

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seorang produsen tentu selalu menginginkan barang dan jasanya dapat diterima masyarakat secara luas. Agar barang dan jasa yang ditawarkan sampai ke konsumen maka diperlukan informasi yang jelas melalui teknologi multimedia yaitu media promosi. Media promosi yang ditayangkan melalui media social merupakan bentuk media promosi yang digunakan produsen untuk mengkomunikasikan informasi dengan menjangkau penonton dalam jumlah besar. Oleh karena itu media promosi melalui media social dapat berpengaruh dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan atau instansi.

BarBerHood merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa potong rambut yang didirikan tanggal 7 Mei 2016. BarBerHood berlokasi di Jalan Nusah Indah No 2, Condong Catur, Depok, Sleman Yogyakarta. BarBerHood merupakan sebuah usaha jasa potong rambut yang modern yang mengikuti trend gaya rambut masa kini. Selain itu, BarBerHood juga menyediakan produk berupa pomade dan menawarkan pelayanan Head Massage, Back Massage, Hot Towel dan Relaxing. Dalam seharinya orang yang menggunakan jasa BarBerhood bisa mencapai 4 sampai 10 orang, melihat ketertarikan konsumen terhadap jasa dan produk yang ditawarkan BarBerhood tersebut, akan menjadi peluang besar bagi usaha BarBerHood dalam menarik minat konsumen.

Barberhood sudah membuat spanduk sebagai salah satu media promosi yang digunakan dalam kegiatan promosi namun, menurut BarBerhood media promosi yang selama ini digunakan masih belum dapat mencerminkan citra perusahaan karena menurut mereka media promosi melalui sepandu belum dapat menyampaikan informasi secara jelas terhadap konsomen. BarBerHood menginginkan media promosi lain untuk melakukan kegiatan promosi. Selain itu BarBerHood ingin membuat media promosi yang dapat mencerminkan citra perusahaan. Ini dilakukan untuk dapat membedakan dari kompetitor dan tentunya agar dapat bersaing di pasaran.

Berdasarkan hal tersebut maka, media promosi ini dibuat untuk menunjukkan keunggulan dari usaha BarBerHood menggunakan live shoot dan menambahkan efek animasi motion graphic untuk memunculkan efek yang ditambahkan di dalamnya. Oleh sebab itu, diharapkan dengan system ini, masalah penyampaian informasi dan fasilitas yang ditawarkan BarBerHood menjadi lebih mudah di mengerti oleh konsumen. Penulis berharap setelah adanya media promosi ini dapat meningkatkan minat konsumen dan citra positif bagi usaha BarBerHood.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dapat ditarik sebuah rumusan masalah yaitu, Bagaimana cara membuat Media promosi BarBerHood Jogja dengan Menggunakan Live Shoot dan Motion Graphic ?

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan agar batasan masalah tidak meluas dan menyimpang dari pokok bahasan maka dirumuskan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di BarBerHood
2. Media promosi berdurasi 60 detik
3. Media promosi ditayangkan di social media Instagram dan Youtube
4. Media promosi dibuat menggunakan Live Shoot dan Motion Graphic
5. Kualitas video promosi yang dihasilkan adalah 1280 x 720 dengan ratio 16:9 Video Size dengan type data (.mp4)
6. Perangkat pembuatan yang digunakan :
  - a. Kamera 700d
  - b. Slider
  - c. Tripod
  - f. Lensa Canon EF 50mm f/1.8
  - g. Lensa Canon EF-S 18-55mm
  - h. Media Penyimpanan (SD Card)
7. Perangkat lunak yang digunakan :
  - a. Adobe After Effect
  - b. Adobe Illustrator
  - c. Adobe Audition
  - d. Adobe Photoshop

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat kelulusan pada tingkat sarjana jurusan Teknik Informatika

### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Membuat Media promosi BarBerHood Jogja dengan Menggunakan Live Shoot dan Motion Graphic

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

Membantu mempromosikan BarBerhood kepada konsumen.

### **1.6 Metode Penelitian**

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

#### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Metode Observasi**

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap bentuk video promosi barbershop yang sudah ada

##### **2. Metode Wawancara**

Wawancara dilakukan dengan pihak BarBerHood untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian

### **1.6.2 Metode Analisa**

Metode yang digunakan oleh penulis berdasarkan hasil wawancara dan Observasi menggunakan metode analisa SWOT dalam penelitian ini.

### **1.6.3 Metode Perancangan**

Melakukan langkah-langkah Pra Produksi yang meliputi ide/konsep pembuatan naskah dan storyboard, serta menganalisa teknik pra produksi, produksi, pasca produksi yang akan diterapkan.

### **1.6.4 Metode Pengembangan**

Melakukan langkah-langkah pada tahap Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi yang berupa menentukan ide membuat naskah, storyboard. Setelah itu, masuk tahap pasca produksi yang berupa editing, animating, compositing, rendering, dan testing.

### **1.6.5 Metode Testing**

Metode testing yang akan dilakukan adalah dengan cara menguji media promosi apabila ada kesalahan, media promosi akan dibetulkan, dan jika sudah berjalan dengan baik, proses akan masuk ke tahap selanjutnya, yaitu Implementasi

### **1.6.6 Metode Implementasi**

Penulis melakukan implementasi dengan mengupload hasil video ke social media Instagram dan Youtube.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman terhadap skripsi ini, maka pembahasan dibagi dalam beberapa bab sesuai dengan masing-masing pokok permasalahan, yaitu :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan di uraikan dan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini akan memberikan uraikan mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan penelitian dengan tema yang sama sebagai refrensi penulis dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang di ambil penulis. Teori-teori ini diambil dari literature-literature, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

## **BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN**

Dalam bab ini menguraikan mengenai tinjauan umum dari objek, rincian biaya pembuatan media promosi dan perancangan media promosi.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menguraikan tahap produksi, tahap pasca produksi, dan pembahasan mengenai media promosi yang dibuat.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan penelitian ini.