

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periklanan merupakan salah satu tahap dalam pemasaran. Produk barang atau jasa, baik penamaanya, pengemasannya, penetapan harga, dan distribusinya tercermin dalam kegiatan periklanan. Tanpa periklanan, berbagai produk tidak akan mengalir secara lancar ke para distributor atau penjual, apalagi ke tangan konsumen. Dengan memadukan berbagai unsur yaitu, gambar, suara, teks dan animasi sehingga dengan media iklan dalam bentuk video ini diharapkan lebih efektif dalam menyampaikan informasi kepada konsumen [1].

Dalam periklanan banyak ditemukan iklan yang bertujuan untuk mengenalkan suatu usaha atau bisnis agar dikenal oleh masyarakat luas. Dian Grafika adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang sablon, baik itu sablon kaos maupun sablon plastik. Dari awal berdiri sampai saat ini Dian Grafika hanya menggunakan media Instagram untuk promosi dan mengenalkan usaha mereka. Media Instagram yang saat ini digunakan belum cukup efektif untuk menarik konsumen. Hal ini dapat dilihat dari akun Instagram suratdiyanto yang masih memiliki sedikit pengikut sebanyak 91 orang. Selain itu pemilik jarang menambahkan postingan di akun Instagram tersebut. Kebanyakan pelanggan atau konsumen mengetahui informasi Dian Grafika hanya dari mulut ke mulut itupun yang membuat informasi tersebut hanya diketahui oleh masyarakat sekitar dan kurang menjangkau untuk lingkup yang lebih luas.

Dian Grafika juga menggunakan layanan *facebook* dan yang ditampilkan dalam iklan berupa gambar dan teks saja. Dalam hal ini Suratdiyanto selaku pemilik usaha menginginkan promosi dalam bentuk video. Dengan media iklan yang didalamnya dapat menampilkan varian sablon yang diproduksi, pelayanan jenis sablon, alamat toko dan nomor telepon dan cara menyablon kaos. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan produk yang dimiliki oleh Dian Grafika kepada konsumen. Untuk penyajian informasi, video dapat menampilkan apa yang tidak dapat dilakukan oleh gambar dan teks. Pembuatan konten video yang akan diupload di

akun Instagram Dian Grafika menjadikannya video promosi. Selanjutnya dengan konten video promosi ini dapat di bagikan lewat media sosial, seperti Instagram, WhatsApp, dan lainnya. Sehingga masyarakat dapat menerima informasi tentang Dian Grafika secara lengkap.

Dalam pembuatan konten video ini penulis menggunakan teknik *motion tracking* sebagai media informasi. Teknik *motion tracking* adalah teknik pemberian atau manipulasi gambar dengan menelusuri wilayah dengan objek yang bergerak yang sebelumnya sudah diberi titik point.[2] Kelebihan video dibandingkan dengan materi posting lainnya adalah dapat menampilkan teks, gambar, suara, video secara bersamaan.

Dari pokok permasalahan yang ada, penulis menyusun skripsi menggunakan teknik *motion tracking* untuk pembuatan konten video promosi sebagai media informasi Dian Grafika. Dengan mengangkat judul "PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA DIAN GRAFIKA DENGAN TEKNIK MOTION TRACKING" diharapkan dapat menjadi ajang promosi dan publikasi usaha Dian Grafika agar lebih dikenal masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah "Bagaimana membuat konten video iklan pada Dian Grafika dengan Teknik Motion Tracking?"

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan sebagai media promosi pada Dian Grafika batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Dian Grafika.
2. Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *motion tracking*
3. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Magix Vegas Pro 18 dan Photoshop.
4. Durasi video iklan ini adalah 60 detik.

5. Hasil akhir berupa video dengan format MP4 dengan resolusi 1280 x 720 pixel diserahkan kepada Dian Grafika.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis membuat skripsi video iklan ini adalah:

1. Memberikan informasi tentang Dian Grafika dengan metode yang menarik.
2. Mempromosikan Dian Grafika kepada masyarakat luas.
3. Mengimplementasikan teknik *Motion Tracking* pada video iklan promosi Dian Grafika.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini yaitu:

1.5.1 Bagi Peneliti

1. Menjadi inspirasi peneliti untuk pengembangan selanjutnya menggunakan teknik serupa agar lebih baik.
2. Memahami penerapan teknik *Motion Tracking* untuk hasil yang lebih optimal.
3. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat video promosi.

1.5.2 Bagi Dian Grafika

1. Sebagai media promosi yang menarik
2. Mengenalkan usaha Dian Grafika kepada masyarakat luas.
3. Meningkatkan jumlah konsumen Dian Grafika.

1.6 Metode Penelitian

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan suatu jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara

ilmiah dan termasuk keabsahanya (Rosdy Ruslan, 2003:24). Dalam pengumpulan data dan informasi untuk masalah yang ada, penulis menggunakan beberapa metode antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam proses pembuatan video iklan ini adalah:

1.6.1.1 Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara orang yang mengadakan observasi turut ambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang diobservasi. Metode observasi ini digunakan penulis untuk memperoleh data dengan mengamati secara langsung mengenai kegiatan pada Dian Grafika yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan video media iklan tersebut data-data yang diperoleh penulis melalui observasi adalah dokumen, gambar, serta video.

1.6.1.2 Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung yang mendukung permasalahan kepada pihak yang terkait. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan Suratdiyanto selaku pemilik usaha Dian Grafika.

1.6.1.3 Studi Kepustakaan

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengkajian sumber referensi tertulis berupa buku-buku yang relevan dan beberapa contoh iklan di internet.

Mengumpulkan bahan atau materi penelitian berupa:

- a. Buku referensi mengenai dasar-dasar pembuatan iklan *Motion Tracking*.
- b. Data-data sebagai bahan kajian maupun referensi berupa informasi tertulis maupun beberapa contoh iklan yang ada di internet.

1.6.1.4 Metode Analisis

Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenalkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar).

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian dari sistem periklanan, teori-teori dasar pembuatan video, teori multimedia dan software yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi ini.

BAB III TINJAUAN UMUM

Bab ini berisi tentang sejarah singkat, visi dan misi, serta data data lain yang diperoleh dari Dian Grafika.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan, yaitu analisis masalah, analisis kebutuhan sistem analisis kelayakan video, dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi serta penerapan video promosi yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang ada pada pembuatan skripsi