

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motion Graphic adalah merupakan teknik penggabungan dari ilustrasi, tipografi, fotografi, dan videografi menggunakan teknik Animasi. *Motion Graphic* terdiri dari dua kata yaitu *Motion* yang mempunyai arti gerak dan *Graphics* yang mempunyai arti garis. Atas dasar kata tersebut *Motion Graphic* dapat juga disebut dengan istilah *Grafis Gerak*. *Live Shoot* adalah teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting. Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi dilakukan oleh pemilik produk atau jasa yang ditujukan kepada kalangan masyarakat tertentu, dengan tujuan agar suatu produk, jasa, dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat dan mempengaruhi masyarakat tersebut agar membeli serta menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan.

Harfu Barbershop didirikan oleh dua pemuda bernama Harso dan Fuad pada Maret 2018. Harfu Barbershop berlokasi di Jl. Raya Wedomartani, Sono Wedomartani, Ngemplak, Sleman, Yogyakarta. Lokasi barbershop ini juga mudah dicari karena tidak jauh dari Stadion Maguwoharjo Sleman. Harfu barbershop ini mempunyai spesialisasi sebagai tempat cukur khusus pria dari usia anak-anak hingga dewasa. Tidak hanya itu barbershop ini mempunyai *kepster-kepster* handal yang siap mentreatment pelanggan dengan baik dan didukung dengan tempat barbershop tersebut yang nyaman dengan fasilitas yang disediakan.

Saat ini Harfu Barbershop melakukan promosi melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*. Media sosial tersebut digunakan Harfu Barbershop untuk promosi dengan memposting produk dan aktivitas yang terjadi di barbershop tersebut berupa foto. Jika promosi hanya sekedar menggunakan foto dirasa masih kurang karena kurang menarik dan belum bisa menjelaskan semua keunggulan atau keunikan yang ada di Barbershop tersebut. Maka dari itu penulis terdorong untuk membuat video iklan promosi. Video iklan promosi tersebut mencakup visual, suara, dan animasi diharapkan dapat menjelaskan secara detail keunggulan atau keunikan dimiliki oleh Harfu Barbershop yang tidak bisa dijelaskan dengan foto sebelumnya.

Untuk mengatasi permasalahan diatas penulis mempunyai ide untuk membuat suatu media promosi pada Harfu Barbershop melalui video dengan menerapkan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot*. Melalui pembuatan video ini diharapkan dapat menunjang proses promosi dan meningkatkan jumlah konsumen. Selain itu, Harfu Barbershop akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dalam skripsi ini penulis membuat penelitian yang berjudul: **“Pembuatan Video Iklan HARFU BARBERSHOP sebagai Media Promosi dengan Menggabungkan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah *“Bagaimana membuat video iklan Harfu Barbershop sebagai media promosi dengan menggabungkan teknik motion graphic dan live shoot?”*.

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Lingkup penelitian dilaksanakan di Harfu Barbershop.
2. Video ini menggunakan teknik motion graphic dan live shoot sebagai konten utama.
3. Video ini menggunakan teknik penggabungan live shoot dan motion graphic dengan durasi 125 detik.
4. Format video ini adalah (.mp4)
5. Bahasa yang digunakan saat dubbing adalah bahasa Indonesia.
6. Video ini akan ditayangkan di media sosial Harfu Barbershop.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Membuat media promosi visual yang lebih menarik.
2. Memberikan informasi yang detail kepada masyarakat luas mengenai Harfu Barbershop sehingga lebih dikenal.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Sebagai salah satu media promosi Harfu Barbershop untuk meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Membantu masyarakat umum untuk mengetahui informasi yang lebih detail mengenai Harfu Barbershop.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini agar mendapatkan data yang benar dan akurat serta hasil yang sesuai dengan tujuan utama. Maka metode yang akan digunakan dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dilokasi Harfu Barbershop oleh penulis untuk mendapatkan data yang spesifik dan mengamati apa saja potensi yang bisa diangkat di video iklan HARFU BARBERSHOP.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara langsung kepada owner Harfu Barbershop.

3. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet yang sumbernya terpercaya dan valid untuk dapat dijadikan pedoman atau referensi dalam penelitian.

4. Metode Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan factor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar).

1.6.2 Metode Perancangan

Merupakan sebuah metode yang digunakan dalam proses pembuatan video iklan, yang terdiri dari beberapa tahapan seperti pra produksi, produksi dan pasca produksi. Urutannya sebagai berikut :

1. Pra Produksi

Merupakan metode atau kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi seperti : Perancangan Konsep, Naskah, dan Storyboard.

2. Produksi

Tahap produksi adalah : perancangan objek atau character, Pengaturan layout, Proses pembuatan objek dan konten, Proses pengambilan video, Proses pengambilan audio.

3. Pasca Produksi

Merupakan metode penyelesaian produksi multimedia menjadi hasil akhir, seperti : Editing, Compositing, Rendering.

1.6.3 Metode Testing

Tahap ini dilakukan proses testing atau pengujian sistem tentang kelayakan penayangan di media sosial atau media lainnya yang sesuai dengan kewenangan perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan akan memuat uraian secara garis besar isi laporan skripsi per bab, adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang hal-hal yang berhubungan dan mendukung dalam hal perancangan dan pembuatan video iklan yang dibuat berdasarkan pemaparan teori termasuk teknik dan pembuatan video yang digunakan.

BAB : III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis kebutuhan produksi, proses pra produksi pada proses pembuatan video iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang proses produksi dan proses pasca produksi dalam pembuatan video iklan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan hasil penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang referensi-referensi yang digunakan dalam penelitian pembuatan video ini.

