

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media informasi sangat penting untuk sebuah produk supaya lebih dapat dikenal masyarakat. Dalam penyampaian informasi tentu saja harus dengan cara yang efektif jelas dan mudah dipahami. Salah satu bentuk cara penyampaian informasi adalah berupa bentuk video. Dalam video terdapat banyak unsur dan teknik, salah satunya *live shoot*, dan *cinematic*, contohnya pada sebuah *scene* yang tidak dapat diambil dalam teknik *live shoot*. Adanya media promosi berbentuk video, para pengusaha dapat dengan mudah mempromosikan produk. Iklan promosi dalam bentuk video dengan penyajian yang jelas dan menarik. Dapat berdampak baik bagi konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.

Dalam dunia bisnis penting bagi pengusaha untuk memperkenalkan produk terhadap masyarakat agar lebih dikenal dan diminati. Salah satu cara efektif untuk melakukan hal tersebut adalah melalui media promosi salah satu cara adalah berbentuk video. Video merupakan media penyampaian yang dapat digunakan sebagai media informasi secara jelas dan menarik sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan minat beli masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Sejarah berdirinya Sembada Store adalah berasal dari Fans Club PSS SLEMAN memiliki loyalitas yang tinggi maka mereka membuat Sembada Store dengan nama Sembada *Apparel Store*. Pada tahun 2013 Sembada Store

didirikan oleh komunitas supporter PSS SLEMAN yang tergabung dalam forum kaskus dengan menyuplai dan memproduksi secara resmi seperti *jersey, polo kaos jaket* dan sebagainya. Sembada *apparel store* atau sekarang mengubah namanya sebagai (SMBD) terletak di Ruko Seturan A7, Yogyakarta 55281.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh penulis sebelumnya di Sembada Stote yang berjudul Pengaruh Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen *Jersey* PSS SLEMAN yang dilakukan oleh Hendricus Perwira Chandra disimpulkan bahwa ditemukan masalah berupa kurangnya promosi produk yang menyebabkan kurangnya pengetahuan dan pemahaman produk yang ditawarkan. Sehingga timbul permasalahan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk tersebut. Sehingga membuat penulis merasa tergerak untuk menyelesaikan persoalan yang telah ditulis oleh penelitian sebelumnya. Sehingga persoalan yang terjadi dapat terselesaikan, salah satu cara agar persoalan tersebut dapat terselesaikan adalah dengan pembuatan video iklan promosi produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan atau diselesaikan pada penelitian atau perancangan ini adalah:

1. Bagaimana membuat iklan media berbasis digital melalui media berupa Instagram yang dapat membuat Sembada Store untuk mempromosikan produk?
2. Bagaimana mempromosikan produknya agar dapat menarik konsumen supaya membeli produk yang ditawarkan oleh Sembada Store?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan video iklan ini diberikan beberapa batasan masalah dengan tujuan supaya pembahasannya tidak melebar dan menyimpang dari pokok pembahasan. Adapun rumusan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Vidio iklan ini menggunakan teknik *live shoot* video dan *cinematic*.
2. Vidio iklan promosi ini tayang di sosial media berupa Instagram.
3. Vidio iklan ini berdurasi pendek 1 menit.

4. Kualitas vidio yang dihasilkan adalah HDR 1080p 1920 x 1080 Vidio Size dengan tipe data (mp4).
5. Vidio iklan campeny profile dan promosi produk ini hanya di uji satu kali saja kepada pihak pengguna Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dibuat sebagai berikut:

1. Membuat Vidio Promosi dengan Teknik *live shoot* dan *cinematic* pada perusahaan Sembada Store.
2. Untuk memperkenalkan dan mempromosikan Sembada Store kepada pengguna instagram.
3. Membantu menaikkan citra Sembada Store *Apparel Store* di masyarakat melalui media intagram.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat menjadi sarana promosi bagi Sembada Store untuk menarik pembeli agar membeli prodak yang diproduksi dan dijual oleh Sembada Store.
2. Membantu peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitiannya dengan tema dan konsep yang sama.
3. Dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi khalayak luas tetntang perusaan dan produk yang dijual oleh Sembada Store.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini akan jelaskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menjelaskan tentang tinjauan pustaka, teori-teori yang menunjang perancangan pembuatan video iklan promosi produk, serta menjelaskan perangkat dan software yang digunakan dalam pembuatan video.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan tentang teknis kebutuhan aplikasi, tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, solusi, dan perancangan video.

BAB IV HASIL DAN PENJABARAN

Bab IV menjelaskan tentang penjelasan yang lebih rinci dalam pembuatan video iklan dan promosi produk yang telah di bahas pada bab sebelumnya serta membahas publishing video iklan promosi produk Sembada Store agar dapat dilihat oleh masyarakat luas yang ada di Instagram.

BAB V PENUTUP DIBAWAH

Bab V menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil pembuatan video serta memberikan saran atas penelitian yang sudah dibuat.

