

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia *fashion* terus berkembang dari tahun ke tahun. Seiring berkembangnya teknologi, sekarang masyarakat dapat memanfaatkan media internet untuk melihat atau membeli produk *fashion* yang diinginkan cukup melalui *smartphone*. Hal ini menyebabkan banyak *clothing brand* baru yang muncul di industri *fashion* dengan berbagai produk yang ditawarkan melalui media internet. Untuk bersaing dipersaingan industri *fashion* saat ini dan memenangkan persaingan pasar, para produsen pakaian berlomba-lomba membuat serangkaian promosi untuk setiap produk yang di jualnya melalui media cetak, elektronik, dan bahkan promosi berbentuk acara [1].

Menonton video secara online sudah menjadi kebiasaan pengguna internet Indonesia beberapa tahun terakhir ini. Berdasarkan survey APJII, sebanyak 69,64 persen pengguna internet Indonesia memanfaatkan internet untuk mengakses video online. Hal tersebut membuat para pemilik bisnis mulai menginvestasikan dana lebih banyak di iklan video online atau biasa juga disebut sebagai video promosi. Keuntungan menggunakan video promosi sebagai media branding, video promosi memiliki kelebihan tersendiri dibanding metode promosi lainnya. Seperti, video membantu konsumen memahami produk anda, penggunaan video promosi terus meningkat, video marketing meningkatkan *conversion*, pelanggan lebih suka membagikan video, dsb [2].

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis di *Clothing Brand Kainos Id* yang berlokasi jl.pelita V no 20 , Kampung pelita, Lubuk baja, Batam, Kepulauan Riau, 29443, *Clothing brand Kainos Id* ini merupakan usaha yang sudah berdiri selama 3 tahun yang dimiliki oleh Prima Zamzami dkk. Media promosi yang digunakan pada *Kainos Id* masih sangat minim ditambah dengan adanya pandemi virus corona akhir ini. Sebelumnya *Kainos id* masih menggunakan media promosi

berupa foto dan video produk yang diunggah melalui sosial media Instagram. Namun minimnya informasi yang disampaikan dan promosi yang terlalu monoton terjadi kurangnya minat beli konsumen dan kurang di kenal di kota Batam yang dapat menyebabkan dampak negatif kedepannya. Dan ditinjau dari data penjualan yang dimiliki *Kainos id* terjadi penurunan jumlah produk yang terjual dan respon masyarakat terhadap produk yang dipromosikan. Maka dari itu pemilik *Kainos Id* berencana untuk membuat video promosi dengan teknik *live shoot* untuk memperkenalkan produknya terbarunya.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis membuat skripsi dengan judul : “ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI *CLOTHING BRAND KAINOS ID* MENGGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOOT* DAN *EFFECT SUPER EIGHT*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah dari diadakannya penelitian ini adalah:

1. Bagaimana membuat video promosi dengan teknik *live shoot* dan efek *super eight* pada *clothing brand Kainos Id*?
2. Bagaimana hasil evaluasi video promosi dengan teknik *live shoot* dan efek *super eight* pada *clothing brand Kainos Id*?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media promosi ini hanya diperuntukan unntuk *Clothing Brand Kainos Id*.
2. Isi video merupakan gabungan beberapa objek yang diperoleh melalui observasi langsung.
3. Menggunakan teknik *live shoot* dan efek *super eight*.
4. Berdurasi 60 detik (durasi maksimal video di *Instagram*).
5. Software yang digunakan adalah *Adobe Premiere pro cc 2018*, *Adobe Photoshop cc 2018*, *Adobe After Effects cc 2018*.

6. Hasil dari video promosi ini beformat MP4, dengan resolusi 720p (*Full HD*).
7. Video akan ditayangkan di akun Instagram *Clothing Brand Kainos Id* dan diiklankan melalui *Instagram Ads*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membuat video promosi yang menarik pada objek *Clothing Brand Kainos Id* dengan mengimplementasikan dua elemen teknik video *live shoot* dan efek *super eight*.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Merancang dan membuat video promosi pada *clothing brand Kainos id* sebagai media promosi usaha dan pengenalan produk menggunakan teknik *live shoot* dan efek *super eight*
2. Mengetahui hasil evaluasi video promosi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan efek *super eight* pada *clothing brand Kainos Id*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi objek penelitian dan penulis sebagai berikut :

1. Bagi Kainos ID

Manfaat penelitian ini bagi *Clothing Brand Kainos Id* adalah sebagai media penyampaian informasi produk baru dengan cakupan yang lebih luas.

2. Bagi Masyarakat

Manfaat penelitian ini bagi masyarakat yaitu sebagai media untuk meningkatkan daya minat terhadap produk yang ditawarkan di *Clothing Brand Kainos Id*.

3. Bagi penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah salah satu wadah untuk mengkaji dan mempelajari pembuatan video live shoot, penulis lebih dapat memahami dan meningkatkan kemampuan dalam berkarya animasi dan pembuatan video *live shoot*.

