

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan dibutuhkan dalam penjualan dengan tujuan untuk mengenalkan dan memasarkan produk. Di zaman yang modern ini periklanan banyak sekali dibuat pada media *online*. Media *online* memiliki pengaruh yang baik untuk mengiklankan suatu produk. Tanpa periklanan produk sulit dikenal oleh masyarakat yang tentunya akan menghambat proses penjualannya. Dengan memadukan gambar, suara dan teks menjadi suatu video iklan diharapkan lebih efektif dalam penyampaian informasi kepada masyarakat [1].

Dalam periklanan banyak ditemukan iklan yang bertujuan untuk mengenalkan suatu usaha atau bisnis agar dikenal oleh masyarakat luas. Alonsphere adalah sebuah brand atau usaha yang menjual kaos dengan desain yang unik dan menarik. Dari awal berdiri sampai saat ini Alonsphere hanya menggunakan media *Facebook* untuk promosi dan mengenalkan usaha mereka dan dirasa masih belum cukup, dikarenakan hanya memiliki 128 pengikut. Kebanyakan pelanggan atau konsumen mengetahui informasi Alonsphere hanya dari mulut ke mulut itupun yang membuat informasi tersebut hanya diketahui oleh masyarakat sekitar dan kurang menjangkau untuk lingkup yang lebih luas.

Dalam hal ini, Dzaki selaku pemilik usaha menginginkan promosi dalam bentuk video. Dengan media iklan yang didalamnya dapat menampilkan varian kaos yang dijual, jenis sablon, desain dan nomor telepon, supaya konsumen dapat

melihat dan mengetahui apa saja yang ada di Alonsphere. Untuk penyajian informasi, video dapat menampilkan apa yang tidak dapat dilakukan oleh gambar dan teks. Sehingga dengan video iklan yang nantinya dapat diupload di dalam media sosial, seperti youtube, whatsapp, instagram dan lainnya sebagai ajang promosi yang menyajikan informasi secara lengkap.

Dalam pembuatan video iklan ini penulis menggunakan teknik *motion tracking* sebagai media informasi untuk masyarakat luas. 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 video iklan sebagai media informasi Alonsphere. Dengan mengangkat judul "Pembuatan Video Iklan Alonsphere dengan Teknik Motion Tracking" diharapkan dapat menjadi ajang promosi dan publikasi usaha Alonsphere agar lebih dikenal masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

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

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan pada Alonsphere batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Alonsphere.
2. Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *motion tracking*.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Vegas Pro 19 dan Photoshop.
4. Hasil akhir berupa video diserahkan kepada Alonsphere.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis membuat skripsi video iklan ini adalah:

1. Mengkenalkan produk Alonsphere ke pasaran yang lebih luas melalui media video iklan yang akan di posting di media sosial
2. Meningkatkan promosi Alonsphere dalam penjualan online.
3. Mengimplementasikan teknik *Motion Tracking* pada video iklan Alonsphere.

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 iklan.

1.5.2 Bagi Brand Alonsphere

1. Sebagai media iklan yang menarik

2. Mengenalkan usaha brand Alonsphere kepada masyarakat luas.
3. Meningkatkan jumlah konsumen Alonsphere.

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 keabsahannya (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

Dalam suatu metode observasi penulis melakukan pengamatan secara langsung mengenai kegiatan pada Alonsphere dengan tujuan memperoleh data dokumen, gambar, serta video yang akan digunakan sebagai bahan pembuatan video iklan, yang diamati dalam metode observasi yaitu proses produksi yang dijalankan pada lokasi.

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 Dzaki

selaku pemilik usaha Alonsphere untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

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.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi skripsi 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 iklan.

BAB III TINJAUAN UMUM

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

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 iklan yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

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

