

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan adalah satu instrumen promosi yang penting, terutama bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasanya untuk masyarakat luas. Iklan juga adalah hal yang banyak dibicarakan orang karena jangkauannya cukup luas [1]. Perkembangan teknologi saat ini memungkinkan iklan disebarakan secara digital dalam bentuk video ataupun gambar.

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini telah dimanfaatkan dalam berbagai macam media, salah satunya adalah penggunaan internet sebagai media pemasaran online. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survey tentang jumlah pengguna internet yang kian meningkat dari tahun ke tahun. Survey ini menunjukkan peningkatan pada tahun 2017 jumlah pengguna internet menyentuh angka 143,26 juta pengguna.[2]

Ditengah pandemi yang sedang melanda dunia saat ini banyak perusahaan memasarkan produknya secara digital pada sosial media. Hal ini dikarenakan penggunaan sosial media meningkat semenjak diadakannya anjuran pemerintah untuk *Work From Home* (WFH) yang bertujuan untuk mengurangi interaksi secara fisik.

Toko Besi Umbul Rejeki merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan bahan bangunan dan jasa kontraktor serta renovasi bangunan. Toko Besi Umbul Rejeki memasok bahan bangunan sejak 2006 dan hingga kini terus

melakukan berbagai inovasi yang progresif. Untuk lebih memperluas jangkauan usahanya, tentu perlu bantuan teknologi dalam melakukan pemasaran tokonya.

Berdasarkan majalah Motion by Design, Motion graphic merupakan salah satu media atau salah satu sub dari ilmu desain grafis yang banyak digunakan dalam periklanan (TVC), film berupa title sequence, opening atau promo program TV, 2 ataupun stasiun TV dan ada juga digunakan untuk video clip music, atau profil perusahaan. [3]

Namun saat ini aktivitas pemasaran Toko Besi Umbul Rejeki masih dilakukan dengan cara konvensional. Pemasaran konvensional yang dimaksud contohnya adalah papan nama sebagai tanda pengenal Toko Besi Umbul Rejeki kepada calon pelanggannya. Papan nama Toko Besi Umbul Rejeki dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Papan Nama Toko Beso Umbul Rejeki

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan membuat dan merancang sebuah video iklan yang dapat dijadikan sebagai penunjang promosi saat ini dengan melibatkan unsur Multimedia yang lain yaitu suara dan video. Dari

penjelasan diatas, penulis mencoba merancang dan membuat video iklan dengan judul “Perancangan Video Iklan pada Toko Besi Umbul Rejeki untuk Media Pemasaran dengan Teknik *Live Shoot*”. Hal ini bertujuan untuk membuat sebuah media pemasaran berupa video iklan yang nantinya dapat dipublikasi secara digital melalui sosial media.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dari itu penulis akan mencoba membuat rumusan masalah yaitu : *“Bagaimana membuat video iklan Toko Besi Umbul Rejeki untuk media pemasaran dengan teknik motion graphic dan live shoot?”*

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan untuk penelitian seperti yang disebutkan dibawah ini :

1. Teknik yang digunakan untuk perancangan dan pembuatan video iklan adalah dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Pembuatan video iklan hanya menggunakan *software* aplikasi *Adobe Premiere Pro* dan *Adobe After Effects*.
3. Take video saat dalam objek dibatasi waktu karena mengingat objek yang dijadikan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan perdagangan bahan bangunan dalam artian pengambilan video hanya bisa dilakukan pagi sampai sore saja saat objek sedang dalam keadaan sudah buka atau saat kegiatan jual beli sedang berlangsung.

4. Selanjutnya video iklan tersebut nanti akan ditayangkan di Instagram yang berdurasi 30 detik.
5. Video iklan yang dibuat nantinya berdurasi maksimal kurang lebih 60 detik.
6. Ekstensi file video ini nantinya akan berekstensi mp4.
7. Dimensi video berukuran 1920x1080 atau *full HD* dan 60 fps (*frame per second*).

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan pembuatan video iklan sebagai media pemasaran untuk Toko Besi Umbul Rejeki yang akan ditayangkan pada sosial media.
2. Memberikan informasi yang menarik dan *promotive* yang mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat tentang Toko Besi Umbul Rejeki.
3. Sebagai syarat utama kelulusan untuk mempunyai gelar sarjana komputer dalam bidang sistem informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk beberapa pihak, antara lain sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Peneliti

1. Menambah ilmu yang berkaitan dengan video iklan sebagai media pemasaran.
2. Meningkatkan pemahaman tentang pemanfaatan media sosial untuk memasarkan video iklan.

3. Menambah portfolio video iklan yang pernah dibuat oleh peneliti.

1.5.2 Bagi Toko Besi Umbul Rejeki

1. Memiliki video iklan yang dapat digunakan sebagai media pemasaran.
2. Memiliki bahan promosi toko untuk dipublikasi pada sosial media.

1.5.3 Bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta

1. Menambah karya ilmiah tentang pembuatan video iklan sebagai media pemasaran.
2. Sebagai referensi untuk mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta tentang pembuatan video iklan sebagai media pemasaran.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan sendiri untuk penulisan dan penyelesaian video iklan Toko Besi Umbul Rejeki meliputi 2 metode, yaitu :

1. Metode Wawancara

Peneliti membuatn daftar pertanyaan yang sudah terstruktur dan sistematis. Peneliti juga menggunakan berbagai alat untuk menunjang, yang bertujuan untuk membantu pada saat peneliti melakukan sesi wawancara yang berlangsung seperti kamera dan berbagai *toolkit*-nya, juga *recorder*.

2. Metode Observasi

Penelitian yang dilakuakn dengan melaksanakan pengamatan terhadap objek yang akan diteliti untuk mengetahui rangkaian gambaran yang jelas tentang permasalahan yang akan diteliti secara langsung.

1.6.1 Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman).

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan video iklan Toko Besi Umbul Rejeki akan dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia, yaitu:

1. Pra Produksi, yaitu tahap perancangan *story board* dan naskah.
2. Produksi, yaitu tahap dimana proses *Shooting*, *Capturing*, *Editing*, *Audio* dan *Finishing* dilakukan.
3. Pasca Produksi, yaitu tahap akhir dimana file video siap untuk di-*rander* dan dirilis.

1.6.3 Metode Testing

Metode Testing yang digunakan pada penelitian ini adalah pengukuran skala *likert*. Skala *likert* mempunyai empat atau lebih butir – butir pertanyaan yang dikombinasikan, sehingga membentuk sebuah skor / nilai yang mempresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap, dan perilaku [2]. Skala *likert* memiliki 5 skala penilaian yang dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Nilai Skala Likert

1	Sangat setuju	Skor 5
2	Setuju	Skor 4
3	Tidak ada pendapat	Skor 3
4	Tidak setuju	Skor 2
5	Sangat tidak setuju	Skor 1

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memahami dan mempermudah lebih jelas lagi tentang penulisan penelitian ini, maka penulis mengelompokkan menjadi lima (V) bab materi penulisan, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Padabab ini berisi tentang teori-teori dan konsep dasar yang melandasi permasalahan penelitian ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan dan penjelasan pada tahap pra produksi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang tahapan produksi dan pascaproduksi pembuatan video company profile Toko Besi Umbul Rejeki dengan teknik *motion graphics* dan *liveshoot*.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan meliputi kesimpulan dan saran yang dapat di sampaikan ataupun diberikan oleh penulis dari hasil penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**