

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Video promosi (iklan) dapat dilihat dari sejarah perkembangan iklan dan pemasaran. Menurut Daniel Chandler (2018) dalam bukunya "Semiotics: The Basics", iklan dimulai pada abad ke-19 ketika industri massa mulai berkembang dan memerlukan cara untuk memasarkan produk mereka kepada konsumen yang lebih luas. Pada awalnya, iklan hanya berupa teks dan gambar yang ditempelkan pada dinding atau papan reklame. Namun, dengan ditemukannya teknologi cetak, industri iklan mulai berkembang dengan cepat dan semakin banyak produk dan jasa yang dipasarkan melalui iklan. Pada awal 1950-an, televisi mulai masuk ke rumah-rumah dan menjadi media yang populer di kalangan masyarakat. Hal ini membuka peluang baru bagi industri iklan untuk memasarkan produk dan jasa mereka melalui media video. Video promosi mulai berkembang dan menjadi populer di kalangan perusahaan-perusahaan besar yang ingin memasarkan produk mereka secara efektif kepada audiens yang lebih luas.

Menurut pemilik Arteasant selama ini proses promosi dari segi penjualan atau advertising, promosi di instagram sangatlah tinggi, namun yang di dapat bukan customer atau konsumen baru melainkan untuk buat brand saja.

Dengan permasalahan tersebut penulis bermaksud membuat video iklan Arteasant di media sosial khususnya instagram. Video iklan yang menggunakan teknik Motion Grafik untuk menjabarkan informasi lebih detail.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasar latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah “Bagaimana membuat video iklan pada media dengan menggunakan teknik Live Shot dan Motion Grafik pada Arteasant?”

## **1.3 Batasan Masalah**

Dengan tujuan untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia yang lebih kecil yaitu :

1. Video Iklan Arteasant
2. Teknik yang digunakan pembuatan iklan teknik *liveshot* dan *Motion Graphic*
3. Video iklan yang dihasilkan adalah HDTV 1080 24 High Quality Video, 1280 x 729 Video Size dengan type data ( mp4 )
4. Video iklan Arteasant tayang pada Instagram.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yaitu :

Menghasilkan video iklan produk arteasant menggunakan teknik motion graphics

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai media referensi dan rekomendasi untuk dapat dikembangkan atau di implementasikan ke sebuah karya berbentuk visual, sehingga dapat meningkatkan ketertarikan kepada penonton untuk membeli produk dari Arteasant.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini penulis sajikan dengan sistematika penulisan kedalam beberapa bab sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini penulis menguraikan seputar latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, metode penelitian hingga seistematik penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang digunakan dalam penelitian dan yang menyangkut pelaksanaan penulisan penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang indentifikasi masalah, analisa video iklan *motion graphic*, pengambilan data yang di perlukan, analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional dalam perancangan yang dilakukan saat penelitian.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang langkah-langkah dalam penerapan dan perancangan *motion graphic* pada video iklan.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini berisikan daftar referensi-referensi yang telah digunakan dalam penulisan dan pengembangan.