

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Harfu Barbershop merupakan suatu badan usaha yang bergerak di bidang jasa potong rambut pria yang beralamatkan di Sono, Wedomartani, Ngemplak, Sleman, Yogyakarta berdiri sejak 2018 hingga sekarang. Harfu Barbershop beroperasi setiap hari, dimulai dari jam 10.00-21.00 WIB. Usaha ini mengutamakan kenyamanan konsumen serta didukung dengan kapster-kapster yang handal dan tempat yang bersih.

Setelah penulis melakukan observasi pada objek penelitian ini, selama ini pihaknya sudah memanfaatkan teknologi multimedia dalam mempromosikan usahanya. Media promosi yang biasa digunakan ialah melalui pamflet, poster, foto di instagram dan facebook. Namun media promosi tersebut masih belum cukup untuk menarik perhatian masyarakat luas khususnya pria untuk menggunakan jasanya. Hal ini dibuktikan dengan orang-orang yang menjangkau instagram dan facebook Harfu Barbershop masih sedikit. Saat ini Harfu Barbershop belum mempunyai video promosi yang secara keseluruhan mendeskripsikan tentang barbershop mereka. Pihak Harfu Barbershop ingin meningkatkan metode promosinya melalui video dengan menggunakan teknik *live shoot* yang digabungkan dengan *motion graphic*. Akan tetapi dengan keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, sehingga video promosi yang dimaksud belum terealisasikan.

Video termasuk salah satu media komunikasi modern, untuk penyampaian pesan dengan jelas, dimana video menampilkan bentuk suatu objek dengan nyata, adanya penggabungan gambar bergerak dan suara, sehingga penonton dapat mengetahui lebih jelas informasi yang disampaikan. Menurut Kustandi video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan dan mempengaruhi sikap. *Live shoot* dapat diartikan sebagai teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil *shooting*. *Live shoot* adalah serangkaian rekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang menciptakan suatu adegan yang dramatis, yang dipadu dengan kejadian dramatis lainnya dan disusun pada suatu proses editing. [1] *Motion graphic* merupakan sumber dari berbagai solusi yang telah digunakan oleh para profesional desain grafis untuk menciptakan media promosi dan desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi, dan internet yang menggabungkan bakat seperti desain, pembuatan film, penulisan, animasi, dan informasi. [2]

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan, untuk meningkatkan metode promosi maka perlu dibuatkan sebuah video promosi dengan konsep memperlihatkan visual Harfu Barbershop dengan *point of view* berbeda dari hanya sekedar pamflet, poster, dan foto sebelumnya. Dan untuk mendapatkan *point of view* yang sesuai dengan kriteria tersebut maka penulis memilih membuat video promosi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Dengan teknik

live shoot dapat memvisualkan kondisi fisik Harfu Babershop, jasa yang ditawarkan dan di gabungkan dengan teknik *motion graphic* yang akan digunakan untuk memvisualkan logo, memberikan informasi tentang harga, serta memvisualkan lokasi Harfu Barbershop.

Dari permasalahan tersebut, maka penulis akan mengangkat sebuah judul “Perancangan Dan Pembuatan Video Promosi Pada Harfu Barbershop Menggunakan Teknik *Live Shoot* Dan *Motton Graphic*”. Dengan demikian, di harapkan penelitian ini dapat memberi variasi media promosi untuk membantu Harfu Barbershop dalam hal meningkatkan konsumen yang akan menggunakan jasa mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan yang dapat di rumuskan adalah “Bagaimana merancang dan membuat video promosi pada Harfu Barbershop dengan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*”?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, agar pembahasan fokus pada permasalahan yang ada dan tidak melebar luas, maka di perlukan beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Pembuatan video yang di maksud adalah dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Video dibuat untuk Harfu Barbershop sebagai media promosi.
3. Video berisi tentang informasi Harfu Barbershop.

4. Video promosi berdurasi 1 menit 25 detik.
5. Pembuatan video promosi ini menggunakan *software* Adobe Illustrator CC 2020, Adobe After Effects CC 2020, dan Adobe Premiere Pro CC 2020.
6. Hasil akhir video promosi akan di tayangkan pada Instagram.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat video promosi pada Harfu Barbershop dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Memperkenalkan Harfu Barbershop melalui video promosi agar lebih dikenal masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan calon konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Melatih kemampuan dalam menyusun penelitian.
 - b. Menambah pengalaman dan pengetahuan dalam merancang dan membuat video promosi.
2. Bagi Harfu Barbershop
 - a. Memperluas pemasaran dan informasi tentang Harfu Barbershop agar lebih di kenal masyarakat luas.

- b. Diharapkan dengan adanya video promosi ini dapat meningkatkan calon konsumen menggunakan jasa Harfu Barbershop.
- c. Harfu Barbershop memiliki media promosi tambahan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dilakukan penulis untuk mengumpulkan informasi tentang permasalahan dari penelitian ini, yaitu:

a. Metode Observasi

Metode pengumpulan data yang efektif dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan observasi pada Harfu Barbershop.

b. Metode Wawancara

Metode mengumpulkan informasi dan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak Harfu Barbershop.

c. Metode Kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan membaca dan mempelajari buku-buku yang merupakan penunjang dalam memperoleh data sebagai referensi untuk melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dan analisis kebutuhan. Analisis SWOT yang digunakan untuk menganalisis kekuatan,

kelemahan, kesempatan serta peluang Harfu Barbershop. Analisis kebutuhan yang digunakan untuk menganalisis kebutuhan fungsional yang berisikan informasi dan non fungsional yang berisikan tentang *hardware*, *software*, dan *brainware* yang dibutuhkan untuk perancangan video.

1.6.3 Metode Perancangan

Menggunakan proses pembuatan dengan standar umum yang meliputi 3 tahap yaitu pra produksi, produksi, dan *pasca* produksi.

1.6.4 Metode Testing

Setelah pembuatan video promosi selesai, maka dilakukan testing kepada *random audience* menggunakan metode skala *likert* dimana untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang dengan cara membagikan kuesioner untuk menguji keberhasilan pembuatan video promosi pada Harfu Babershop.

1.6.5 Implementasi

Pada metode implementasi, video promosi Harfu Babershop yang sudah dibuat nantinya akan diunggah melalui media sosial seperti instagram.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang masalah yang ditemukan penulis, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang tinjauan pustaka, dan dasar-dasar teori pembuatan video promosi menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, yang akan digunakan sebagai landasan penelitian.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis informasi, kebutuhan, dan perancangan sistem berdasarkan penelitian-penelitian serta teori-teori yang di kemukakan sebelumnya.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai uraian-uraian tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi untuk video promosi, serta mengimplementasikan bahan-bahan yang dibutuhkan untuk promosi menjadi video utuh dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari penelitian dan perancangan video promosi serta saran-saran agar dapat mengembangkan penelitian sehingga lebih baik ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini tertulis referensi-referensi yang penulis dapat sebagai bahan acuan atau pertimbangan dalam pembuatan skripsi.

LAMPIRAN