

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Hamzah Batik Yogyakarta merupakan salah satu lokasi wisata belanja dunia batik dan cindramata yang berada tepat di bahu barat jalan Malioboro. Bangunan 3 lantai ini terdiri dari *counter* batik, oleh-oleh makanan dan jamu herbal pada lantai 1, lantai 2 untuk counter kerajinan dan cindramata dan lantai 3 untuk *resto cafe* yang bersebelahan dengan kantor Hamzah batik. Dengan nuansa kearifan lokal, Hamzah Batik tumbuh menjadi lokasi representasi yang dapat meningkatkan pariwisata Yogyakarta. Potensi besar yang dimiliki oleh Hamzah Batik mendorong divisi marketing Hamzah Batik untuk menggunakan media iklan elektronik dalam bentuk video untuk lebih mengenalkan produk, fasilitas, serta *event-event* rutin yang ditawarkan kepada calon konsumen, melalui media Youtube maupun videotron yang selama ini hanya di tawarkan melalui *social media* seperti Instagram, gambar 1.1 merupakan tampilan akun Instagram *official* milik Hamzah Batik.



Gambar 1.1 Tampilan Akun Instagram Hamzah Batik

Perkembangan teknologi informasi begitu pesat dan dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan dalam berbagai bidang salah satunya adalah dibidang periklanan, khususnya periklanan dalam bentuk video [1]. Bagi sebuah perusahaan itu sangat diperlukan untuk memasarkan dan mempromosikan apa yang mereka punya dengan video iklan yang lebih komunikatif dalam mempromosikan sebuah produk dan jasa layanan [2]. Salah satu bentuk video atau teknik yang digunakan adalah *Motion graphic* dan *live shoot*. *Live shoot* dalam pengambilan sebuah video bertujuan untuk menyuguhkan suasana dan kesan sebenarnya yang ingin disampaikan melalui obyek-obyek nyata di dalam video [3], sedangkan *Motion graphic* dalam sebuah video berupa garis, kotak, bayangan, warna dan sebagainya dalam menggunakan *software* pengolah gambar. Dengan adanya grafis pada video maka penyampaian informasi akan lebih menarik dan efektif [4].

Berdasarkan uraian di atas, penggunaan *live shoot* dan *Motion graphic* dalam pembuatan video iklan Hamzah Batik dapat menyampaikan informasi kepada *audience* mengenai potensi yang dimiliki oleh Hamzah Batik bukan hanya sebagai toko *souvenir* tetapi juga sebagai lokasi wisata belanja dan budaya terbaik yang dimiliki oleh Yogyakarta.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka di atas dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu "Bagaimana membuat sebuah video iklan Hamzah Batik Yogyakarta sebagai media informasi menggunakan teknik *live shoot* dan *Motion graphic*?".

### 1.3. Batasan Masalah

Agar penulisan penulisan ini lebih terarah, maka penulis akan memberikan batasan masalah yang akan dibahas sehingga hal ini tidak menyimpang dari tujuan yang hendak dicapai yaitu :

1. Peneliatian dilakukan pada Hamzah Batik Yogyakarta.
2. Iklan ini menggunakan metode *live shoot* dan *Motion graphic* dalam pembuatannya.
3. Hasil dari pembuatan video akan ditayangkan di youtube dan videotron.
4. Durasi video pada media Youtube 60 detik, dan 30 detik pada media videotron dengan format yang sama yaitu \*.MP4, 720 pixel: 1280 x 720 (16 : 9), video codec H.264.
5. *Software* yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Magix Vegas Pro 15.0, Wondershare Filmora dan Adobe Photoshop CS6.

### 1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menginformasikan kepada calon konsumen Hamzah Batik Yogyakarta sebagai lokasi wisata belanja melalui video iklan.

### 1.5. Manfaat Penelitian

#### 1.5.1. Bagi Penulis

1. Menjadi sarana penerapan wawasan mengenai metode *Live Shoot* dan *Motion graphic* untuk mendapatkan hasil video yang maksimal.
2. Memberikan wawasan baru dalam multimedia khususnya mengenai pembuatan video iklan.

3. Menjadi sarana pembelajaran bagi penulis agar dimasa mendatang agar penerapan teknik serupa dapat lebih baik dari sebelumnya.

#### **1.5.2. Bagi Hamzah Batik Yogyakarta**

1. Menjadi referensi Hamza Batik Yogyakarta sebagai media iklan kedepannya.
2. Memperkenalkan Hamza Batik Yogyakarta bukan hanya sebagai lokasi belanja souvenir tapi juga sebagai wisata budaya dan belanja melalui media iklan berupa video kepada masyarakat.
3. Meningkatkan jumlah pengunjung Hamzah Batik Yogyakarta terutama pengunjung event-event yang diadakan Hamzah Batik Yogyakarta.

#### **1.6. Metode Penulisan**

Metode yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah :

##### **1.6.1. Metode Pengumpulan Data**

###### **A. Metode Wawancara**

Esterberg, mendefinisikan interview sebagai berikut: *"a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic"*. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Penulis menggunakan wawancara semi-struktural, dimana pelaksanaan wawancara lebih bebas, dan bertujuan untuk menemukan pemasalahan secara lebih terbuka dimana responden dimintai pendapat dan ide-idenya [5].

## **B. Metode Studi Pustaka**

Studi pustaka adalah mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penulisan sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teorimengenai masalah yang akan diteliti [6].

### **1.6.2. Metode Perancangan**

Dalam proses pembuatan video iklan Hamzah Batik Yogyakarta ada beberapa tahapan yang harus penulis lakukan, mulai Pra-produksi hingga pasca produksi [7].

#### **A. Tahapan Pra-produksi**

Pra Produksi merupakan tahapan perencanaan. Secara umum merupakan tahapan persiapan sebelum memulai proses produksi (*shooting* film atau video).

Tahapan ini meliputi :

1. Ide Cerita.
2. Naskah.
3. *Storyboard*.
4. Konsep.

#### **B. Tahapan Produksi**

Merupakan eksekusi kepada tahapan pra-produksi, kegiatan dalam proses produksi meliputi :

1. Pemilihan Kamera.
2. Proses pengambilan gambar.

### C. Tahapan Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahapan akhir dari keseluruhan proses pembuatan video iklan, pasca produksi meliputi :

1. *Editing* video dan Audio.
2. Rendering.
3. Implementasi atau *publish*

#### 1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan tugas akhir ini adalah :

- Bab I      Pendahuluan, berisi: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.
- Bab II      Landasan Teori, berisi: tinjauan pustaka, teori penunjang, definisi multimedia, definisi iklan, tahapan pembuatan iklan, pengertian metode *Live shoot* dan *Motion graphic*.
- Bab III     Tinjauan Umum, berisi: penjelasan mengenai obyek penulisan, hasil observasi / pengumpulan data, masalah yang terdapat pada obyek, serta rancangan iklan.
- Bab IV     Implementasi dan Pembahasan, berisi: proses pembuatan iklan, dan implementasi pembuatan iklan.
- Bab V      Penutup, berisi hasil pembahasan yang dapat menjawab rumusan masalah.