

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan ilmu dan teknologi merupakan bagian dari siklus pertumbuhan masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi mempermudah personal ataupun kelompok dalam penyampaian pesan. Dengan kemudahan dan keuntungan yang ada pada perkembangan teknologi informasi, perusahaan harus dapat mememanfaatkannya secara maksimal. Video Iklan merupakan salah satu media informasi yang dapat diterapkan pada perusahaan untuk *branding* dan memperkenalkan produknya kepada khalayak umum.

Manusia dimudahkan dengan adanya multimedia karena dapat berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, video dan animasi sehingga informasi yang disajikan akan lebih jelas dan memiliki daya tarik(Suyanto,2004). Salah satu cara yang dapat diterapkan dalam dunia bisnis adalah info yang menjelaskan produk apa yang dijual. Melalui pemasaran produk atau jasa, perusahaan dapat memperkenalkan produk atau jasanya kepada calon pelanggan dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan(Suyanto,2004).

Setiap perusahaan pasti menginginkan visinya tercapai, yaitu menjangkau pemasaran kepada seluruh customer yang berasal dari berbagai daerah. Permasalahan yang di hadapi Gudang Photo Studio yakni, belum adanya video iklan untuk media promosi untuk videotron.

Gudang Photo Studio yang terletak di Jln Demangan baru no31.b Yogyakarta saat ini Gudang Photo Studio memiliki 13 paket foto terdiri dari foto wisuda, group, personal, couple, dan pas foto. Dan saat ini untuk saat ini Gudang Photo Studio baru berumur 3 tahun dan masih tergolong studio foto baru. Nama gudang Photo Studio saat ini juga masih jarang terdengar di dunia fotografi di Yogyakarta. Maka dari itu pemilik harus melakukan iklan dan promosi di berbagai media. Hal itu di perlukan untuk meyakinkan para pembeli dengan memperlihatkan visual yang lebih interaktif Oleh karena itu video iklan ini akan digunakan untuk memaksimalkan akun media sosial yang ada. Perusahaan-perusahaan saat ini memberikan perhatian khusus untuk mengelola media sosial dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan secara online (Nasrullah, Rulli, 2015).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Gudang photo studio membutuhkan alat bantu berupa video iklan sebagai media promosi kepada pelanggan

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan masalah yang akan diselesaikan yaitu Bagaimana membuat Iklan videotron Gudang Photo Studio dengan menggabungkan live shoot dan *motion graphic* sebagai media promosi di videotron?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada:

1. Video iklan ini dibuat menggunakan teknik *live shoot* dan menggunakan animasi *motion graphic* 2d.
2. Iklan berdurasi 30 detik Karena batas maksimal dari videotron
3. Bahasa yang digunakan untuk dubbing adalah bahasa Indonesia
4. Perangkat lunak yang digunakan adalah Windows 10 Professional, Adobe After Effect CS6, Adobe Premiere CS6, Adobe Audition CS6 dan Adobe Illustrator CS6.

Video iklan ini akan dipasang dan di publish pada videotron.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mempraktekan teknik *motion graphic* dan *live shoot* dengan membuat iklan mengenai sarana promosi Gudang Photo Studio.
2. Hasil penelitian berupa iklan promosi ini diserahkan kepada Gudang photo Studio sebagai bahan promosi Gudang Photo Studio.
3. Membantu Gudang Photo Studio sebagai studio foto yang terpercaya dan mampu bersaing di mata klien dan masyarakat luas.
4. Sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana komputer UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5 METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Pengumpulan Data

a. Metode wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada manager Gudang Photo Studio yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Gudang Photo Studio untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan Analisa penelitian

b. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video iklan baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi.

c. Metode Kearsipan

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data diri Gudang Photo Studio, yang mendukung dalam penulisan skripsi ini

d. Metode Perpustakaan (Library)

Yaitu cara dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah dan lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu video iklan.

2. Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Didalam analisis SWOT akan membahas tentang Strengths (kekuatan/keunggulan), dan Threats (ancaman) dari iklan ini. Dalam analisis kebutuhan non fungsional membahas kebutuhan software, hardware, dan brainware yang digunakan dalam

penelitian.

3. Metode Perancangan

Yang dilakukan merupakan tahapan pertama dalam pembuatan iklan ini yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan meliputi menentukan ide konsep hingga pembuatan

- a. Penetapan ide
- b. Naskah (script)
- c. Storyboard

4. Metode Pengembangan

Pada tahapan produksi dilakukan pengimplementasian bahan-bahan yang telah dikumpulkan pada tahapan pra produksi. Diawali dengan pengambilan gambar, dilanjutkan dengan pengeditan video yang menggabungkan dengan teknik motion graphic.

Kemudian pada tahapan terakhir pascaproduksi dilakukan pembuatan narasi suara, pemberian sound hingga tahap finishing berupa hasil rendering.

6. Testing

Pada tahapan ini dilakukan suatu pengujian terhadap iklan yang dibuat serta kesesuaian konsep. Pengujian yang dilakukan menggunakan metode *Screening test* yang diberikan kepada manager Gudang Photo Studio.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah dalam membaca skripsi ini, maka penulis akan membagi dalam lima bab, yang secara singkat akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video iklan produk, serta software yang akan digunakan dalam perancangan video katalog produk.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III ini akan berisi tentang metode perancangan yang digunakan dalam pembuatan iklan liveness dan motion graphic.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan produk Gudang Photo Studio serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

penulisan laporan skripsi. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang didapat serta mengutarakan saran yang dianggap perlu.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam