

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, di mana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang umum dilakukan tenaga pemasar untuk memberikan informasi suatu produk dan mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk tersebut. [1] Banyak perusahaan yang melakukan promosi dengan harapan dapat mengenalkan jasa/produknya pada jangkauan yang lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan, salah satunya adalah usaha konveksi.

Latif Aditya Konveksi atau sering disebut LA Konveksi Merupakan salah satu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang bergerak dibidang industri pakaian yang berada di Patuk Gunungkidul Yogyakarta. LA Konveksi menyediakan dan memproduksi pakaian seperti seragam sekolah, seragam komunitas, seragam kantor dan lain-lain. Produk yang dibuat LA Konveksi mengedepankan harga dan kualitas dengan didukung SDM (Sumber Daya Manusia) yang ahli dibidangnya. Selain mengedepankan harga dan kualitas LA Konveksi memberi garansi dari produk yang mereka produksi untuk memberikan rasa aman dan terpercaya pada pelanggannya. Semua proses produksi mulai dari pemotongan bahan, sablon, jahit, finishing dan packing berada di satu lokasi untuk mengontrol kualitas produksi.

Strategi promosi yang dilakukan LA Konveksi pada awalnya dengan cara mendatangi instansi-instansi seperti sekolah, kantor-kantor dan lain-lain, seiring berjalannya waktu LA Konveksi sudah lebih dikenal melalui cerita dari mulut ke mulut. LA Konveksi juga memiliki akun Instagram untuk menunjang promosi berupa postingan foto-foto dan video pendek mengenai barang yang sudah jadi dan beberapa proses pembuatan menjadi barang jadi. Strategi yang sudah berjalan perlu dikembangkan lagi karena kurangnya informasi untuk kalangan masyarakat dan jangkauan promosi yang belum terlalu luas.

Dari permasalahan yang dialami LA Konveksi maka dibutuhkan pengembangan strategi promosi yang dapat memberikan informasi lengkap mengenai keunggulan-keunggulan LA Konveksi. Salah satu cara untuk mengembangkan promosi adalah dengan pembuatan video dengan teknik live shoot dan motion graphic, metode ini cocok untuk LA Konveksi karena selain biaya pembuatannya terjangkau video dapat memaparkan proses-proses pembuatan produk yang ada di LA Konveksi dan dengan tambahan motion graphic agar video terlihat lebih menarik. Karena dewasa ini orang-orang lebih tertarik menonton video daripada membaca. Berdasarkan hasil penelitian Program for International Student Assessment (PISA) dari Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD) tahun 2019, Indonesia berada di ranking 62 dari 70 negara dalam hal minat baca. Di sisi lain, 91,58% masyarakat Indonesia berumur 10 tahun keatas diklaim lebih suka menonton televisi/film. Hal ini selaras dengan data dari UNESCO yang membeberkan bahwa rasio gemar membaca masyarakat Indonesia hanya 0,001%. Artinya dari 1.000 orang Indonesia hanya 1 orang yang gemar

membaca. Dari hasil survei tersebut, penulis akan membuat promosi dalam bentuk video.

Dari permasalahan di atas, penulis akan merancang dan membuat video profil yang terstruktur dan memuat informasi tentang keunggulan-keunggulan LA Konveksi berupa kualitas, bahan dan proses pengerjaan dengan metode live shoot dan motion graphic.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan, maka rumusan masalah yang muncul sebagai berikut : “bagaimana mengimplementasikan teknik live shoot dan motion graphic pada pembuatan video LA Konveksi?”

### 1.3 Batasan Masalah

Agar penulis lebih fokus pada permasalahan yang ada, maka penulis membuat beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di LA Konveksi
2. Durasi video kurang lebih 2 menit
3. Kualitas video yang dihasilkan adalah HDTV 1080p 24 High Quality Video, 1920 x 1080 pixel 30 fps dengan *type* data (mp4). Video pada intstagram terlihat paling baik dengan dimensi lebar 1920px kali tinggi 1080px.
4. Teknik yang akan digunakan dalam pembuatan video ini adalah teknik live shoot dan motio graphic
5. software editing yang digunakan adalah Adobe Premiere CC 2020 dan Adobe After Effect 2018

6. Video profil LA Konveksi akan ditayangkan di Instagram LA Konveksi
7. Video profil ini akan dievaluasi oleh pemilik LA Konveksi dan pihak yang paham terkait teknik live shoot dan motion graphic yang digunakan

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah menerapkan teknik live shoot dan motion graphic dalam pembuatan video profil sebagai media iklan di LA Konveksi untuk memberi informasi kepada masyarakat dan meningkatkan jumlah pembeli.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini untuk menerapkan ilmu yang telah didapat penulis selama kuliah dan sebagai tugas skripsi untuk syarat kelulusan.

2. Bagi LA Konveksi

Hasil video ini dapat dijadikan media iklan yang terstruktur bagi LA Konveksi, sehingga LA Konveksi dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

3. Bagi masyarakat

Hasil video ini dapat memberikan informasi pada masyarakat tentang keunggulan-keunggulan jasa dan produk LA Konveksi.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

## **1.6.1 Metode Pengumpulan data**

### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Observasi dilakukan di LA Konveksi untuk melihat dan mengamati secara langsung lokasi, proses pembuatan menjadi barang siap jadi dan produk-produk yang akan dijadikan objek live shoot. Penulis juga melakukan observasi terhadap iklan dan media sosial yang digunakan oleh LA Konveksi sebelumnya. Dengan metode ini penulis dapat mengambil keputusan dan merancang pembuatan video sesuai rencana dan kebutuhan.

### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Untuk memperoleh informasi dan keterangan mengenai LA Konveksi, penulis melakukan wawancara secara langsung kepada pemilik LA Konveksi.

## **1.6.2 Metode Analisis**

Setelah proses pengumpulan data, data yang didapat lalu diolah dan dianalisa. Dalam penelitian pembuatan video profile LA Konveksi penulis menggunakan metode analisis SWOT. Analisa SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (ancaman). Metode analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi dan memecahkan masalah yang ada pada objek yang diteliti.

## **1.6.3 Metode Perancangan**

Perancangan dan pembuatan video ini memiliki 3 tahap sebagai berikut:

1. Pra produksi

Tahap persiapan, memproses materi outline dari klien yang berisi shooting objective, durasi, target audience, tempat, budget dan lain lain.

## 2. Produksi

Tahap pelaksanaan shooting. Mengambil video sesuai dengan storyboard yang telah dibuat sebelumnya.

## 3. Pasca produksi

Tahap editing, mulai dari memperhalus gambar, melakukan pewarnaan atau color grading, menambahkan motion graphic dll. Rencananya video profil LA Konveksi akan ditayangkan di media sosial dengan durasi kurang lebih 1 menit.

### 1.6.4 Metode Evaluasi

Metode evaluasi merupakan proses yang dilakukan untuk membandingkan antara hasil implementasi dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat apakah sesuai atau belum. Metode evaluasi ini dilakukan oleh owner LA Konveksi dan SDM yang ahli di bidang live shoot dan motion graphic. Evaluasi dilaksanakan menggunakan metode alpha test dan beta test untuk memahami kekurangan yang ada pada produk yang telah diciptakan sebagai acuan dalam melaksanakan penilaian serta pembenahan pada produk yang dibuat.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang akan dibahas sebagai berikut :

**Bab I Pendahuluan**, berisi tentang uraian mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, maksud dan Tujuan Penelitian, Manfaat Pemenelitian, Metode penelitian, dan Sistematika Penulisan.

**Bab II Landasan Teori**, Bab II memuat tentang teori-teori dan hasil penelitian, dimana teori dan hasil penelitian ini digunakan sebagai kerangka teori penelitian untuk menyelesaikan penelitian.

**Bab III Metode Peneltitan**, berisikan tentang alat dan bahan yang digunakan penelitian dalaman membuat video.

**Bab IV Hasil dan Pembahasan**, Bab IV berisikan tentang proses pembuatan video mulai dari pra produksi hingga video siap untuk di posting.

**Bab V Penutup**, berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penulis.

**Daftar Pustaka**

**Lampiran**