

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Percetakan merupakan tempat usaha dan industri untuk memproduksi secara massal tulisan dan gambar, terutama dengan tinta di atas kertas menggunakan sebuah mesin cetak. Percetakan adalah suatu keahlian untuk membuat salinan dari sebuah tulisan atau gambar lewat media yang memiliki permukaan datar dengan menggunakan sebuah mesin cetak. Media yang biasa digunakan dalam percetakan berupa kertas dan kain. Berbagai jenis proyek yang dapat dicetak pada digital printing dan percetakan offset, seperti cetak kartu nama, agenda, spanduk, x-banner, y-banner, undangan pernikahan, sertifikat, stiker, souvenir, tas, dan lainnya. Di Indonesia sendiri hampir disetiap kota memiliki percetakan dengan tempat dan desain yang berbeda-beda. Sebagai contoh di Yogyakarta, dimana hampir disetiap kota terdapat tempat percetakan. Pada setiap percetakan memiliki daya saing yang tinggi dengan tujuan memberikan pelayanan dan kenyamanan bagi pengunjung. Bisa dikatakan sebagai nilai jual dari percetakan tersebut.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi menuntut para pengusaha untuk pandai memikat pelanggan dari berbagai tempat. Untuk mampu memikat para pelanggan diperlukan sebuah usaha. Usaha yang dimaksud berupa strategi pemasaran. Salah satu contoh strategi pemasaran pada zaman sekarang adalah dengan menggunakan video iklan sebagai sarana promosi. Iklan merupakan salah satu alternatif yang mudah untuk video promosi. KBBI menjelaskan video merupakan bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi; rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi. Kotler dan Armstrong pada tahun 2012, mengemukakan pengertian promosi adalah *"promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it."* Artinya promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Iklan juga

merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena jangkauannya yang luas. Iklan menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Penerapan teknik *live shoot* dan *motion graphic* agar seluruh informasi dapat dengan mudah dan cepat dipahami dengan menampilkan tampilan yang lebih menarik disertai media audio visual sebagai pendukung. Dengan *live shoot* dan *motion graphic* tersebut akan mudah diimplementasikan diberbagai media terutama media digital, penggunaan teknik *live shoot* dan *motion graphic* tidak semata-mata dalam pembuatan film dokumenter, film indie dan FTV, maupun iklan TV. Melainkan dapat dijadikan sebagai media promosi. Peneliti mencoba membuat video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi pada sebuah percetakan di Yogyakarta yaitu Henzmade Design. Henzmade Design merupakan sebuah percetakan yang ada di Yogyakarta berlokasi di Jl. Imogiri Timur, No 115, Giwangan, Umbulharjo, Bantul – Yogyakarta dan didirikan oleh Hendra Adi Swaditra pada tahun 2018. Video *live shoot* dan *motion graphic* ini dapat membantu pihak Henzmade Design dalam mempromosikan percetakan tersebut untuk memberi informasi kepada masyarakat tentang Henzmade Design. Hal inilah yang menjadi acuan dalam pembuatan video iklan promosi Henzmade Design.

Dengan demikian tujuan akhir penelitian ini dilakukan untuk membuat video iklan sebagai sarana promosi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

1.2 Rumusan Masalah

Karena tempat tersebut hanya melakukan promosi melalui media social. Maka disimpulkan suatu permasalahan yang mendasari perumusan masalah yang mendasari pembuatan skripsi ini adalah "Bagaimana membuat media promosi dengan menampilkan Henzmade Design dalam bentuk iklan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* sebagai media promosi?"

1.3 Batasan Masalah

Dengan adanya permasalahan yang dapat dimunculkan dari materi tentang teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* ini, serta karena keterbatasan pengetahuan dan terbatasnya waktu, maka penulis hanya membatasi permasalahan pada topik dan ketentuan sebagai berikut :

1. Hanya lingkupan Henzmade Design yang di tampilkan dalam iklan yang akan dibuat.
2. Membuat sebuah video iklan dengan durasi maksimal 60 detik.
3. Pembuatan video iklan menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
4. Penyajian hasil editing setelah dibuat dalam bentuk *video*.

1.4 Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuat video iklan untuk menampilkan toko Henzmade Design sebagai media promosi, dalam bentuk iklan yang dapat menampilkan gambaran tentang Henzmade Design tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Penulls

1. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam mengenal dan menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh studi di Universitas Amikom Yogyakarta
2. Mampu menimbangakan sejauh mana kemampun dan sebagai tahapan pengembangan diri dalam pembuatan iklan.
3. Diharapkan karya tulis ini dapat dijadikan referensi sebagai peneliti selanjutnya yang mengambil dalam bidang pembuatan iklan.

1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Video yang dibuat dapat digunakan sebagai media promosi Henzmade Design Yogyakarta.
2. Dengan adanya iklan ini, diharapkan Henzmade Design Yogyakarta dapat di kenal oleh masyarakat luas.

3. Diharapkan mampu menjadi daya tarik dan daya saing Henzmade Design Yogyakarta dengan percetakan lainnya yang berada di wilayah Yogyakarta.

1.6 Metodologi Penelitian

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis yang dilakukan dalam sebuah penelitian, jenis metode penelitian yang datanya berupa kata, skema, ataupun gambar. Adapun beberapa metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dari pihak peneliti melakukan beberapa pertanyaan yang nantinya akan diolah menjadi sebuah informasi dalam pembuatan video promosi. Seperti pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1 Wawancara Dengan Pemilik Percetakan

No.	Peneliti	Pemilik
1.	Apa filosofi dari nama "Henzmade" yang dipilih untuk percetakan ini?	Henzmade sendiri disini berasal dari kata "Henz" dan "Made", Henz adalah nama dari pemilik percetakan Henzmade yaitu Hendra, dan kata "Made" berasal dari kata bahasa Inggris yaitu <i>made</i> yang berarti dibuat. Jadi Henzmade adalah interpretasi dari buatan sendiri yaitu karya saya sendiri.
2.	Siapa pendiri henzmade design dan sejak kapan henzmade design terbentuk?	Untuk pemilik saya sendiri kebetulan ada patner bisnis yaitu percetakan lainnya yang dulu saya bekerja ditempat itu, jadi saling membantu juga dalam proses percetakan nya, karna di henzmade sendiri baru bisa memberikan layanan jasa dan percetakan simple seperti Id card, kalau untuk cetak besar dilempar ke tempat percetakan lain. Dan untuk henzmade sendiri itu berdirinya tahun 2018 awal dan sebelumnya saya sendiri yang mengerjakan belum ada karyawan.

Tabel 1. 2Wawancara Dengan Pemilik Percetakan (lanjutan)

No.	Peneliti	Pemilik
3.	Apa yang dibutuhkan dalam mempromosikan henzmade Design?	Dalam promosi biasanya baru melalui media sosial berupa Instagram dan Facebook, dan untuk konten baru berupa foto. Untuk itu saya mau mencoba lebih menjangkau dan menarik minat masyarakat luas dengan menampilkan sebuah audio visual yaitu video promosi. Untuk sementara bisa melalui platform youtube untuk melihat respon dari masyarakat. Dan nanti nya juga akan saya iklan kan ke televisi untuk jentang yang lebih luas.
4.	Pada video promosi yang akan dibuat, apa saja yang ingin di visualisasikan kedalam video tersebut?	Untuk video sendiri saya ingin menampilkan keseluruhan dari lingkup Henzmade sendiri dengan singkat dan jelas seputar lokasi henzmade design dimana,proses pemesanan, mengenalkan produk apa saya yang bisa di buat di henzmade design, dan sebagainya.
5.	Dalam mempromosikan henzmade design, mengapa menggunakan media promosi berupa audio visual ?	Karena saya lihat di zaman modern sekarang sudah familiar dengan teknologi dan sudah banyak iklan besar juga yang mempromosikan usahanya menggunakan audio visual atau video tersebut, dan lebih menarik dalam menjangkau perhatian masyarakat yang menontonnya.
6.	Bagaimana proses pemesanan yang diterapkan pada henzmade design kepada customer?	Untuk pemesanan di henzmade sendiri bisa datang langsung ke toko, dan bisa juga melalui media internet berupa email dan whatsapp.

Teknik ini merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah pendapatan data. Teknik yang di gunakan sebagai berikut :

1. Observasi

Melakukan pengamatan pada media social yang di gunakan dan situasi lokasi guna mengetahui dan menentukan bagian yang akan diambil untuk di jadikan sebuah video.

2. Wawancara

Melakukan Tanya jawab dengan Bapak Hendra selaku owner dari Henzmade Design Yogyakarta secara langsung dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan informasi dari tempat yang dijadikan objek.

3. Studi Pustaka

Mengumpulkan data dari berbagai sumber yang bersangkutan dalam pembuatan media promosi yang dijadikan referensi dan nantinya dikembangkan dalam penelitian ini.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam menganalisis kelemahan dan kelebihan dalam perancangan video promosi yang dibuat maka digunakan analisis SWOT. Yang terdiri dari 4 penilaian.

1.6.3 Metode Pembuatan

Perencana produksi memegang peran penting sebelum memproduksi video, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain menentukan jadwal produksi, menentukan konsep, memperkirakan biaya dan waktu yang digunakan, menentukan lokasi pengambilan gambar dan video, dan mengadakan pertemuan pra produksi..

1.6.4 Metode Produksi

Dalam tahapan produksi ini meliputi kegiatan pengambilan gambar dan video, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera.

1.6.5 Metode Testing

Metode testing pada penelitian ini menggunakan Screening Test, yaitu melakukan pengtesan pada video yang telah dibuat sebelum akhirnya di publikasikan. Metode tersebut digunakan untuk mengukur video apakah sudah

sesuai dengan yang diharapkan atau belum. Jika belum sesuai dengan keinginan, maka akan dilakukan perbaikan sampai video siap di publikasikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar Penyusunan laporan lebih terarah pada permasalahan dan terstruktur, maka dibuatlah penjelasan pada setiap bab berdasarkan pokok permasalahan yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan dan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan seputar Ide Cerita, Naskah, dan Storyboard pada pembuatan iklan Henzmade Design Yogyakarta

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai tahapan dalam produksi video iklan Henzamede Design Yogyakarta.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang ingin di sampaikan oleh penulis.