

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Media informasi sangat penting untuk sebuah produk agar supaya lebih dikenal masyarakat. Dalam penyampaian informasi tentu saja harus dengan cara yang efektif, jelas, dan mudah dipahami. Salah satu media penyampaian informasi adalah berbentuk video. Dalam video, terdapat banyak unsur dan teknik, salah satunya *live shoot* dan *motion graphic*, contohnya pada sebuah *scene* yang tidak bisa diambil melalui teknik *live shoot*. Media penyampaian informasi berbentuk video dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha sebagai media promosi produk. Iklan promosi dalam bentuk video dengan penyajian yang jelas dan menarik, akan berdampak baik pada tanggapan konsumen, dan dapat meningkatkan penjualan.

Dope13store merupakan toko yang menjual berbagai sepatu yang terletak di Yogyakarta tepatnya di taman kuliner Jl. Anggajaya III, Gejayan, Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283. Salah satu khas dari Dope13store adalah menjual produk lokal yaitu produk . Namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang Dope13store dan produknya. Dope13store belum memiliki video iklan yang digunakan sebagai media promosi karena tidak adanya tenaga IT yang bisa membuat iklan. Sampai saat ini untuk mempromosikan produk – produknya Dope13store menggunakan media sosial, dan online shop, namun isi informasi yang disampaikan masih bersifat teks dan gambar. Kekurangan dalam penyampaian informasi yang saat ini belum dapat tersampaikan salah satunya keunggulan sepatu. Maka dari itu sebaiknya Dope13store membuat sebuah iklan yang dapat menjelaskan kekurangan diatas. Menurut penulis salah satu media promosi yang tepat bagi Dope13store untuk permasalahan diatas adalah menggunakan media video.

Penggunaan teknik dalam pembuatan video iklan juga harus tepat. Teknik yang digunakan dalam video disesuaikan dengan tema dan konsep iklan agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas kepada konsumen. Penulis

mengusulkan adanya penggunaan *motion graphic* dan *live shoot*. Penggunaan *motion graphic* dapat digunakan untuk mengilustrasikan bahan yang terdapat pada produk sepatu, keunggulan sepatu yang menggunakan bahan ringan dan lentur. Teknik *live shoot* digunakan untuk pengambilan toko dan produk.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Perancangan Video Iklan Dope13store Sebagai Media promosi dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*". Dengan penerapan *live shoot* dan *motion graphic*, video iklan ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dan dapat menyampaikan informasi mengenai toko Dope13store dan produknya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu " bagaimana merancang video iklan Dode13store sebagai media promosi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* ?"

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup yang lebih kecil agar penulis dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Video ini menggunakan teknik penggabungan *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Lokasi penelitian pada Dope13store.
3. Pembuatan iklan meliputi tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.
4. Target penayangan hasil video hanya pada media sosial Instagram.
5. Target durasi iklan adalah 1 menit.

6. Penguji dilakukan pada tampilan video dan informasi yang disampaikan.
7. Iklan ini diuji oleh pemilik Dope13store, mahasiswa Universitas Amikom yang mengambil konsentrasi multimedia, dan masyarakat dengan menggunakan kuisioner.
8. Tahapan penelitian berakhir ketika video diserahkan kepada Dope13store.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

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

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada Fakultas ilmu komputer, Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Penulis
Mahasiswa dapat mengaplikasikan teori dan ilmu yang telah dipelajari di bangku perkuliahan dengan lingkungan praktik yang sebenarnya.
2. Toko
Lebih dikenal banyak masyarakat.
3. Masyarakat

Menjadi lebih mudah menerima informasi dan lebih mengenal tentang toko.

4. Universitas

Naskah dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan dapat dikembangkan lagi di masa yang akan datang.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa metode dalam pengumpulan informasi. Adapun langkah-langkah dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1.6.2 Metode pengamatan langsung (observasi)

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti.

1.6.3 Metode Wawancara

Metode wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan mengadakan suatu Tanya jawab secara langsung dengan Sdr. Galih Prakoso selaku pemilik toko Doppel3store untuk mendapat informasi maupun data yang diperlukan.

1.6.4 Metode Keputusan

Metode ini sebagai dasar dari penyusunan skripsi, dipergunakan buku kepustakaan yang meliputi literatur, catatan kuliah, serta sumber referensi lain yang mendukung penulisan skripsi ini.

1.6.5 Metode Analisis

Analisis SWOT adalah salah satu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi suatu masalah, proyek, atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*.

1.6.6 Metode produksi

1.6.6.1 Pra-produksi

Pada tahap pra produksi meliputi pengumpulan data, ide dan konsep iklan, naskah iklan, dan storyboard.

1.6.6.2 Produksi

Tahap produksi meliputi pengambilan gambar, sound, pembuatan desain motion graphic, dan proses editing.

1.6.6.3 Pasca produksi

Tahap pasca produksi meliputi rendering, publikasi, dan pengujian.

1.6.7 Metode Evaluasi

Peneliti melakukan pengujian terhadap video iklan yang telah selesai dibuat menggunakan kuisioner dengan skala Likert kepada penonton. Sehingga dapat diketahui kelayakan video iklan yang dibuat.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi penelitian dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, perancangan, dan pembuatan system.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Menguraikan gambaran objek penelitian, analisis semua permasalahan, perancangan system baik secara umum maupun spesifik.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan dari hasil-hasil tahapan penelitian, mulai dari analisis, desain, hasil testing dan implementasinya.

BAB V PENUTUP

Menguraikan kesimpulan dari penelitian dan saran-saran sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

