

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini banyak dimanfaatkan dalam berbagai bidang. Salah satunya dalam bidang periklanan. Periklanan dalam media televisi bagi perusahaan jasa sangat diperlukan. Saat ini iklan atau video promosi sudah sering kita jumpai, entah itu di televisi, youtube atau media sosial seperti instagram. Iklan atau video promosi menggunakan berbagai komposisi seperti video, audio, gambar dan text sehingga mudah dipahami.

Di Kabupaten Banjarnegara, terutama Kecamatan Purwareja Klampok, banyak terdapat kedai yang menyediakan tempat untuk menghabiskan waktu dengan teman-teman atau keluarga sambil menikmati makanan dan minuman yang tersedia, salah satunya adalah Kedai Pom Susu. Kedai ini menyediakan Susu murni dengan berbagai rasa yang cukup digemari kaum muda-mudi saat ini. Sayangnya, media penyampaian informasi tentang Kedai Pom Susu saat ini hanya sebatas pada jejaring sosial Instagram dan hanya berupa gambar atau foto, belum terdapat di Youtube yang merupakan salah satu media penyebaran informasi yang cukup berpengaruh. Media promosi seperti video masih jarang ditemui, sehingga yang melihat terbatas pada apa yang ada di gambar. Adanya video sebagai media promosi, pelanggan dapat mengetahui suasana dalam kedai secara keseluruhan.

Dengan latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "Perancangan dan Pembuatan video promosi Pom Susu Dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* Dan *Motion Graphic*".

Penggunaan media promosi yang menggabungkan teknik *Liveshoot* dan *Motion Graphic* masih jarang ditemukan di sana. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberi variasi media promosi untuk menarik minat pembeli.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

Bagaimana Membuat video promosi untuk Kedai Pom Susu di Banjarnegara dengan menggabungkan teknik *Motion Graphic* dan *Live shoot*?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini hanya dibatasi pada :

1. Video iklan Pom Susu ini dibuat dengan menerapkan teknik *Motion Graphic* dan *Liveshoot* sebagai sarana promosi.
2. Informasi yang disampaikan mencakup suasana dalam kedai, menu jam buka dan info kontak.
3. Perangkat lunak yang digunakan adalah Windows 10, Adobe After Effect CS5, Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe Photoshop CS6, dan Adobe Audition CS6.
4. Dikemas dengan format file video .Mp4 Kualitas 720p resolusi 1280 x 720p.
5. Video akan ditayangkan di youtube dan akun instagram Pom Susu.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah :

1. Memperkenalkan Kedai Pom Susu melalui video promosi.
2. Membuat video promosi Kedai Pom Susu di Banjarnegara dengan menggabungkan teknik *Motion Graphic* dan *Liveshoot*.
3. Menerapkan ilmu yang telah didapat selama masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat penelitian**

1. Manfaat bagi penulis
  - a. Dapat menambah dan menerapkan pengetahuan yang didapat selama masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta.
  - b. Dapat memenuhi syarat menyelesaikan jenjang Strata-I (S1) di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Manfaat bagi Kedai Pom Susu
  - a. Membantu menyampaikan informasi tentang Kedai Pom Susu.
  - b. Menambah variasi media promosi bagi Kedai Pom Susu.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini, antara lain :

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

### 1. Metode observasi

Kegiatan observasi mengenai video-video promosi dengan menggabungkan teknik *Motion Graphic* dan *Liveshoot* yang dilakukan dengan tujuan memperoleh referensi yang nantinya akan sangat membantu proses produksi.

### 2. Metode wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada pemilik Kedai Pom Susu berkaitan dengan pengumpulan data dengan tujuan meningkatkan keakuratan data.

### 3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

## 1.6.2 Metode Analisis

Melakukan tahapan dalam menganalisis atau mendefinisikan permasalahan yang akan dibangun. Metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

### 1. Analisis SWOT

Merupakan metode analisis yang terdiri dari *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Kesempatan), dan *Threats* (Ancaman).

### 2. Analisis Kebutuhan

Merupakan metode analisis yang terdiri dari analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Pada metode ini dibentuk gambaran video promosi, ide, dan gagasan. Dilanjutkan mencari data yang dibutuhkan. Selanjutnya menentukan tema dan pembuatan *storyboard*.

Perancangan video promosi dapat menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti :

#### 1. Pra Produksi

Tahap ini merupakan tahap langkah persiapan sebelum melakukan proses produksi. Dengan tujuan agar proses produksi bisa berjalan.

#### 2. Produksi

Tahap ini merupakan tahap pembuatan video promosi serta pengimplementasian teknik *motion graphics* dan *liveshoot* pada video promosi. File-file multimedia berupa gambar dan video yang sudah didapat kemudian dirangkai sesuai dengan konsep dan *storyboard*.

#### 3. Pasca Produksi

Pada tahap ini dilakukan proses editing terhadap file video yang sudah dibuat dengan menambahkan efek suara/*backsound*.

### 1.6.4 Metode Implementasi

Pada tahap metode implementasi, video promosi yang sudah selesai akan dipakai oleh Kedai Pom Susu sebagai media promosi di Instagram.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab II menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan oleh peneliti, tahap-tahap dalam pembuatan iklan serta menjelaskan tentang software yang digunakan.

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

Bab III menjelaskan tentang ide cerita, *storyboard*, serta bagaimana mengimplementasikan teknik *motion graphics* dan *liveshoot* pada video promosi Pom Susu.

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

Bab ini menguraikan tentang proses atau langkah pada pembuatan video promosi Pom Susu dan hasil tampilannya.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini penulis akan memaparkan kesimpulan dari proses pembuatan video promosi dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan laporan skripsi.

