

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia multimedia kini telah berkembang dengan sangat pesat. Penggunaan multimedia sudah banyak di implementasikan di berbagai aspek kebutuhan. Salah satu multimedia yang banyak digunakan adalah dalam videografi. Video sendiri dapat digunakan sebagai media iklan, promosi, kampanye, film, presentasi, dan lain sebagainya.

Naraya Space merupakan usaha UMKM yang bergerak di bidang pertanian khususnya pertanian dengan sistem hidroponik. Usaha ini didirikan pada tahun 2021 dan terletak di Cibantol. Dalam mengembangkan usahanya Naraya Space telah melakukan promosi dengan menggunakan media sosial yaitu Instagram.

Berdasarkan pengamatan pada akun Instagram Naraya Space konten yang digunakan untuk media promosi masih menggunakan gambar saja dan belum ada konten berupa video sehingga informasi yang disampaikan dirasa masih kurang maksimal karena masih belum bias menunjukkan produk naraya secara nyata dan detail.

Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk membuat video iklan Naraya Space dengan tujuan untuk memberikan informasi secara mendetail kepada masyarakat tentang produk Naraya Space. Maka dari itu judul penelitian ini adalah "Perancangan dan Pembuatan Video Iklan dengan Teknik Live Shoot dan Teknik Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Naraya Space".

1.2 Rumusan Masalah

berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan yaitu "bagaimana pembuatan video iklan menggunakan teknik live shoot dan teknik motion graphic untuk perancangan video iklan sebagai media promosi di media sosial Naraya Space?"

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian pembuatan video promosi adalah Naraya Space.
2. Teknik yang digunakan adalah live shoot dan teknik animasi motion graphic.
3. Hasil dari peniltian berupa video dengan durasi 60 detik.
4. Menggunakan format video H.264 dengan resolusi 1080p Full HD (1920 x 1080 pixel) dan berekstensi MP4.
5. Hasil video akan di tayangkan pada media social yaitu Instagram Naraya Space.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa, mendesain, dan membangun sebuah video iklan yang informatif sebagai media promosi Naraya Space di sosial media.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dan masukan bagi Naraya Space dalam melakukan promosi berupa video iklan di sosial media.

1.5.1 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan bertujuan agar hasil penelitian dapat lebih terarah dan data yang diperoleh lebih akurat. Penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu sebagai berikut :

1.5.1.1 Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka adalah dengan cara mencari data referensi yang sesuai dengan kebutuhan skripsi dari internet, jurnal serta membaca skripsi

1.5.1.2 Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek, supaya mendapatkan data akurat dan terbukti kebenarannya.

1.5.1.3 Metode Wawancara

Metode Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mewawancarai dengan pemilik Naaraya Space untuk mendapatkan informasi yang dan data yang diperlukan untuk perancangan video iklan.

1.5.1.4 Metode Perancangan

Dalam tahap ini penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan tahapan awal dalam pembuatan video iklan yaitu tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan persiapan persiapan yang dibutuhkan dalam pembuatan video iklan meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data, pembuatan pembuatan naskah dan storyboard.

1.5.1.5 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukan ulasan sementara produksi dan pasca produksi untuk menyesuaikan dengan konsep kebutuhan video dan menentukan hasil untuk masuk ke tahap selanjutnya yaitu pasca produksi.

1. Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini syuting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur, dan kamera dipilih.
2. Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek special, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video dan penyerahan atau penayangan.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah di mengerti, Maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sbagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang di awali dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video animasi yang menggunakan teknik live shoot dan motion graphic, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, identifikasi masalah,, analisis kebutuhan dan pra produksi pada Naraya Space.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil pengujian dan implementasi video iklan Nayara Space yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, dan saran yang di gunakan untuk pengembangan media promosi iklan agar ke depannya menjadi lebih baik.

