

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya arus perkembangan informasi dalam era modern ini menyebabkan teknologi berperan penting dalam perkembangan informasi pada kehidupan sehari-hari. Dalam penyampaian informasi tentu harus dengan cara yang efektif, jelas dan mudah dipahami. Salah satu media untuk menyampaikan informasi adalah berbentuk video. Terdapat banyak unsur dan teknik dalam video, salah satunya adalah live shoot dan motion graphic. Media penyampaian berbentuk video dapat dimanfaatkan sebagai media promosi produk. Iklan promosi yang berbentuk video dengan penyajian yang jelas dan menarik akan berdampak baik ke tanggapan konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.

Woodenway.id merupakan salah satu brand yang memproduksi jam tangan berbahan kayu. Beralamatkan di Gg.Dhandang Gulo, RT.06 RW.34 No.101, Dusun Sedan, Kel. Sariharjo, Kec. Ngaglik, Panggung Sari, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Brand ini berada dalam naungan Startup Jawara Digital Art Store atau yang biasa di singkat JDA Store.

Woodenway.id di pilih menjadi nama dari brand ini karena nama tersebut dirasa terdengar menarik dan mudah diingat oleh masyarakat. Woodenway.id mengutamakan kualitas dan kepuasan konsumen dari setiap produk yang dihasilkannya, dengan menggunakan bahan berkualitas dan memberikan pelayanan after sales menjadi cara untuk menjaga kualitas dan mempertahankan kepuasan konsumen.

Woodenway.id sendiri telah melakukan beberapa cara dalam usaha promosinya, seperti endorsement (proses promosi dengan cara memberi barang atau jasa secara gratis ke individu atau kelompok yang ternama melalui media sosial seperti Instagram atau facebook), dan Situs resmi (Official Website). Kegiatan promosi yang dilakukan tersebut belum efektif karena cakupan yang dihasilkan masih kecil/minim.

Hal tersebut juga berpengaruh kepada pemasaran produk Woodenway.id di kota Yogyakarta yang menjadi salah satu tempat pemasarannya, masyarakat di daerah tersebut banyak yang belum mengetahui apa itu Woodenway.id karena belum tersampainya informasi merek dan produk dengan jelas kepada masyarakat.

Berdasarkan data-data yang didapat, maka dipilih video iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media promosi yang tepat. Cara ini dipilih karena dapat menyampaikan informasi lebih efektif, informatif dan menarik. Maka dari itu diperlukan perancangan dan pembuatan video iklan dengan teknik live shoot dan motion graphic yang mana nantinya akan di publikasikan di media sosial dan media pengiklanan elektronik lainnya.

Dari masalah dan kemungkinan solusi yang diuraikan pada beberapa paragraf di atas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "**Perancangan dan Pembuatan iklan pada Woodenway.id.id Menggunakan Live shoot dan Motion graphic**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana merancang dan membuat sebuah iklan untuk Woodenway.id menggunakan teknik live shoot dan motion graphic ?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka dibuat batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Store Woodenway.id. Gg.Dhandang Gulo, RT.06 RW.34 No.101, Dusun Sedan, Kel. Sariharjo, Kec. Ngaglik, Panggung Sari, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta.
2. Video menggunakan teknik live shoot dan motion graphic.
3. Target penayangan hasil video hanya pada Sosial Media Instagram Woodenway.id
4. Target durasi iklan adalah 1 menit.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penulis dalam melakukan penelitian serta menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan sebagai media promosi untuk Woodenway.id.
2. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada Fakultas ilmu komputer, Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas Amikom Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa studi pada Universitas Amikom Yogyakarta serta sebagai bukti keikutsetaan dalam pengembangan teknologi.
2. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta , sebagai bahan referensi untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian di bidang yang sama.

3. Bagi obyek penelitian, sebagai media untuk mempermudah penyampaian informasi kepada masyarakat dan diharapkan dapat menarik minat konsumen kepada produk dari Woodenway.id.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mempermudah proses penelitian penulis membagi Metode Penelitian menjadi beberapa bagian dalam pengolahan data dan informasi yang digunakan untuk penyusunan skripsi ini antara lain :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode pengamatan secara langsung terhadap objek yang di teliti, untuk mengetahui gambaran secara jelas permasalahan objek yang diteliti. Disamping itu juga, penulis adalah salah satu karyawan di JDA Store divisi Advertising bagian Social Media & Creative.

b. Metode Wawancara

Metode pengambilan data dengan interview akan sangat membantu penulis untuk pengumpulan data. Dalam hal ini penulis akan melakukan wawancara dengan pihak penanggung jawab JDA Store terutama kepada Customer Service yang menangani Woodenway.id.

c. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan adalah metode yang digunakan untuk menyusun sebuah karya tulis ilmiah atau penelitian ilmiah dengan mengumpulkan bahan-bahan atau materi yang di perlukan dengan merujuk pada buku dan penelitian terdahulu.

1.6.2 Metode Perancangan

Pada tahapan pra produksi akan dilakukan perancangan ide cerita, synopsis, skenario dan story board.

1.6.3 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi persiapan alat, pengambilan data, pembuatan jadwal pengambilan video. Selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi review hasil editing, pemberian sound effect hingga tahap finishing berupa rendering dan distributing.

1.6.4 Metode Testing

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuisioner. Kuisioner digunakan untuk mengumpulkan data yang kemudian akan dianalisis untuk mengetahui tingkat efektivitas video sebelum dan sesudah di publikasikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini akan disusun secara sistematis dalam 5 (lima) bab yang masing-masing di uraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang landasan teori yang mendasari pembahasan secara detail berupa definisi-definisi yang berkaitan langsung dengan penelitian atau komponen lain yang digunakan dalam penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini menguraikan tentang analisis kelebihan dan kekurangan dalam perancangan video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang hasil dari perancangan video iklan dan pengimplementasian hasil video iklan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari proses perancangan video iklan dan saran untuk perbaikan video iklan pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi sumber atau referensi yang digunakan penulis untuk keperluan penelitian.