

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan barbershop saat ini sangatlah pesat. Dalam hal persaingan tentunya kualitas pelayanan dan pemasaran produk menentukan jumlah pelanggan. Para pengelola barbershop hanya mempromosikan sebatas dari mulut ke mulut dan menggunakan media sosial sebagai media promosi.

Iklan adalah salah satu aktifitas pemasaran suatu perusahaan. Merancang program iklan merupakan bagian dari perencanaan pemasaran yang memuat informasi relevan untuk dijadikan bahan periklanan dan promosi dari suatu produk. Iklan juga merupakan memberitahukan suatu hal, barang, atau jasa melalui media massa.

Media yang digunakan untuk iklan, antara lain televisi, radio, koran, majalah, internet dan sebagainya. Pada kali ini penulis lebih memilih media internet karena saat ini internet menjadi media yang banyak digunakan menurut survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sepanjang 2016. Sebanyak 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet.

*Motion graphic* merupakan salah satu media atau salah satu sub dari ilmu desain grafis, yang banyak digunakan dalam periklanan, film berupa *tittle squance*, *opening* atau promo program TV, ataupun stasiun TV dan ada juga digunakan untuk *video clip music*, atau profil perusahaan maupun sekolah. *Motion graphic* menampilkan animasi berupa gambar, tulisan dan grafik. Penulis memilih teknik *motion graphic* untuk logo animasi dan menambah nilai estetik pada video

*Motion Tracking* digunakan untuk mengambil koordinat titik posisi dalam sebuah adegan gerak sehingga ketika dimasukkan objek atau karakter maya dapat menyatu dengan sempurna. Teknik pengambilan tracking digunakan untuk menyamakan pergerakan kamera waktu shooting dengan kamera virtual 3D, sehingga dimungkinkan penggabungan antara 3D object dengan dengan hasil shooting menjadi sebuah sajian komposisi video yang dinamis. Penulis memilih teknik *motion tracking* untuk memperjelas penyampaian informasi pada video iklan.

Barber Movement & Nineroom Industries adalah salah satu barbershop generasi muda Yogyakarta yang sebenarnya sudah dipasarkan, namun disini peneliti melihat kurangnya dukungan dalam segi promosi untuk pemasarannya. Penulis memilih Barber Movement & Nineroom Industries sebagai objek karena memberikan jasa potong rambut *premium*, menjual berbagai produk *grooming* dan *clothing* pria, juga jasa cuci sepatu. Selain memiliki tempat yang menarik, letak yang strategis berada didekat Keraton Yogyakarta membuat penulis memilih untuk mengiklankan Barber Movement & Nineroom Industries daripada barbershop yang lain. Penulis melihat adanya potensi pada barbershop ini untuk membuka cabang karena keterbatasan *capster* dalam melayani jumlah pelanggan setiap hari.

Dari permasalahan diatas penulis melihat peluang untuk menciptakan suatu media promosi pada Barber Movement & Nineroom Industries melalui sebuah video dengan menerapkan *Motion Tracking* dan *Motion Graphic* yang nantinya video promosi tersebut akan dipublikasikan di channel youtube dan instagram.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “*Bagaimana merancang dan membuat iklan Barber Movement & Nineroom Industries sebagai media promosi, menggunakan video motion tracking dan teknik motion graphic?*”.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembatasan, sebagai berikut :

1. Durasi video iklan 45 detik.
2. Video iklan ini merupakan *liveshoot* dengan penambahan teknik *motion tracking* dan *motion graphic*.
3. Video iklan ini hanya sampai uji coba kepada pihak Barber Movement & Nineroom Industries.
4. Dikemas dengan format file video .Mp4 dengan kualitas HD 1280 x 720p.

## 1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Membuat dan merancang video iklan Barber Movement & Nineroom Industries sebagai media promosi.
2. Membantu pemilik Barbershop mampu bersaing dengan Barbershop yang lain dalam segi pemasaran.
3. Agar Barber Movement & Nineroom Industries diketahui oleh seluruh masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1. Dengan adanya video iklan ini, diharapkan meningkatkan minat masyarakat khususnya daerah Yogyakarta untuk menggunakan jasa barbershop ini.
2. Mempunyai suatu media promosi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan jasa barbershop.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

### **1.6.2 Metode Observasi**

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke Barber Movement & Nineroom Industries oleh penulis untuk mendapatkan data secara spesifik.

### **1.6.3 Metode Wawancara**

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan – pertanyaan yang di tujukan secara langsung kepada pemilik Barber Movement & Nineroom Industries.

### **1.6.4 Metode Studi Pustaka**

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan

referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka.

#### **1.6.5 Metode Pengembangan**

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pascaproduksi yang meliputi *compositing* dan *rendering*.

#### **1.6.6 Metode Perancangan**

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan naskah, storyboard dan biaya produksi yaitu tahap praproduksi yang nantinya dapat memperlancar proses pembuatan iklan.

#### **1.6.7 Metode Testing**

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian yang akan ditayangkan di *channel Youtube* dan media sosial *Instagram*.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan tugas akhir, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada BAB III ini adalah gambaran dari Barber Movement & Nineroom Industries. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini dalam penulisan tugas akhir berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil dari pembuatan iklan Barber Movement & Nineroom Industries.

## **DAFTAR PUSTAKA**