

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia teknologi informasi sekarang yang sangat pesat, memunculkan banyak media dan cara untuk melakukan promosi produk, baik barang ataupun jasa dari sebuah bisnis ataupun perusahaan. Persaingan bisnis yang sudah sangat ketat memaksa pelaku bisnis harus memutar otak untuk melakukan promosi yang kreatif dan inovatif. Salah satunya adalah pembuatan video Review Produk. Dalam video review produk dapat memvisualisasikan produk yang direview kepada penonton tanpa memiliki produk tersebut.

Infobrandlocal merupakan satu media lokal atau Media *Content Creator* yang bergerak dibidang Edukasi dan promosi khusus Produk lokal. Infobrandlocal dibentuk sejak tahun 2019 tepatnya dibulan November sekarang followers infobrandlocal sudah mencapai 182k Followers.

Untuk sekarang dalam mengedukasi dan promosi produk lokal infobrandlocal lebih focus di Media Instagram dan menggunakan media foto, grafis dan beberapa konten video termasuk review produk tetapi video review tersebut terbilang singkat dan kurang mendalam karena berdurasi sekitar satu menit. Berikut adalah instagram infobrandlocal yang dapat dilihat Digambar 1.1



Gambar 1. 1 Instagram @Infobrandlocal.id

Untuk membuat konten review yang lengkap dan secara mendalam serta mencapai jangkauan yang lebih luas Infobrandlocal memanfaatkan media youtube untuk melakukan edukasi dan promosi. Promosi di youtube infobrandlocal adalah dalam bentuk video review produk lokal. Youtube sendiri merupakan situs video sharing yang banyak digunakan untuk berbagi video. Nama youtube infobrandlocal adalah ibl.creative. Hasil Screenshoot youtube infobrandlocal dapat dilihat di Gambar 1.2



Gambar 1. 2 Youtube dari Infobrandlocal

Dalam Pembuatan video konten review produk di media youtube yang secara mendalam membutuhkan beberapa informasi berupa ilustrasi visual lebih lanjut seperti, informasi detail produk yang direview, alamat toko, link pembelian, cara pembelian produk tersebut, serta kelebihan dan kekurangan produk yang direview.

Untuk pengambilan *footage* produk diperlukan Teknik pengambilan secara langsung atau biasa disebut teknik live shoot sedangkan untuk informasi yang berbasis gambar seperti alamat toko link pembelian memakai Teknik Motion graphic. Penggunaan Teknik motion graphic tersebut menggerakkan logo, tulisan dan informasi lainnya, ke dalam sebuah video

Menurut riset agensi marketing We Are Social dan perusahaan aplikasi manajemen medsos Hootsuite, YouTube menjadi medsos yang paling banyak digunakan dalam sebulan. YouTube digunakan oleh 93,8 persen dari total keseluruhan pengguna internet Indonesia yang berumur 16 hingga 64 tahun. [1] Karena besarnya pengguna youtube diIndonesia maka dari itu Inbrandlocal memanfaatkan youtube untuk edukasi dan promosi Brand Lokal.

Berdasarkan data *Insight* yang diambil dari instagram @infobrandlocal.id review produk cukup efektif dalam melakukan promosi, karena di Video Review terdapat informasi informasi yang dibutuhkan oleh calon customer yang ingin membeli produk tersebut seperti informasi kualitas dari produk tersebut, detail detailnya hingga informasi terkait pembelian produk tersebut. Hal tersebut dibuktikan oleh data *insight* postingan Video review yang ada di Instagram

@infobrandlocal.id. Hasil insight dari instagram infobrandlocal dapat disimak pada gambar 1.3



Gambar 1. 3 Data Insight Instagram Infobrandlocal

Dari uraian diatas maka penulis mengusulkan pembuatan video review produk dengan menggunakan Teknik live shoot dan motion graphic. Maka dari itu penulis mengambil judul **“Penerapan teknik live shoot dan motion graphic sebagai video promosi brand lokal pada channel youtube infobrandlocal”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dirumuskan suatu masalah yaitu, **“Bagaimana merancang dan membuat video Review Produk di youtube infobrandlocal dengan Teknik Liveshoot dan Motion Graphics untuk media promosi brand lokal?”**.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Produk yang akan direview adalah produk yang bekerja sama dengan infobrandlocal
2. Video Review berdurasi ±10 Menit
3. Video Review akan ditayangkan di Channel Youtube Infobrandlocal
4. Dalam video review terdapat informasi detail produk yang direview, alamat toko, link pembelian, cara pembelian produk tersebut, serta kelebihan dan kekurangan produk yang direview.
5. Video Review Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic
6. Penelitian hanya sebatas pembuatan video Review Produk

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat dan merancang video review produk lokal kepada followers infobrandlocal dan khalayak umum, untuk memberi informasi produk lokal yang direview.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Infobrandlocal

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini bisa menambah kualitas konten video youtube infobrandlocal .

2. Bagi Universitas

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menambah pengetahuan dan informasi Mahasiswa Amikom khususnya jurusan Sistem Informasi tentang Video Promosi

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan akan dijabarkan penulis dibawah ini meliputi beberapa metode sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi Metode Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap produk yang akan direview secara langsung.

2. Metode Wawancara

Metode Wawancara dilakukan dengan pihak Brand yang bekerja sama dengan infobrandlocal untuk produk yang akan direview untuk mendapatkan data data yang dibutuhkan dalam penelitian

3. Metode Studi Pustaka

Suatu Metode yang dilakukan dengan membaca buku, jurnal dan mencari data yang diperlukan melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk melengkapi pembahasan yang akan dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah Analisis Swot. Kepanjangan dari analisis swot adalah SWOT merupakan singkatan dari Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman).

1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan video review ini menggunakan beberapa tahapan yaitu Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.

1.6.4 Metode Evaluasi

Untuk mengetahui apakah video review menambah minat masyarakat terhadap produk lokal adalah dengan cara membuat polling yang nantinya akan disebar disosial media infobrandlocal.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang dilakukan agar penyajian laporan terstruktur dan mudah untuk dimengerti.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, Batasan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II ini berisikan teori teori dan tinjauan Pustaka yang akan menjadi rujukan peneliti dalam membuat dan merancang penelitian berkaitan dengan Pembuatan video review produk.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada Bab III ini membahas tentang profil Infobrandlocal, analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV Implementasi dan pembahasan

Pada Bab IV menjelaskan tentang hasil dan pengujian video Review Produk dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

