

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Malcolm Barnard (2007) dalam bukunya menceritakan tentang *fashion*. *Fashion*, sepintas adalah mengenai pakaian atau busana. Dan berbicara tentang pakaian adalah berbicara mengenai sesuatu yang sangat dekat dengan diri kita. Masih menurut Idr: "pakaian tak bisa di pisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia" [1].

Indra Setiawan (2016) Media promosi sangat penting dalam dunia bisnis karena dengan promosi perusahaan dapat menyampaikan kepada konsumen tentang produk yang dimiliki sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan toko. Promosi yang menarik membuat toko dapat menyampaikan informasi tentang produknya, tidak hanya lewat tulisan atau gambar saja tapi menggunakan video serta suara sehingga konsumen lebih tertarik untuk melihatnya [2].

Dalam observasi dilapangan didapati Awkward Store adalah salah satu toko yang menjual berbagai macam produk dalam negeri di kota Temanggung. Toko ini berdiri pada tahun 2012. Produk yang disajikan berkualitas, berbagai macam merk serta menjadi distributor resmi beberapa *brand* lokal terkenal. Saat ini Awkward Store menjadi distributor resmi untuk *brand* lokal Good Luck, Kaumpapa, Absolute

308, Gold Brick serta beberapa merk Indonesia lainnya. Seperti di tunjukan pada gambar 2.4 dibawah :



Gambar 1.1 Store AWKWARD.INC

Dalam pembuatan media informasi menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*. *Live Shoot* adalah pengambilan gambar bergerak secara langsung. *Live Shoot* merupakan teknik dasar dalam pembuatan video, aplikasi dari teknik live shoot adalah beberapa teknik pengambilan gambar dan mengaplikasikannya sesuai konsep yang telah diterapkan sutradara [3]. Sedangkan *Motion Graphic* adalah grafis yang menggunakan rekaman video, foto, dan atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak atau rotasi, grafis biasanya digabungkan dengan audio untuk digunakan dalam proyek-proyek multimedia [4].

Video adalah media yang akan digunakan dalam perancangan. Karena sesuai dengan target audien Awkward Store itu sendiri yang lebih mengacu kepada kelas

ekonomi menengah ke bawah. Secara otomatis bagi target audien Awkward Store sendiri mayoritas sudah memiliki media untuk mengakses *internet*. Selain itu peran video sendiri mengkomunikasikan lebih efektif dan menarik dalam promosi serta pengenalan Awkward Store dan produknya. Maka akan dibuatkan video yang bisa digunakan untuk melakukan promosi brand Awkward Store tersebut.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu, "Bagaimana membuat promosi video Awkward Store menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*?".

1.3 BATASAN MASALAH

Dalam permasalahan yang ada, penulis batasi pada :

1. Hasil dari media informasi ini berupa video yang akan di *share* di Instagram berdurasi 60 detik.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan adalah *motion graphic* ,dan *live shoot*.
3. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere CC 2017, After Effect CC 2017, Photoshop CC 2017
4. Render dengan ukuran 1280x720 pixel, dengan format Mp4
5. Pembuatan dilakukan di toko Awkward.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma 3 jurusan Manajemen Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Dapat mengetahui unsur-unsur pembentukan multimedia, terutama dalam teknik editing dengan baik dan benar.

1.5 LINGKUP PENELITIAN

Lingkup perancangan menyakup beberapa hal, antara lain:

1. Perancangan ini dibatasi pada perancangan promosi video Awkward Store melalui sosial media dan media pendukung lainnya.
2. Perancangan ini akan diselenggarakan di Indonesia. Target pasar adalah masyarakat Indonesia khususnya kaum muda.

1.6 METODE PENELITIAN

Menurut Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd (2017) dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan Metode-metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengumpulan data adalah Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Untuk mendapat data yang relevan, maka diperlukan metode yang efektif dalam pembuatan video ini. Dengan penyusunan Tugas Akhir ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut [5] :

1.6.1 Metode Observasi

Pengamatan secara langsung mengenai awkward yang akan di promosikan di media iklan serta data tentang awkward. Mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang di amati untuk mendapatkan data yang akurat, maka dari itu penulis melakukan observasi baik melalui account sosmed yang di miliki awkward yaitu instagram juga secara langsung mendatangi toko awkward.

1.6.2. Metode Wawancara

Melalui metode ini penulis dapat memperoleh penjelasan dan pengarahannya secara langsung dengan pihak terkait, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Wawancara langsung dilakukan kepada owner awkward sendiri yaitu Sapto Purnomo juga selaku pendiri awkward agar di dapatkan informasi yang akurat tentang produk awkward itu sendiri.

1.6.3. Metode Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengkajian beberapa sumber referensi tertulis, antara lain, buku-buku yang relevan dan sumber-sumber internet, untuk mendapatkan data dan informasi yang di butuhkan dalam pembuatan video periklanan yang akan di buat.

1.6.4. Metode Perancangan

Menurut Suyanto (2004) dalam bukunya yang berjudul Analisis & Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran. Metode perancangan penulis lakukan adalah berikut ini [6] :

1. Pra-Produksi

Pra-produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersial diproduksi secara nyata. Perencanaan secara baik sebelum diproduksi dapat menghemat biaya yang dikeluarkan pemesan multimedia komersil. Hal inilah manfaat utama tahap pra-produksi.

2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini syuting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur dan kamera dipilih.

3. Pasca-Produksi

Tahap pasca-produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca Produksi tersebut meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, pengadaan, dan penyerahan atau penyiaran.

1.7. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

: Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, lingkup penelitian, metode penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

: Dalam bab ini akan menguraikan tentang pengertian, dari system periklanan, pengenalan software yang digunakan.

BAB III TINJAUAN UMUM

: Dalam bab ini menguraikan tentang sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, serta data-data lain yang diperoleh dari brand Awkward distro yang kami jadikan sebagai penelitian untuk Tugas Akhir.

BAB IV PEMBAHASAN

: Dalam bab ini akan membahas mengenai perancangan konsep dan penjelasan hasil – hasil dari tahapan produksi serta pasca produksi.

BAB V PENUTUP

: Dalam bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi laporan.

