

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang begitu pesat, memungkinkan seseorang menghasilkan konten multimedia dengan mudah dan murah. Berbeda dengan sepuluh tahun lalu, dimana konten multimedia harus diproduksi lewat kamera yang berharga mahal. Sekarang ceritanya sudah berbeda, bahkan dengan menggunakan webcam, seseorang sudah bisa menghasilkan video, ditambah sentuhan editing yang tepat maka bisa dihasilkan sebuah konten multimedia menarik [1].

Dalam aktivitas perdagangan dan bisnis, untuk memasarkan suatu barang atau jasa, perusahaan sering sekali menggunakan iklan. Inti beriklan adalah untuk memperkenalkan, mengingatkan, dan memengaruhi publik agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Tanpa adanya iklan, perusahaan tidak akan bisa secara maksimal mengenalkan produk dan jasanya kepada khalayak luas [2].

Like 2 Photography merupakan sebuah usaha jasa di bidang *Photography* dan *Videography* yang berada di daerah Kota Jambi. Like 2 Photography menyediakan berbagai jasa foto mulai dari Wisuda, *Baby Shoot*, *Family*, *Wedding* dan Video Dokumenter. Like 2 Photography sendiri berdiri sejak awal tahun 2018 sejalan dengan perkembangan teknologi *photography* dan *videography* yang begitu diperlukan keberadaannya.

Menurut Pemilik Like 2 Photography 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 banner dan brosur sedangkan untuk promosi digital melalui sosial media. Walaupun metode yang selama ini dilakukan sudah cukup efektif namun menurut Pemilik Like 2 Photography, ingin meningkatkan metode promosinya dengan menggunakan iklan video sebagai media promosinya. Akan tetapi dengan keterbatasan kemampuan sumber daya manusia iklan yang dimaksud belum terealisasi.

Dari masalah tersebut di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pembuatan Iklan Pada Like 2 Photography Jambi Dengan Teknik *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi" Video iklan yang akan dibuat menyesuaikan dengan kebutuhan dari Like 2 Photography.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Membuat iklan promosi pada Like 2 Photography dengan Teknik *Motion Grafis*".

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Video iklan dalam bentuk animasi 2D berupa *motion graphic*.
2. Iklan Like 2 Photography ini dibuat dalam durasi 1 menit.
3. Video menggunakan teknik *motion graphic*.

4. Menggunakan format video *.mp4*.
5. Video ini akan ditayangkan di Instagram Like 2 Photography.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Membuat video iklan berbasis animasi *motion graphic* untuk Like 2 Photography
2. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan Like 2 Photography sebagai media promosi, yang dapat membantu dalam informasi dan promosi kepada masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Mempunyai suatu media promosi yang dapat digunakan sebagai sumber informasi yang dapat dimanfaatkan oleh Like 2 Photography.
2. Membantu masyarakat memperoleh informasi jasa Like 2 Photography.
3. Membantu Like 2 Photography menyampaikan jasanya kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data untuk pembuatan karya ilmiah ini adalah :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Laporan penelitian ini disusun dengan metode-metode sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Peneliti mengadakan tanya jawab dengan pemilik Like 2 Photography untuk mendapatkan data yang akurat.

2. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap iklan dengan teknik *motion graphic*.

3. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku atau situ website terpercaya sebagai bahan referensi.

1.6.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis kebutuhan iklan.

1.6.3 Metode Produksi

Peneliti menggunakan metode produksi dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan animasi yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan meliputi menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

1.6.4 Metode Evaluasi

Peneliti melakukan evaluasi terhadap video iklan dengan melakukan penayangan video iklan di Instagram.

1.6.5 Sistematika Penulisan

Penulis membuat sistematika penulisan yang secara garis besar adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II akan menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar untuk penelitian skripsi. Landasan teori berisi Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori yang mendukung dilakukan penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada Bab III menjelaskan tentang profil singkat Like 2 Photography, analisis yang digunakan, naskah, dan storyboard pada iklan Like 2 Photography.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV akan membahas tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V membahas tentang kesimpulan serta saran – saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

LAMPIRAN

Berisi tentang informasi atau data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasa.

