

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi terbukti secara signifikan mengubah gaya hidup dan membuka kesempatan bagi berbagai industri baru untuk semakin berkembang. Salah satu pemanfaatan teknologi dalam dunia bisnis adalah penggunaan media video atau periklanan sebagai sarana dalam membantu memperkenalkan perusahaan dan membangun citra perusahaan kepada masyarakat luas yang selanjutnya disebut sebagai *company profile*. *Video company profile* adalah bentuk komunikasi visual yang dimaksud untuk menjelaskan suatu perusahaan, produk, dan jasa secara detail dan meyakinkan. *Video company profile* memberikan dampak yang baik dan menaikkan citra perusahaan dan memberikan dampak untuk mempengaruhi pendapat publik, apabila diletakkan di dunia maya *video company profile* bisa menjadi *representative* dari perusahaan tersebut yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun. [1]

Jogja Macbook Store adalah toko yang bergerak di bidang jasa penjualan Macbook (Apple) yang beralamat di Jl.Perumnas No 1A, Condongsari, Condongcatur, Kabupaten Sleman. Jogja Macbook Store tidak hanya melayani penjualan macbook saja tetapi menerima pembelian dan service macbook juga. Jogja Macbook Store berdiri sejak 5 januari tahun 2018. Jogja Macbook Store hanya melakukan promosi melalui media sosial Instagram dan tiktok dengan memposting foto dan video singkat mengenai tipe-tipe dan spesifikasi yang diberikan oleh pihak Jogja Macbook Store. Permasalahan yang ada di Jogja Macbook Store saat ini belum mempunyai video Company Profile yang menampilkan secara menyeluruh tentang jasa dan informasi mengenai Jogja Macbook Store.

Oleh sebab itu, penulis melakukan penyajian iklan dalam bentuk video live shoot yang menjelaskan tentang jasa dan menampilkan informasi yang disediakan

oleh pihak Jogja Macbook Store, kemudian didukung animasi dengan teknik motion graphic ditambah dengan voice over dan backsound untuk memperjelas iklan dan dapat menyampaikan informasi mengenai Jogja Macbook Store sehingga segala informasi dapat dipahami. Video iklan ini akan diiklankan melalui layanan iklan berbayar yaitu, Instagram ads, dan TikTok ads milik penulis dan Jogja Macbook Store.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti merumuskan masalah “Bagaimana membuat iklan dengan menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic pada Jogja Macbook Store”.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Jogja Macbook Store.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic.
3. Data yang penulis gunakan dari hasil wawancara dengan pemilik Jogja Macbook Store Bapak Yulianta Ikhsan Kuncoro.
4. Menggunakan software Corel Draw 2021 (64 bit), Adobe Premiere Pro 2021, dan Adobe After Effect 2021.
5. Iklan berdurasi 1 menit dengan kualitas FHD 1920 x 1080 piksel atau 1080p 60fps dengan tipe data (.mp4).
6. Media sosial yang digunakan yaitu Intagram Ads dan TikTok Ads milik penulis dan pihak Jogja Macbook Store.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

- a. Membantu meningkatkan promosi bagi Jogja Macbook Store agar semakin dikenal oleh masyarakat luas.
- b. Membantu Jogja Macbook Store menciptakan branding jasa profesional pembelian dan penjualan maupun service macbook yang terpercaya dan dapat bersaing dengan store lainnya di mata klien dan masyarakat luas.

- c. Membuat alternatif baru dalam pembuatan sebuah iklan dengan durasi 1 menit agar maksimal dalam menyampaikan pesan dalam sebuah video promosi.
- d. Sebagai terobosan baru dalam penyampaian informasi dan mempromosikan Jogja Macbook Store dengan durasi yang panjang untuk memasuki ruang lingkup yang lebih luas dan penjelasan yang lengkap.
- e. Sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4.1 Metode Pengumpulan Data

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.4.2 Metode Analisis

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) merupakan menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor *internal* (dalam) dan faktor *eksternal* (luar).

1.4.3 Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan wawancara atau tanya jawab langsung kepada pemilik Jogja Macbook Store, guna mendapatkan referensi yang dijadikan acuan rancangan pelengkap informasi yang dibutuhkan pada pembuatan video iklan.

1.4.4. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai referensi dan panduan untuk melakukan perancangan video *company profile*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk mempermudah penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai 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 penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Landasan teori memberikan uraian dari teori dasar dalam pembuatan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada di obyek penelitian. Teori dasar yang diambil dari literatur, data-data, serta informasi yang didapat dari narasumber yang terkait.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab tinjauan ini berisikan tentang alat dan bahan penelitian dan alur penelitian pembuatan iklan live shoot.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian tentang tahapan-tahapan pembuatan iklan dari perancangan, penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak yang akan digunakan dalam pembuatan iklan promosi Jogja Macbook Store dari sesi pra produksi sampai menjadi video iklan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran, disini penulis mencoba menarik kesimpulan tentang pembuatan video iklan Live Shoot yang berkaitan dengan penulisan Tugas Skripsi.