

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Multimedia adalah salah satu alat atau media untuk mempermudah penyampaian informasi yang disampaikan melalui audio dan video. Multimedia juga dapat menghasilkan informasi yang lebih menarik dibanding media lainnya seperti media cetak yang pemnyapaiannya hanya melahuj teks, gambar, dan media lain tidak bisa menggunakan multimedia. Sebagai contoh multimedia dapat digunakan untuk bahan siaran televisi seperti siaran edukasi, film, dan terutama pada iklan televisi.

Joglosemar Executive Shuttle Bus didirikan pada awal tahun 2005 dengan latar belakang belum tersedianya sarana transportasi umum berstandar pariwisata, terjadwal, dan dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. Harapannya Joglosemar Executive Shuttle Bus dapat mendukung perkembangan pariwisata dan arus penglaku masyarakat Yogyakarta. Joglosemar Executive Shuttle Bus dengan bangga mempersembahkan pelayanan yang berkualitas, dan saat ini melayani di Kota Yogyakarta, Solo, Semarang, Purwokerto.

Saat ini Joglosemar Executive Shuttle Bus melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Media sosial tersebut digunakan Joglosemar Executive Shuttle Bus untuk promosi dengan memposting layanan, aktifitas yang sedang terjadi di Joglosemar Executive Shuttle Bus dan memposting tempat wisata di Yogyakarta tersebut berupa foto. Jika promosi hanya sekedar menggunakan foto dirasa masih kurang dikarenakan kurang menarik serta belum

bisa menjelaskan semua keunggulan layanan atau jasa yang ada di Joglosemar tersebut. Maka dari itu penulis terdorong untuk membuat video promosi. Video promosi tersebut mencakup visual, suara, dan animasi yang diharapkan dapat menjelaskan secara detail keunggulan atau keunikan dimiliki oleh Joglosemar Executive Shuttle Bus yang tidak bisa dijelaskan dengan foto sebelumnya.

Untuk mengatasi permasalahan diatas penulis mempunyai ide untuk membuat suatu media promosi pada Joglosemar Executive Shuttle Bus melalui video dengan menerapkan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*, penggunaan teknik *Live Shoot* pada pembuatan video promosi ini bertujuan untuk menyampaikan gambaran visual secara nyata mengenai informasi profil, jasa, dan layanan perusahaan. Penggunaan Teknik *Motion Graphic* atau grafik gerak pada video ini digunakan untuk menyampaikan informasi yang tidak dapat disampaikan melalui teknik *Live Shoot* dengan menggunakan kombinasi gambar animasi, teks, ilustrasi, data dan audio sehingga mampu memperjelas penyampaian informasi pada video promosi ini. Melalui pembuatan video ini diharapkan dapat memberi keuntungan dengan menunjang proses promosi dan mampu meningkatkan jumlah konsumen. Selain itu, Joglosemar Executive Shuttle Bus akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dalam skripsi ini penulis membuat penelitian yang berjudul **“Pembuatan video Iklan Joglosemar Executive Shuttle Bus dengan menggunakan metode Live Shoot dan Motion Graphic sebagai media promosi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dan diselesaikan adalah “ *Bagaimana membuat video iklan Joglosemar Executive Shuttle Bus dengan menggunakan metode Live Shoot dan Motion Graphic sebagai media promosi ?*”.

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan. Maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar persoalan yang dihadapi dapat lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya :

1. Penelitian ini dilakukan di Joglosemar Executive Shuttle Bus.
2. Hasil video menampilkan audio visual yang berisikan profil, jasa, dan layanan mengenai Joglosemar Executive Shuttle Bus.
3. Video iklan tersebut digunakan sebagai konsumsi Joglosemar Executive Shuttle Bus dan sebagai sarana promosi kepada masyarakat umum.
4. Software yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah Corel Draw 2019, Adobe Audition, Adobe After Effect, dan Adobe Premiere.
5. Hasil implementasi video ini menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* yang berdurasi dari 3 menit 36 detik.
6. Hasil video Promosi hanya akan diserahkan oleh pihak Joglosemar Executive Shuttle Bus selaku objek penelitian.

7. Video ini akan ditayangkan dimedia sosial Joglosemar Executive Shuttle Bus.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Membuat media promosi visual yang lebih menarik.
2. Memperkenalkan informasi kepada masyarakat tentang profil, jasa, dan layanan perusahaan.
3. Meningkatkan metode pemasaran perusahaan melalui video iklan sebagai media promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian yang berjudul "Pembuatan video iklan Joglosemar Executive Shuttle Bus dengan menggunakan metode *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi" adalah sebagai berikut :

1. Membantu pihak PT. Joglosemar Executive Shuttle Bus untuk menyampaikan informasi mengenai profil, jasa, dan layanan perusahaan kepada masyarakat umum.
2. Membantu masyarakat umum untuk mengetahui informasi mengenai profil, jasa, dan layanan PT. Joglosemar Executive Shuttle Bus.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan dan pembuatan video *Live Shoot* dan *Motion Graphic* ini sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung kekuatan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Peneliti melakukan sesi tanya jawab langsung kepada Staff PT. Joglosemar Executive Shuttle Bus dan pihak-pihak terkait untuk mencari data tentang PT. Joglosemar Executive Shuttle Bus agar memperoleh data yang akurat, lengkap, serta sebagai bahan analisa dan penelitian.

2. Metode Pengamatan Langsung

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu dengan mengamati slogan dan tagline. Selain itu peneliti juga mengamati sarana dan prasarana PT. Joglosemar Executive Shuttle Bus seperti armada yang tersedia, layanan pemesanan tiket, dan halte bus yang akan digunakan sebagai setting latar video iklan layanan masyarakat.

3. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku, jurnal, artikel, atau situs-situs website milik PT. Joglosemar Executive Shuttle Bus sebagai bahan referensi.

1.6.2 Metode Analisis

Menguraikan video untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya, maka peneliti menggunakan model Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*).

1.6.3 Metode Perancangan dan Pembuatan

Merupakan sebuah metode yang digunakan dalam proses pembuatan video iklan promosi, yang terdiri dari beberapa tahapan seperti pra produksi, produksi, pasca produksi, dengan urutannya sebagai berikut :

1. Pra Produksi

Merupakan sebuah metode atau kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi seperti: Perancangan Konsep, naskah, dan *storyboard*.

2. Produksi

Tahap produksi adalah: Perancangan objek atau karakter, pengaturan layout, proses pembuatan objek dan konten, proses pengambilan video, dan proses pengambilan audio.

3. Pasca Produksi

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

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini adalah dilakukannya review hasil sementara produksi dan produksi untuk disesuaikan dengan konsep kebutuhan video, dan menentukan hasil untuk masuk tahap pasca produksi (*editing*).

1.6.5 Metode Evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan yaitu dengan melakukan uji coba standarisasi iklan objek Joglosemar Executive Shuttle Bus sesuai dengan keinginan.

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 promosi 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 promosi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

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

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.

