

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi dan informasi semakin meningkat mengikuti perkembangan pesat teknologi. Periklanan berbasis visual merupakan salah satu jenis media promosi yang bisa digunakan untuk perusahaan, organisasi atau para pebisnis. Iklan sendiri memiliki beberapa tujuan khusus diantaranya untuk membentuk kesadaran akan suatu produk atau merek baru; menginformasikan fitur dan keunggulan produk atau merek pada konsumen; membentuk persepsi tertentu akan produk atau merek; membentuk selera akan produk atau merek ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk atau merek yang diiklankan. [1]

Salah satu media iklan yang banyak digunakan adalah video, karena dapat menampilkan gambar yang lebih menarik dan informatif, teknik pembuatan video pun ikut berkembang, dari teknik paling dasar yaitu *live shot* kini muncul banyak teknik lain yang dapat menambah kesan estetik dari sebuah video salah satunya adalah teknik *parallax*.

Live shot adalah perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada suatu proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut. [2]

Parallax effect atau yang dikenal sebagai efek 2.5D merupakan efek visual yang terjadi oleh perubahan posisi observasi yang menghasilkan sudut pandang baru. Perubahan sudut pandang ini tidak hanya bersifat subjektif tetapi juga objektif dikarenakan seluruh objek di dunia ini dilihat dari dua sudut yang berbeda. Perubahan sudut pandang disebabkan oleh pergerakan pengamat terhadap objek maupun pergerakan objek terhadap pengamat.

Keuntungan pengguna parallax adalah memberikan efek yang lebih dramatis untuk menggambarkan suatu kejadian. Menurut Wadhwa [3], Penggunaan parallax atau 2.5D dinilai memiliki biaya lebih rendah dan membutuhkan waktu yang lebih singkat dalam pembuatannya. Selain itu, parallax juga mampu dalam menangkap perhatian dari audiens tergantung dari kualitas animasi yang dihasilkan. Efek ini dapat digunakan untuk membuat video dari sebuah foto 2D biasa menjadi 3D sehingga memberikan kesan foto tampak hidup. Parallax sendiri lebih sering digunakan di *website*. Pengaplikasian 2.5D dalam iklan masih jarang digunakan karena parallax atau 2.5D lebih identik dengan pergerakan *slow motion*.

Teknik parallax dapat diaplikasikan untuk berbagai kebutuhan. Salah satunya untuk kebutuhan komersial. Dalam kebutuhan komersial dibutuhkan sebuah media promosi. Video sebagai salah satu media yang mampu menyampaikan informasi secara tepat sasaran dikarenakan video mencakup 2 aspek penting, aspek visual (penglihatan) dan aspek audio (pendengaran).

Corat Coret adalah sebuah bisnis pribadi yang juga mengikuti perkembangan jaman yang awalnya hanya berjalan secara konvensional menjadi turut melayani

penjualan melalui *online*. Corat coret bergerak dalam bidang pembuatan *merchandise handmade* seperti tas, dompet, dan *pouch*.

Proses bisnis *online* yang sudah dijalani Corat Coret saat ini adalah penjualan melalui media sosial. Namun melalui media sosial saja pembeli akan sedikit mengalami kesulitan untuk mengetahui detail produk yang lebih jelas. Corat Coret perlu sebuah media yang dapat membantu memperlihatkan produk.

Besarnya jumlah pengguna sosial media yang berakibat semakin seringnya akses terhadap konten *mobile*, tentu akan selangkah lebih meningkatkan probabilitas keberhasilan sebuah program *marketing*. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil judul **“Penerapan Parallax Effect Dalam Pembuatan Video Iklan untuk Corat Coret Art & Merchandise”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu *“Bagaimana Menerapkan Teknik Parallax Effect Dalam Membantu Konsumen Melihat Detail Produk Pada Corat Coret Art Merchandise Menggunakan Media Video?”*.

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan skripsi ini ditentukan suatu batasan masalah yang bertujuan untuk memudahkan pengerjaan dan menghindari adanya kegiatan diluar sasaran yang tidak diinginkan. Agar tidak menyimpang jauh dari permasalahan yang ada, maka diperlukan adanya batasan masalah, yaitu:

1. Teknik utama yang digunakan dalam pembuatan video promosi ini

menggunakan teknik live shoot dengan ditambah variasi parallax effect.

2. Pembuatan video iklan penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi, dan paska-produksi.
3. Pengenalannya hanya di sosial media whatsapp, instagram, dan facebook.
4. Output dari iklan yang dibuat memiliki format MP4.
5. Video menghasilkan durasi 60 detik

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yaitu merancang dan membuat sebuah video iklan untuk Corat Coret Art Merchandise yang dapat memberikan informasi produk dengan menggunakan video.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini tentu harus memiliki sebuah manfaat, baik untuk peneliti maupun pihak pihak yang terkait dalam penelitian. Manfaat penelitian juga dilihat dari segi teoritis dan praktis. Berikut beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian tersebut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan secara umum dan bisa menjadikan pengalaman pada bidang multimedia dan penelitian ini diharapkan menjadi pedoman yang bijak untuk usaha Corat Coret agar lebih maju dan mengikuti perkembangan trend di sosial media.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti adalah sebagai alat untuk membuat laporan dengan tema yang serupa. Bagi Corat Coret Art Merchandise adalah sebagai alat pendukung dalam proses pengenalan produk.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis menggunakan metode yang menunjang dalam penulisan laporan skripsi. Adapun metode tersebut adalah:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, penyusun menggunakan metode untuk memenuhi kebutuhan data, metode tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Metode Wawancara

Pengumpulan data melalui tatap muka dan tanya jawab kepada pihak- pihak yang berkepentingan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lebih terinci serta akurat yang berhubungan dengan penelitian.

2. Metode Studi Pustaka

Metode yang digunakan dalam penelitian dengan mencari, membaca, dan mengumpulkan data dari berbagai sumber literatur yang ada baik internet, jurnal, skripsi, dan buku

3. Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti, misalnya produk yang dihasilkan.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis masalah yang menjelaskan mengapa diperlukannya pembuatan iklan ini dan analisis kebutuhan system yang meliputi kebutuhan fungsional dan non-fungsional.

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan di bentuk, mulai tahap penentuan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan juga pembuatan storyboard dan video iklan tersebut.

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukakannya review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap paska produksi

1.6.5 Metode Pengujian

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di sosial media instgram.

1.7 Sistematika Penulisan

Seperti umumnya laporan penelitian ilmiah, maka pada laporan tugas yang tercantum memberika 5 (lima) bab, masing – masing bab ini meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan latar belakang dari penelitian yang ada, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II berisikan tentang pembahasan penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh peneliti lain sebagai referensi penelitian ini dijalankan dan juga berisikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan tentang alat, bahan, alur penelitian, dan hal berkaitan dengan pengembangan sistem untuk melakukan penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dan pembahasan sistem yang telah dilakukan, dari proses awal hingga akhir dan memperoleh hasil yang telah dilakukan dari penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan dan juga saran untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya untuk bahan pertimbangan sistem jika akan dikembangkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisikan daftar referensi yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan.