

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era modern ini telah berkembang dengan pesat, ditandai dengan kian beragamnya teknologi media penyampaian informasi. Dalam penyampaian informasi tentu saja harus dengan cara yang efektif, jelas, dan mudah dipahami. Salah satu media penyampaian informasi adalah berbentuk video. Dalam video, terdapat banyak unsur dan teknik, salahsatunya live shoot dan motion graphic, contohnya pada sebuah scene yang tidak bisa diambil melalui teknik live shoot. Media penyampaian informasi berbentuk video dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha sebagai media promosi produk. Iklan promosi dalam bentuk video dengan penyajian yang jelas dan menarik, akan berdampak baik pada tanggapan konsumen, dan dapat meningkatkan penjualan.

Jogja Sepatu merupakan toko yang menjual berbagai sepatu yang terletak di Yogyakarta tepatnya di Jl. Kaliurang km. 6,5 Barat Batalyon 403, Kentungan, Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283. Salah satu khas dari Jogja Sepatu adalah menjual produk lokal yaitu produk piero. Namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang Jogja Sepatu dan produknya. Jogja sepatu belum memiliki video iklan yang digunakan sebagai media promosi karena tidak adanya tenaga IT yang bisa membuat iklan. Sampai saat ini untuk mempromosikan produk – produknya Jogja Sepatu menggunakan media sosial, dan online shop, namun isi informasi yang

disampaikan masih bersifat teks dan gambar. Kekurangan dalam penyampaian informasi yang saat ini belum dapat tersampaikan salah satunya keunggulan sepatu. Maka dari itu sebaiknya Jogja Sepatu membuat sebuah iklan yang dapat menjelaskan kekurangan diatas. Menurut penulis salah satu media promosi yang tepat bagi Lumina Jogja Sepatu untuk permasalahan diatas adalah menggunakan media video.

Penggunaan teknik dalam pembuatan video iklan juga harus tepat. Teknik yang digunakan dalam video disesuaikan dengan tema dan konsep iklan agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas kepada konsumen. Penulis mengusulkan adanya penggunaan motion graphic dan live shoot. Penggunaan motion graphic dapat digunakan untuk mengilustrasikan bahan yang terdapat pada produk sepatu, keunggulan sepatu yang menggunakan bahan ringan, lentur, dan sirkulasi udara yang maksimal. Teknik live shoot digunakan untuk pengambilan toko dan produk.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Perancangan Video Iklan Jogja Sepatu Sebagai Media promosi dengan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic". Dengan penerapan live shoot dan motion graphic, video iklan ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dan dapat menyampaikan informasi mengenai toko Jogja Sepatu dan produknya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu "bagaimana merancang video iklan Jogja Sepatu sebagai media promosi dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic."

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup yang lebih kecil agar penulis dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Video ini menggunakan teknik penggabungan live shoot dan motion *graphic*.
2. Lokasi penelitian pada Jogja Sepatu.
3. Pembuatan iklan meliputi tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.
4. Target penayangan hasil video hanya pada media social Instagram.
5. Target durasi iklan adalah 1 menit.
6. Pengujian dilakukan pada tampilan video dan informasi yang disampaikan.
7. Iklan ini diuji oleh pemilik Jogja Sepatu, mahasiswa Universitas Amikom yang mengambil konsentrasi multimedia, dan masyarakat dengan menggunakan kuisioner.
8. Tahapan penelitian berakhir ketika video diserahkan ke pihak Jogja Sepatu.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penulis dalam melakukan penelitian serta menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada Fakultas ilmu komputer, Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas Amikom Yogyakarta.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

#### **1. Penulis**

Mahasiswa dapat mengaplikasikan teori dan ilmu yang telah dipelajari di bangku perkuliahan dengan lingkungan praktik yang sebenarnya.

#### **2. Toko**

Lebih di kenal banyak masyarakat.

#### **3. Masyarakat**

Menjadi lebih mudah menerima informasi dan lebih mengenal tentang toko.

#### **4. Universitas**

Naskah dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan dapat dikembangkan lagi di masa yang akan datang.

### **1.6 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa metode dalam pengumpulan informasi. Adapun langkah-langkah dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

#### 1. Metode pengamatan langsung (observasi)

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti.

#### 2. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan mengadakan suatu Tanya jawab secara langsung dengan Sdr.Toni Eprili Siamto selaku pemilik toko Jogja Sepatu untuk mendapat informasi maupun data yang diperlukan.

#### 3. Metode Kepustakaan

Metode ini sebagai dasar dari penyusun skripsi, dipergunakan buku kepustakaan yang meliputi literatur, catatan kuliah, serta sumber referensi lain yang mendukung penulisan skripsi ini.

### 1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT adalah salahsatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi suatu masalah, proyek, atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats.

### 1.6.3 Metode Produksi

#### 1. Pra-produksi

Pada tahap pra produksi meliputi pengumpul data, perencanaan tema,



sinopsis, alur iklan, naskah iklan, dan storyboard.

## **2. Produksi**

Tahap produksi meliputi pengambilan gambar, sound, pembuatan desain motion graphic, dan proses editing.

## **3. Pasca Produksi**

Tahap pasca produksi meliputi rendering, publikasi, dan pengujian.

### **1.6.4. Metode Evaluasi**

Peneliti melakukan pengujian terhadap video iklan yang telah selesai dibuat menggunakan kuisioner dengan skala Likert kepada komunitas multimedia dan penonton. Sehingga dapat diketahui kelayakan video iklan yang dibuat.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika yang digunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi penelitian dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut :

#### **BAB I-PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II-LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi besar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

#### **BAB III-ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan mulai dari gambaran umum, analisis kebutuhan, dan pra produksi, dalam hal ini meliputi ide iklan, tema iklan, logline, screenplay, storyboard

#### **BAB IV-IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai proses pembuatan Live Shoot dan Motion Graphic, kemudian tahap produksi, meliputi pembuatan, background, kemudian tahap paska produksi, editing, compositing dan testing.

#### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah penulis lakukan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Pada daftar pustaka ini berisi tentang sumber-sumber yang penulis gunakan untuk menulis penelitian, baik berupa literatur dari internet, buku panduan, jurnal atau media lainnya.

#### **LAMPIRAN**