

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Reyro Limited Clothing merupakan brand lokal asal Yogyakarta, berdiri pada tahun 2009 dan saat itu masih menjadi supplier di clothing-clothing yang sudah terkenal. Toko ini memproduksi Hoodie, Topi, Kaos, Celana, Flannel, Beanie, Sepatu dan Dompot. Saat ini Reyro Limited Clothing masih menggunakan story singkat pada instagram dan whatsapp dalam melakukan promosi produknya sehingga belum menyebar luas ke luar kota karena keterbatasan waktu. Dengan banyaknya perkembangan clothing di Yogyakarta ini membuat Reyro Limited Clothing susah bersaing kalau hanya menggunakan story singkat dalam promosinya. Pempublikasi iklan dengan durasi yang lebih panjang dapat mempengaruhi reputasi agar lebih dikenal secara luas sampai ke luar kota.

Melalui penyampaian informasi visual dalam bentuk iklan dengan menggunakan teknik *liveshoot*, *motion graphic* dan *motion tracking* untuk menyampaikan informasi dari Reyro Limited Clothing secara jelas dan lengkap. Penyampaian informasi ini nantinya melalui media sosial yang berupa video iklan.

Dengan adanya media informasi berupa iklan maka akan lebih mudah dipahami untuk diterapkan dalam penjelasan iklan Reyro Limited Clothing supaya lebih efektif. Berdasarkan latar belakang masalah maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pembuatan Iklan Reyro Limited Clothing sebagai Media Promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah maka perlu dirumuskan masalah yaitu, bagaimana pembuatan iklan *Reyro Limited Clothing* sebagai media promosi ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu :

1. Video iklan ini menerapkan teknik *liveshoot* pada promosi brand nya dan tambahan teknik *motion graphic* dan *motion tracking* untuk menunjukkan denah lokasinya serta nama barang dan harga.
2. Format dari video ini adalah .mp4 dengan kualitas 720p60 atau dengan resolusi 1280x720p 60 frame per second.
3. Durasi video ini kurang lebih 60 detik.
4. Perangkat lunak yang digunakan untuk pembuatan video ini adalah Windows 10 Pro 64-bit, Corel Draw X7 , Adobe Premier Pro CC 2017, Adobe Photoshop CC 2017 dan Adobe After Effect CC 2015.

5. Informasi yang akan disampaikan yaitu semua brand beserta harga mulai dari Hoodie, Topi, Kaos, Celana, Flannel, Beanie, Sepatu dan Dompot.
6. Video iklan ini akan diterapkan pada salah satu media sosial yaitu Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Membuat iklan *Reyro Limited Clothing* sebagai media promosi yang berupa penjelasan profil dan price list untuk setiap brand nya supaya meningkatkan jumlah pembelinya.
2. Membantu *Reyro Limited Clothing* menciptakan *branding* yang terpercaya dan membantu dalam bersaing dengan brand lokal atau kompetitor lainnya.
3. Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana komputer di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari pembuatan skripsi ini, diantaranya :

1.5.1 Bagi Penulis

1. Menambah wawasan dan pengalaman dalam pembuatan iklan menggunakan berbagai macam software editing.

2. Menerapkan ilmu yang telah didapatkan dari perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Mengembangkan ilmu dan membuka wawasan pengetahuan sesuai dengan bidang teknologi informasi.

1.5.2 Bagi Reyro Limited Clothing

1. Dengan adanya video iklan ini, diharapkan meningkatkan minat masyarakat dalam kota maupun luar kota untuk menggunakan produk Reyro Limited Clothing.
2. Mempunyai suatu media promosi yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk Reyro Limited Clothing.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan iklan *Reyro Limited Clothing* adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam pembuatan iklan *Reyro Limited Clothing* adalah sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini pengamatan dilakukan langsung terhadap Reyro Limited Clothing

2. Metode Wawancara

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan owner Reyro Limited Clothing untuk mendapatkan data produk yang akurat.

3. Metode Studi Pustaka

Study 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

Metode analisis yang digunakan adalah SWOT yang meliputi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities) serta ancaman (Threats).

1.6.3 Metode Pengembangan

Perancangan iklan menggunakan standar produksi yang berupa :

- A. Pra Produksi
- B. Produksi
- C. Pasca Produksi

1.6.4 Metode Testing

Pada tahap testing penulis menggunakan metode kuesioner pada beberapa orang guna mendapatkan hasil respon yang maksimal.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Menguraikan tinjauan pustaka dan landasan teori yang dimulai dengan tinjauan pustaka, dan konsep dasar pembuatan video livenesshoot yang menggunakan motion graphic, serta software pendukung lain dalam pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Menjelaskan tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis video yang akan dibuat, dan analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan proses pengujian system dan memberikan analisis dari hasil pengujian video promosi Reyro Limited Clothing dengan *liveshoot*, *motion graphic* dan *motion tracking* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber atau buku-buku yang menjadi referensi dalam penyusunan skripsi ini.

