

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis aksesoris motor dan mobil di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyak brand brand lampu & aksesoris luar negeri ataupun produk local mulai bermunculan di Masyarakat luas.

Iklan menjadi salah satu factor penting penunjang dalam proses untuk memasarkan suatu produk. Sehingga banyak UMKM memperkenalkan produk / jasa melalui media digital seperti iklan video promosi. Promosi dalam Upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk dengan tujuan menarik konsumen.

Kitsu Light Project adalah sebuah Bengkel Aksesoris Motor maupun mobil yang menawarkan barang dan jasa pemasangan, yang berada di Ngentak 1, RT./04/RW.03, Ngentan II, Sawitan, Kec. Mungkid, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah 56511. Yang di miliki oleh Bagus Priya Utama, bengkel Aksesoris Motor maupun mobil ini tentunya menjual barang dan menawarkan jasa pasang ditempat. Dalam Upaya memenuhi target promosi dan pemasarannya , Kitsu Light Project menggunakan promosi salah satunya melalui media social seperti Instagram & Facebook dengan memposting produk yang berupa foto maupun video. Namun masih kurang maksimal, karena tidak menjelaskan semua hal yang mencakup dari Bengkel tersebut. Dan belum mampu membuat media promosi dalam bentuk video dengan menggunakan Teknik *live shoot*.

Video menjadi media Utama yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Dengan menggunakan Teknik *live shoot* dan, objek terlihat lebih menarik. Dengan menggabungkan visual yang menarik, akan dirancang video dengan hasil yang maksimal.

Berdasarkan pemasalahan di atas dapat disimpulkan bahwa salah satu Solusi atas berkembangnya media promosi iklan melalui internet adalah "Perancangan Video Iklan Kitsu Light Project sebagai Media Promosi dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan pada penelitian yaitu

“ Bagaimana membuat Video Iklan pada Kitsu Light Project agar dapat digunakan sebagai media informasi & promosi yang efektif”.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah diatas berdasarakan rumusan, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi lingkup pembahasan yaitu:

- Penelitian difokuskan pada Kitsu Light Project
- Media Promosi ini dibuat untuk Kitsu Light Project
- Pembuatan Video Iklan ini menggunakan Teknik penggabungan live shoot.
- Video iklan ini berdurasi 1 menit dan akan di iklankan di Instagram ads dan Facebook
- Software editing yang digunakan adalah, Adobe Premiere Pro CC 2021
- Hasil iklan akan ditayangkan di social media Instragram @KitsulightProject
- Hasil Video Iklan ini berformat MP4, dengan resolusi video 720p yang sesuai dengan spesifikasi aplikasi Instagram saat ini.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pembuatan Video iklan pada Kitsu Light Project adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan Video iklan untuk membantu dan memperluas promosi Kitsu Light Project
2. Menghasilkan karya yang dapat digunakan sebagai portfolio yang bisa membantu saat di dunia kerja nantinya.
3. Guna Menyusun skirpsi sebagai syarat kelulusan program studi Strata 1 di Universitas AMIKOM Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai media penyampaian informasi dan promosi jasa & produk yang lebih menarik, efektif dan lebih inovatif

2. Bagi Penulis

Untuk pengembangan pengetahuan, melakukan penelitian penulis dapat mendalami topik yang sedang ditulis, sehingga dapat menghasilkan karya lebih akurat, informatif dan bernilai.

3. Bagi Masyarakat

Manfaat yang dapat di dapat di Masyarakat :

- a. Sebagai media informasi yang menarik yaitu dengan video
- b. Sebagai media untuk membantu agar meningkatkan minat terhadap produk dan jasa yang di sediakan di Kitsu Light Project

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipakai dalam Penelitian terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut

1. Metode Observasi (Observation Research)

Menganalisa masalah dengan cara mengamati sumber dan pengolahan data serta mengumpulkan data dari bagian yang berhubungan dengan marketing. Seperti mempelajari apa penyebab kurang banyaknya oeminat di Kitsu Light Project

2. Wawancara (Interview)

Pada metode ini Penulis akan melaksanakan tanya jawab secara langsung kepada Owner Kitsu Light Project sebagai penelitian dan tentunya untuk mencari data yang di butuhkan untuk suatu laporan yang benar dan akurat.

1.7 Metode Perancangan

1.8 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini tersusun atas lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang digunakan dalam penelitian. Adapun yang dibahas dalam bab ini adalah teori tentang Multimedia, pengertian Iklan, pengertian video, pengertian Live shoot, Pengertian animasi, Color Grading dan Spesifikasi iklan disosial media

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Pada bab ini berisi mengenai perancangan analisis iklan yang sedang berjalan dan permasalahan yang ada serta menjalankan perancangan iklan yang akan diimplementasikan.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil implementasi dan testing dari sistem informasi yang baru dibuat.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan, dan saran dari hasil skripsi yang telah dibuat.