

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Iklan adalah bentuk komunikasi yang disponsori untuk mempromosikan atau (berusaha) menjual suatu produk, layanan atau ide. Iklan ini diklasifikasikan sebagai bentuk pemasaran komunikasi. Saat ini, ada berbagai bentuk dan metode periklanan yang digunakan oleh pemasar dalam mempromosikan dan menjual produk, layanan, atau ide mereka [1].

Pose Photo Studio merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa Fotografi yang terletak di Jalan KH. Agus Salim No.48, Kepek II Wonosari, Kepek I, Kepek, Kec. Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta. Pose Photo Studio melayani berbagai macam tema fotografi seperti, *prewedding*, foto keluarga, foto wisuda, dan foto *Baby New Born*, Pose Photo Studio melayani jasa fotografi di area Yogyakarta dan Jawa Tengah.

Pose Photo Studio menggunakan metode promosi pada usahanya dengan metode penyebaran informasi melalui mulut ke mulut dan juga media sosial seperti *Instagram* dan *Whatsapp*. Informasi tersebut berbentuk poster dan gambar hasil foto yang sudah cukup efektif untuk menarik minat konsumen. Namun pemilik Pose Photo Studio ingin meningkatkan metode promosinya dengan menggunakan video iklan melalui media sosial. Akan tetapi karna keterbatasan sumber daya manusia iklan yang dimaksud belum dapat terealisasi.

Berdasarkan masalah di atas maka perlu adanya solusi dengan membuat inovasi baru dalam pembuatan video iklan agar calon pelanggan dapat menerima penyampaian informasi dengan mudah, jelas dan ringkas. Dengan menggunakan teknik *motion graphic* bertujuan untuk memperjelas informasi yang terdapat di Pose Photo Studio seperti alamat studio, jasa-jasa yang

ditawarkan, harga dan *contact person*. Dengan menggunakan teknik *live shoot*, menggunakan teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung merupakan elemen yang penting dalam sebuah video untuk menampilkan suasana di Pose Photo Studio.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk membuat video iklan dengan judul "Pembuatan Iklan Instagram Pada Pose Photo Studio". Iklan tersebut berbentuk video dengan durasi 1 menit yang dikemas dengan teknik *motion graphic*. Yang kemudian video tersebut akan disebarakan melalui media *Instagram* dari akun Pose Photo Studio.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu "Bagaimana cara membuat Video Iklan Instagram Pada Pose Photo Studio?"

1.3. Batasan Masalah

Sesuai dengan masalah di atas, maka batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu:

- a. Penelitian dilakukan di Pose Photo Studio.
- b. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah *motion graphic* dan *live shoot*.
- c. Video berbentuk Potrait dengan rasio 4:5 dan beresolusi 1080 x 1350 px untuk kebutuhan Instagram
- d. Video berdurasi maksimal 1 menit.
- e. Promosi video iklan Pose Photo Studio hanya melalui media sosial *Instagram*

1.4. Tujuan Penelitian

- a. Membuat video iklan pada Pose Photo Studio.
- b. Menyebarkan informasi tentang Pose Photo Studio kepada masyarakat melalui media sosial *Instagram*.
- c. Membantu pihak Pose Photo Studio dalam mempromosikan usahanya.

1.5. Manfaat Penelitian

- a. Sebagai informasi bagi masyarakat yang membutuhkan jasa fotografi.
- b. Diharapkan dapat membantu mempromosikan Pose Photo Studio kepada masyarakat serta meningkatkan jumlah pelanggan pada Pose Photo Studio.

1.6. Metode Penelitian

Dalam pembuatan video iklan pada penelitian ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Metode Observasi

Observasi adalah mencari data dengan bertemu langsung dengan pemilik Pose Photo Studio untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan.

1.6.1.2. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan Pemilik Pose Photo Studio, untuk mendapatkan data yang dibutuhkan pada pembuatan Video Iklan Motion Graphic.

1.6.1.3. Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan membaca dan mempelajari berbagai buku referensi yang berkaitan dengan penelitian.

1.6.1.4. Metode Literatur

Pengambilan data dengan menggunakan literature yang bisa dipakai, seperti memanfaatkan fasilitas internet yang ada. Dengan mengunjungi situs-situs website yang menunjang dan berhubungan dengan penelitian.

1.6.2. Metode Perancangan

Metode perancangan dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia, yaitu:

- a. *Pra* produksi
- b. Produksi
- c. *Pasca* Produksi

1.6.3. Metode Evaluasi

Dalam tahap evaluasi, dilakukan dengan menguji video iklan *Instagram* yang dibuat pada Pada Pose Photo Studio sehingga visualisasi informasi dapat dipahami audiens atau Pelanggan.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori yang diambil dari kutipan buku dan jurnal yang digunakan penulis sebagai landasan penyusunan laporan skripsi

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran rinci dari metode perancangan dan metode lainnya yang digunakan pada penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang tahapan produksi, termasuk desain gambar, proses *editing*, *kompisiting*, *rendering*, *evaluasi* dan implementasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.