawarkan produk dan jasa yang dijual, juga dilakukan untuk mencari fakta sejauh mana animasi dan *motion graphic* digunakan secara maksimal dalam pembuatan iklan digital[1].

Video iklan ini dibuat bertujuan untuk meningkatkan jumlah pembeli. Implementasi dari video tersebut akan di upload di media sosial instagram Vanspedia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana merancang video iklan pada toko sepatu Vanspedia menggunakan *Motion Graphic*?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Video yang dihasilkan menggunakan format mp4.
2. Video yang dihasilkan memiliki durasi tidak lebih dari 60 detik.
3. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video adalah Adobe Illustrator CC 2018, Adobe After Effect CC 2017 dan Adobe Premiere Pro CC 2018.
4. Video iklan hanya terdapat teks, gambar, animasi, backsound, dan voice over.
5. Video iklan hanya di tayangkan di Instagram Vanspedia.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya adalah menghasilkan video iklan dengan *Motion Graphic* yang akan di unggah ke media sosial Instagram Vanspedia.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapaun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti
Peneliti dapat menerapkan ilmu multimedia dalam merancang video iklan yang akan dibuat dan dapat bermanfaat bagi orang lain.
2. Bagi toko Vanspedia

Perancangan video iklan dengan teknik *motion graphic* yang dapat meningkatkan nilai penjualan Toko sepatu Vanspedia.

3. Bagi Universitas

Peneliti berharap dapat menambah informasi yang berkaitan tentang video iklan dengan *motion graphic*.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang ada, beberapa Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pada penyusunan skripsi tersebut, dilakukan beberapa Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memecahkan masalah. pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Metode Studi Literatur

Metode pengumpulan data dengan studi literatur dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mencari dan mempelajari berbagai referensi seperti jurnal, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan video *motion graphic*.

2. Metode Interview

Metode pengumpulan data dengan interview atau wawancara dilakukan secara langsung dengan owner dari Toko sepatu Vanspedia. Hal ini guna mendapatkan data berupa informasi yang dibutuhkan.

3. Metode Observasi

Metode ini dilakukan penulis guna mengumpulkan data dengan cara mengunjungi langsung tempat penelitian yaitu Toko sepatu Vanspedia.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis berupa Analisis Identifikasi Masalah dan Analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan untuk menentukan hasil yang dicapai, tahapan – tahapan yang dilakukan dalam perancangan video *Motion Graphic* adalah sebagai berikut:

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca produksi

1.6.4 Evaluasi

Setelah pembuatan video selesai, maka dilakukan evaluasi. Peneliti menggunakan *skala Likert* berupa kuesioner kepada masyarakat umum yang terdiri dari berbagai macam kalangan profesi untuk mengetahui kelayakan video iklan yang dibuat.

1.6.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini bertujuan untuk mempermudah dalam penyusunan laporan. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat

penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai dasar-dasar teori serta referensi yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis, serta perancangan video *Motion Graphic* yang akan dibuat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dari penelitian ini, meliputi hasil perancangan, pengoperasian dan implementasi dari video *Motion Graphic*.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, serta saran untuk pengembangan produk dan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai daftar referensi yang dipergunakan untuk mendukung penulis selama melakukan penelitian ini.