

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam buku Suyanto, M. 2004. Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran, penerapan multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, public relation, dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Kelebihan multimedia menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan. [1] Javorson, Fransisco Patri Sigara. 2017. Perancangan Video Infografis Evolusi Manusia di Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran Menurut, melalui video seseorang mendapat sebuah informasi dengan mudah dan cepat dipahami. [2]

Hernawan, Imam Adi. 2015. Perancangan dan Pembuatan Iklan TV Rock Star Studio Yogyakarta, mengatakan bahwa iklan merupakan hal yang akan selalu hidup dimasa sekarang maupun masa mendatang. Sedangkan kekuatan iklan terletak pada bahasa, gambar, animasi serta ide kreatif. Dengan adanya teknologi seperti sekarang, iklan menjadi salah satu cara perusahaan-perusahaan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka melalui media periklanan digital seperti televisi dan media social. [3]

Sedangkan menurut Suyanto, M. 2005. Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan top dunia, periklanan merupakan penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat. [4]

Sampai saat ini distro ini sudah mempunyai 3 karyawan, pada tahun 2013 mas supri membuka cabang di gombang, kebumen yang bernama distro Warok. Hampir selama 2 tahun distro Warok berdiri tapi karena jarak yang lumayan dari tempatnya pada akhirnya mas supri menutup warok dia lebih memilih untuk mengelola Polo Rebel.

Pada tahun 2015 dibuka Polo Shop yaitu cabang baru dari Polo Rebel, tempatnya masih berada di kroya, cilacap. Hampir sama seperti Polo Rebel tapi tempatnya lebih besar dari Polo Rebel jadi lebih banyak barangnya. Saat ini Polo Rebel melakukan promosi melalui media sosial dan brosur. Media sosial yang digunakan Polo Rebel untuk promosi adalah facebook dengan memposting produk yang berupa foto. Jika promosi hanya menggunakan foto dan brosur masih kurang karena tidak bias menjelaskan keadaan didalam distro Polo Rebel tersebut. Maka dari itu penulis berpendapat untuk pembuatan video promosi. Diharapkan dari video promosi tersebut mencakup visual, suara dan gambar dapat menjelaskan suasana didalam distro serta produk – produk yang ada didalamnya yang tidak bias dijelaskan dengan foto maupun brosur. Berikut adalah sarana promosi Distro Polo Rebel melalui brosur :



Gambar 1.1 Brosur Distro Polo Rebel.

Dari permasalahan diatas penulis melihat peluang menciptakan suatu media promosi pada Polo Rebel melalui sebuah video dengan menerapkan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot*.

Pengertian dari *Motion graphic* pada umumnya merupakan gabungan dari potongan potongan desain/animasi yang berbasis visual yang menggabungkan film dengan desain grafis dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti obyek 2D, 3D, animasi, video, film tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik. *Motion graphic* adalah grafis yang menggunakan video atau animasi untuk menciptakan ilusi dari gerak ataupun transformasi [5]. Teknik ini dipilih untuk menampilkan logo dari distro Polo Rabel.

Sedangkan *Live Shoot* dapat diartikan yaitu pengambilan gambar bergerak secara langsung. *Live Shoot* juga dapat dikatakan sebagai *video shooting* dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil *shooting* [6]. Teknik ini untuk menampilkan suasana tempat dan barang yang ada disana.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana membuat video iklan promosi Distro Polo Rebel dengan penggabungan teknik *motion graphic* dan *live shoot* ?”

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Iklan Distro Polo Rebel dibuat dengan durasi 60 detik untuk Instagram.
2. Iklan Distro Polo Rebel akan di tayangkan di dan Instagram.
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah *Live Shoot* dan *Motion Graphics*.
4. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah 1280 x 720 dengan *ekstensi file mp4*.
5. Hasil video promosi diserahkan kepada Polo Rebel dan dikelola sendiri oleh pihak Polo Rebel.
6. Proses video iklan ini menggunakan software Adobe Premier Pro CS6, Adobe After Effect CS6, Adobe Photoshop CS6 dan Adobe Audio CS6.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Membuat iklan Distro Polo Rebel sebagai media promosi untuk untuk meningkatkan pelanggan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat dari penelitian ini :

1. Sebagai salah satu media promosi Distro Polo Rebel.
2. Media konten sebagai informasi kepada masyarakat.
3. Media konten dapat digunakan untuk membantu tim marketing dalam pemasaran.

1.5 Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan peneliti saat melakukan penelitian dan metode tersebut akan dijadikan informasi untuk mendapatkan data dari penelitian itu yaitu:

1.5.1 Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai berikut:

1. Wawancara

Melakukan wawancara langsung kepada pemilik Distro Polo Rebel.

2. Observasi

Melakukan pengamatan dan penelitian langsung terhadap Distro Polo Rebel.

3. Studi Pustaka

Mengumpulkan data berdasarkan referensi, buku-buku, jurnal, artikel, informasi didapat dari mana saja. Memanfaatkan fasilitas internet untuk mendapatkan dasar teori yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

1.5.2 Metode Analisis

Analisis yang digunakan peneliti dalam membuat video iklan ini adalah dengan menggunakan analisis *SWOT*. Analisa *SWOT* digunakan singkatan dari Strength (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (tantangan) yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi dan memecahkan masalah yang ada pada instansi yang diteliti. Analisis *SWOT* adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Tujuan digunakan metode ini adalah untuk mengetahui kebutuhan.[7]

1.5.3 Metode Perancangan Iklan

Metode perancangan adalah tahapan-tahapan bagaimana video profil ini dibuat, dimulai dengan mencari ide lalu membuat Storyboard setelah itu take video.

1.6 Tahap Pra Produksi

1.6.1 Perancangan Ide dan konsep

Ide dan konsep adalah hal terpenting dalam pembuatan suatu karya. Konsep yang akan dibuat pada iklan ini akan memfokuskan pada distro Polo Rebel. Dalam pembuatan iklan ini peneliti akan menggunakan teknik *liveshoot* dan *Motion Graphics*.

1.6.2 Produksi

Melakukan shooting sesuai dengan rancangan, selanjutnya melakukan rekaman audio sebelum melakukan editing dikarenakan agar penulis sudah dapat mengetahui batasan setiap scene video.

1.6.3 Pasca Produksi

Memeriksa hasil sementara setelah editing berupa sinkronisasi antara gerakan visual dan audio, pemberian visual effect dan render final berupa video berformat MP4.

1.6.4 Konsep Iklan

Konsep iklan yang berdurasi 60 detik ini menggunakan teknik *liveshot* dan *Motion Graphics*.

1.6.5 Script Atau Naskah

Naskah dirancang untuk mewujudkan tujuan awal dari tema yang telah dirancang. Pembuatan naskah akan menghasilkan *storyboard* yang bertujuan untuk memudahkan proses pengambilan gambar.

1.6.6 Storyboard

Storyboard adalah elemen wajib sebelum memulai tahap pengambilan gambar, hal tersebut berfungsi agar mempermudah pengambilan gambar dan menentukan karya supaya sesuai dengan konsep yang telah dibuat.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Berisi tentang tinjauan pustaka dimana teori-teori yang berkaitan dengan masalah peneliti tersebut akan menjadi rujukan penulis untuk merancang dan membuat video periklanan.

BAB III Anallsi dan Perancangan

Berisi tentang uraian analisis secara rinci yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.

BAB IV Implementasi dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang penerapan hasil penelitian dan pembahasan dari masalah penelitian.

BAB V Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil akhir produk yang telah dibuat peneliti dan berisi saran yang harus dilakukan bila ada peneliti lain yang ingin mengembangkan masalah yang sama dengan masalah yang di ambil penulis.

Daftar Pustaka

Berisi tentang sumber-sumber data yang menjadi referensi penulis dalam penulisan skripsi.

