

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

PT Darins Indojaya yang terletak di Jl. Kadirojo 2, Kadirojo II, Purwomartani, Kec. Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan tanaman vanili yang melayani jual beli vanili ke daerah-daerah Indonesia dan luar negeri. Target utama pemasaran PT Darins Indojaya saat ini dengan perusahaan atau perseorangan di luar negeri seperti Negara Spanyol, Amerika Serikat, Korea Selatan, Jerman, Thailand, Republik Ceko dan Kanada. PT Darins Indojaya ingin terus mengembangkan perusahaannya dengan memberikan pelayanan produk yang baik dan tentunya ingin mengenalkan perusahaannya mereka ke masyarakat yang lebih luas.

Pemasar melakukan promosi untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Promosi sebagai upaya untuk memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik. Ada beberapa jenis promosi yaitu : iklan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas, dan direct marketing. Beberapa jenis promosi tersebut merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan pada pemasaran itu sendiri, sehingga tanpa keberadaannya pemasaran sama sekali tidak bisa berjalan. Beberapa jenis promosi tersebut dinamakan Bauran promosi. Bauran promosi (Promotion mix) merupakan salah satu bagian dari Bauran Pemasaran pada ilmu Manajemen.

Menurut Direktur PT Darins Indojaya saat ini pihak manajemennya telah mengusahakan berbagai macam upaya iklan menggunakan media cetak dan digital sebagai media promosi. Media cetak yang digunakan sebagai media promosi adalah brosur sedangkan untuk promosi digital melalui sosial media. Walaupun metode yang selama ini dilakukan sudah cukup efektif namun menurut Direktur PT Darins Indojaya, ingin meningkatkan metode promosinya

dengan menggunakan video sebagai media iklannya. Video promosi yang dibuat dengan kreatif dan unik tentunya akan membantu PT Darins Indojoya untuk memberikan informasi produk yang di tawarkan kepada calon konsumen, akan tetapi dengan sumber daya manusia yang terbatas PT Darins Indojoya belum bisa merealisasikannya.

Dari masalah diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pembuatan Video Iklan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi PT Darins Indojoya”. Video iklan yang akan dibuat menerapkan teknik live shoot dan motion graphic, menyesuaikan kebutuhan dari PT Darins Indojoya dan ketentuan-ketentuan iklan pada Instagram dan website.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara membuat video iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media promosi PT Darins Indojoya?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembatasan, sebagai berikut :

- a. Video dibuat penulis untuk mempromosikan PT Darins Indojoya
- b. Hasil video tidak lebih dari 60 detik
- c. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *live shoot dan motion graphic*.
- d. Video dirancang menggunakan software *Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe After Effects CC 2018, Adobe Audition CC 2018 dan Adobe Photoshop CC 2019*
- e. Video iklan di iklankan pada instagram dan website resmi PT Darins Indojoya

1.4.Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat dan merancang video iklan dengan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media untuk mengenalkan PT Darins Indojoya ke masyarakat luas melalui media sosial Instagram dan Website. Supaya membantu calon konsumen untuk mengetahui produk yang di berikan oleh PT Darins Indojoya.

1.5.Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

- a. Membantu PT Darins Indojoya untuk menampilkan informasi produk ke masyarakat.
- b. Membantu masyarakat untuk mengetahui produk yang ditawarkan PT Darins Indojoya.

1.6.Metode Penelitian

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan iklan animasi diantaranya yaitu :

1.6.1.Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1.Metode Observasi

Metode observasi ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang dituju, yaitu PT Darins Indojoya. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

1.6.1.2.Metode Wawancara

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan founder PT Darins Indojoya.

1.6.1.3. Metode Kepustakaan

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi teori dari buku, jurnal atau internet yang bersangkutan dengan penelitian ini.

1.6.2. Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.6.3. Metode Perancangan

1.6.3.1. Merancang Konsep Video Iklan

Merancang konsep video iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi agar menghasilkan video iklan yang menarik.

1.6.3.2. Merancang Isi Video Iklan

Merancang isi video iklan merupakan penerapan atau implementasi dari perancangan konsep video iklan. Video iklan harus menarik dan memiliki informasi seputar hal yang di iklankan.

1.6.3.3. Merancang Naskah Video Iklan

Dalam merancang naskah video iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti

memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang akan disampaikan agar dapat membidik sasaran yang ditentukan.

1.6.3.4. Merancang Storyboard

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

1.6.3.5. Memproduksi Iklan

Tahap ini adalah penerapan dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses penting yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, konsep dasar iklan, jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media promosi PT Darins Indojoya.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan iklan video iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses dan perancangan video iklan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang bersifat membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.

LAMPIRAN