

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi pemasaran merupakan aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Salah satu cara yang dipakai dalam usaha untuk menawarkan produk tersebut ialah Iklan. Iklan sebagai media promosi sudah banyak digunakan oleh perusahaan atau instansi untuk menawarkan produknya. Semakin banyaknya iklan yang ditawarkan maka Semakin berkembangnya metode dan teknik yang dipakai dalam iklan membuat para konsumen tertarik akan iklan tersebut [1]

Teknik kamera Live Shot merupakan sebuah teknik dimana cara penggunaan kamera dengan merekam apa yang terjadi pada saat itu. Dan yang nantinya akan digabungkan atau diolah kembali pada tahap *editing* sesuai dengan kebutuhan [2].

Visual efek Motion Graphic bertujuan untuk menciptakan ilusi gerak atau rotasi, dan biasanya digabungkan dengan audio untuk digunakan dalam proyek multimedia.[3]

Iklan yang dibuat penulis ini sebagai iklan komersial yang nantinya sebagai sarana promosi. Iklan ini dimaksudkan agar penjualan dan pemasaran produk yang ditawarkan PT. Cakra Kreasi Garmindo ini lebih dikenal oleh konsumen yang berada di Indonesia, mengingat tingginya minat konsumen akan transaksi online dari situs belanja online yang mempunyai trend sangat bagus di masyarakat Indonesia, dari Jakarta sampai ke pelosok daerah di seluruh Indonesia.

Masterman adalah merek apparel asli Indonesia yang diproduksi oleh PT. Cakra Kreasi Garmindo. Awalnya, perusahaan ini dikenal sebagai garmen kecil yang dikelola secara perorangan. Seiring berjalannya waktu, usaha ini semakin berkembang dan pada tahun 1991 mulai memproduksi pakaian dalam wanita untuk di export ke wilayah Afrika dan sampai 2019 masih meng-export produknya ke arab dan beberapa negara tetangga dalam jumlah yang besar, namun di Indonesia belum cukup dikenal oleh masyarakat di pelosok daerah indonesia pada saat ini.

Dilihat dari peluang yang dimiliki PT. Cakra Kreasi Garmindo itu sendiri maka penulis akan membuat iklan dengan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* dalam merancang Iklan untuk Brand Masterman yang diharapkan dapat membantu dalam mempromosikan produk atau artikel yang dikeluarkan oleh perusahaan, dan membantu memberitahukan kepada calon konsumen yang berada di jakarta dan pelosok daerah di

Indonesia bahwasanya ada produk pakaian olahraga dalam negeri yang punya kualitas bagus dan tak kalah dengan produk dari luar negeri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan bagaimana cara merancang dan membuat *Iklan Brand Masterman* menggunakan *Live Shoot* dan *Motion Graphic*?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah dalam perancangan dan pembuatan video klip ini adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan *Iklan* dibuat menggunakan teknik pengambilan *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
2. Pembuatan *Iklan* akan dipromosikan atau ditayangkan di media sosial milik Masterman.
3. Pembuatan *Iklan* ini sebagai media promosi kepada calon konsumen yang berada di seluruh wilayah Indonesia.
4. Software yang digunakan Adobe Premiere Pro, After Effect, FL Studio.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun yang ingin dicapai dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Dapat membuat *Iklan* dengan menggunakan *Live Shot* dan *Motion Graphic*.
- b. Penggunaan metode *Live Shot* ini karena memang dibutuhkan dalam menunjukan jenis produk yang mau dijual.
- c. Memperdalam tahapan-tahapan untuk perancangan dan pembuatan *Iklan* menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
- d. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I Sistem Informasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

- 1) Bagi penulis dengan diadakan penelitian ini maka dapat menambah dan memperdalam pengetahuan apa yang sudah diperoleh selama kuliah, khususnya pengetahuan pada bidang multimedia penggunaan software Adobe Premiere dan After Effect dan yang lainnya, disamping itu menjadi syarat utama untuk menyelesaikan program Strata-I Sistem Informasi Universitas "AMIKOM" Yogyakarta.
- 2) Bagi kalangan pembaca, diharapkan agar dapat memberikan pengetahuan lebih lagi dalam bidang perancangan dan pembuatan *Iklan* menggunakan *Live Shoot* dan *Motion Graphic*
- 3) Bagi objek penelitian, diharapkan agar dengan adanya *Iklan* ini dapat membantu objek dalam hal mempromosikan produk-produk unggulan-nya kepada calon konsumen di seluruh Indonesia.

1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari generalisasi. (5)

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian, diperlukan metode yang efektif. Sehingga dalam penyusunan skripsi menggunakan metode sebagai berikut :

a) Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara penulis melakukan tanya jawab dengan pihak perusahaan secara langsung pada bulan April 2019 berlokasi di Jakarta Barat.

b) Metode Observasi

Penulis melakukan observasi langsung pad obyek PT. Cakra Kreasi Garmindo dengan melihat cara produksi dan hasil produksi pada Mei 2019 di lokasi perusahaan yang letaknya di Jakarta Barat, DKI Jakarta.

c) Metode Wawancara

Dalam studi ini, penulis melakukan metode pengambilan data dengan mencari referensi di Perpustakaan Universitas AMIKOM Yogyakarta untuk referensi buku, jurnal yang tercetak maupun yang ada di internet pada kisaran bulan November 2018 sampai Juni 2019, jurnal serta menggunakan internet dengan mengunjungi situs - situs web terkait dengan skripsi penulis.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis dalam penelitian adalah menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. (6)

1.6.3 Metode Perancangan

Metode Perancangan menggunakan Pra-produksi yang dimana ada beberapa langkah persiapan sebelum produksi. Tahapan proses Pra-Produksi ada beberapa unsur, seperti *Screen Writing* atau pencarian ide/gagasan, penentuan tema, pembuatan *Logline/Plot*, cerita dan synopsis, membuat diagram adegan (*scene*) dan membuat *storyboard*.(3)

1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan berada pada proses produksi dan pasca produksi. Tahapan produksi merupakan tahap implementasi dari tahap perancangan. Peneliti melakukan proses seperti menyiapkan bahan dan mengelompokkan file rekaman *Live Shoot* yang sudah direkam ke dalam folder yg sudah disiapkan oleh penulis. setelah itu masuk dalam proses editing seperti : *Coloring*, *Sound Editing* dan pemberian efek *Motion Graphic*, dan tahapan terakhir adalah *Rendering*.(3)

1.6.5 Metode Testing

Dalam proses ini penulis melakukan testing terhadap video iklan yang penulis kerjakan dengan melakukan penayangan hasil akhir video yang telah di render kepada pihak perusahaan PT. Cakra Kreasi Garmindo dan kuesioner dengan menggunakan skala likert guna mengevaluasi apakah ada perbaikan atau tidak.(8)

1.6.6 Metode Implementasi

Pada tahap implementasi dilakukan setelah video iklan yang dikerjakan oleh penulis selesai secara keseluruhan. Video ini nantinya akan diimplementasikan pada media sosial PT. Cakra Kreasi Garmindo.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan laporan harus terstruktur dan mudah dimengerti. karena itu penulis akan menyajikan lima bab dan masing- masing dari bab itu diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab I pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II Landasan Teori diawali dengan Tinjauan Pustaka, yakni: membahas referensi dan sumber-sumber yang pernah ada dengan tema sama, kemudian menguraikan teori-teori yang mendukung judul, dan mendasari pembahasan secara detail. Landasan teori dapat berupa definisi atau model yang langsung berkaitan dengan ilmu atau masalah yang diteliti oleh penulis. Pada bab ini juga dituliskan tentang metodologi yang digunakan oleh penulis.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Dalam bab III ini menjelaskan tentang analisis semua kebutuhan produksi, proses pra produksi pada pembuatan Iklan berupa : Naskah, Storyboard, dan konsep-konsep mengenai perancangan dan pembuatan Iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab ini menjelaskan secara jelas tentang proses produksi pada pembuatan *Iklan Brand Masterman* menggunakan *Live Shoot* dan *Motion Graphic* yaitu : proses pengambilan video, editing dan compositing, serta pasca produksi rendering.

BAB V PENUTUP

Dalam Bab ini berisi penutupan dari proses perancangan dan pembuatan tugas akhir atau skripsi yang didalamnya terdapat kesimpulan oleh penulis.

