

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. LATAR BELAKANG**

Di era modern ini, perkembangan teknologi sangat diperlukan untuk mengikuti setiap kemajuan, terutama di bidang multimedia dan periklanan. Dengan menggunakan peralatan digital yang sudah modern, mampu memberikan kemudahan dalam informasi dan promosi.

Semakin majunya dalam dunia digital, membuat teknik-teknik video semakin baik. Tidak dipungkiri dengan semakin berkembangnya gaya-gaya video iklan, maka seiring dengan hal tersebut selera masyarakatpun semakin bertambah tinggi. Bahkan video iklan yang hanya menampilkan produknya tanpa adanya variasi dalam *editingnya* bisa membuat masyarakat tidak tertarik untuk membeli bahkan melihat produknya.

Sekarang ini teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan sangat banyak, dan bahkan terkadang ada yang hampir sama. Tetapi pembuatan video iklan dengan menggunakan metode *motion tracking* inilah yang sedang ramai dan digemari oleh masyarakat. Seperti pada penelitian terdahulu yang ditulis oleh Yogiswara (2017) dengan judul "Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi di Toko Afrakids Yogyakarta", dimana objek produk diambil *live shoot* kemudian ditambahkan *motion tracking* tentang nama atau kegunaan dan bahkan harga dari produk tersebut, hal inilah yang membuat masyarakat tertarik dengan video iklannya dan juga karna dipermudah mengenali barang yang di iklankan dengan adanya *motion tracking*

PT. Bintang Jaya Motor merupakan perusahaan yang berdiri sejak 2009 dan bergerak dalam jual beli aksesoris dan *spare part* kendaraan bermotor yang berpusat di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Dalam promosi dari produk penjualan, PT. Bintang Jaya Motor masih menggunakan cara sederhana seperti pemasangan iklan berbentuk brosur dan hanya berdasarkan informasi dari mulut ke mulut. Pelanggan juga mengharapkan adanya media promosi yang dapat lebih mudah disebar. Pernyataan tersebut diperoleh dengan melakukan diskusi non-formal antar pelanggan dan peneliti.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan narasumber yaitu pemilik perusahaan atas nama Bapak Muchamad kamal, PT. Bintang Jaya Motor membutuhkan media promosi yang lebih efektif dan efisien. Berdasarkan peluang yang diperoleh dari analisis data, dan berdasarkan penelitian yang terdahulu, penggunaan media promosi seperti video iklan tentunya sangat membantu dalam peningkatan ketertarikan pelanggan, sehingga penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul "Pembuatan Video Iklan menggunakan Metode *Motion Tracking* Berbasis Multimedia sebagai Media Promosi PT. Bintang Jaya Motor".

## 1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu : Bagaimana cara merancang dan membuat video iklan dengan metode *motion tracking* sebagai media promosi PT. Bintang Jaya Motor?

### 1.3. BATASAN MASALAH

Untuk memperjelas arah dari penelitian ini, penulis menentukan Batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Iklan hanya menampilkan produk yang diperjual belikan oleh PT. Bintang Jaya Motor.
2. Media promosi iklan ini hanya untuk media elektronik yaitu Internet Video Commercial (IVC).
3. Video iklan ini menggunakan kombinasi *live shoot* video dengan penambahan *motion tracking*.
4. Penelitian ini hanya sebatas pembuatan video iklan.

### 1.4. MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

Adapun maksud dan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada Fakultas Ilmu Komputer, Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membuat video iklan dengan metode motion tracking sebagai media promosi PT. Bintang Jaya Motor.
3. Memperluas jangkauan pemasaran produk PT. Bintang Jaya Motor di media sosial internet seperti Instagram, Facebook dan Whatsapp.

## 1.5. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

### 1.5.1 Metode pengumpulan data

Dalam pengumpulan data, metode penelitian yang digunakan adalah metode wawancara, observasi secara langsung ke perusahaan yang menjadi objek penelitian dan Studi Pustaka membedah jurnal dan penelitian terdahulu.

Penulis melaksanakan wawancara dengan pemilik perusahaan PT. Bintang Jaya Motor yang bernama Bapak Muchamad Kamal, memperoleh informasi mengenai penerapan strategi pemasaran atau promosi dan informasi mengenai permasalahan yang ditemukan karena penggunaan strategi pemasaran yang kurang optimal. Hasil wawancara digunakan untuk salah satu acuan penulis untuk melakukan analisis kebutuhan dalam pelaksanaan penelitian.

Melalui metode observasi, penulis mengamati tentang peningkatan pelanggan dalam penerapan strategi pemasaran menggunakan media brosur dan hanya dari mulut ke mulut. Observasi dilakukan di PT. Bintang Jaya Motor yang berpusat di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Observasi dilakukan untuk mengamati fakta secara langsung.

Metode Studi Pustaka juga digunakan penulis seperti membedah jurnal penelitian yang serupa atau dengan tema yang sama dan menggunakan penelitian terdahulu sebagai sumber referensi dalam

penulisan laporan penelitian. Jurnal penelitian yang digunakan bersumber dari internet.

#### 1.5.2. Metode analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) (SWOT).

#### 1.5.3. Metode perancangan

Tahapan pra-produksi terdiri dari beberapa proses sebagai berikut :

- 1) Ide dan Konsep
- 2) Tema
- 3) Naskah
- 4) *Story board*
- 5) *Assembling Crew*
- 6) Penentuan Lokasi *Shooting*
- 7) *Set design property*
- 8) Rencana jadwal *shooting*

#### 1.5.4. Metode pengembangan

- a. Produksi
  1. Pengaturan Kamera
  2. *Live-Shoot* Video



### 3. Pengolahan Data Video

#### 4. *Dubbing*

#### b. Paska-produksi

##### 1. *Composition*

##### 2. *Motion tracking*

##### 3. *Mixing*

##### 4. *Rendering*

#### 1.5.5. Metode Testing

Pada proses *testing*, peneliti akan melakukan uji kelayakan kualitas video kepada seorang ahli animasi, pemilik PT. Bintang Jaya Motor dan kepada pelanggan PT. Bintang Jaya Motor sebelum diteruskan ke tahap distribusi.

#### 1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini terdiri dari 5 BAB yang berisikan :

- a. BAB I merupakan bagian Pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah maksud dan tujuan masalah, metode penelitian, dan sistematika dalam penulisan.
- b. BAB II merupakan bagian Landasan teori yang berisikan Tinjauan Pustaka, Dasar Teori, Metode Analisis, dan Langkah-Langkah Produksi.

- c. BAB III merupakan bagian Analisis dan Perancangan yang berisikan deskripsi perusahaan, analisis masalah, solusi-solusi yang dapat diterapkan, solusi yang dipilih, analisis kebutuhan, analisis biaya dan manfaat (optional), analisis kelayakan (optional), dan perancangan video.
- d. BAB IV merupakan bagian Hasil dan Pembahasan yang berisikan Rancangan Sistem atau Desain Produk, alur produksi, instalasi sistem atau pembuatan produk, model sistem atau hasil akhir produk, dan hasil pengujian (*testing*).
- e. BAB V merupakan bagian Penutup yang berisikan Kesimpulan dan Saran.

