

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan *Motion Graphic* begitu pesat, seiring dengan banyaknya *software motion graphic* yang menawarkan berbagai kemudahan dan keistimewaan. Dengan *motion graphic* beberapa informasi bisa disampaikan sekaligus dalam satu *scene* video. Saul Bass adalah orang yang pertama kali mencoba mengkomunikasikan pesan melalui permainan grafik di awal film. Dengan pendekatan simbolis, film yang dibuatnya bisa menyampaikan esensi dan representasi dari seluruh film. Selain pada film, munculnya industri televisi mendorong perlunya identitas melalui aplikasi *motion graphics*. Harry Marks yang bekerja pada ABC, BS dan NBC di Amerika Serikat merupakan salah satu pionir yang memanfaatkan *motion graphics* untuk dunia televisi. Tentu saja semua itu tidak lepas dari peran *liveshot* yang menjadi objek utama dalam sebuah *motion design* yang membutuhkan objek nyata.

Setiap perkembangan yang baru pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, oleh karena itu walaupun *motion graphic* bisa menyampaikan informasi dengan lengkap tanpa adanya *liveshot*, video yang dihasilkan akan terlihat *monoton*, karena hanya berupa animasi *2D*. akan tetapi jika Ditambah dengan adanya *motion graphic* pada *live shot* akan memperkuat dan memperjelas serta memberikan informasi alur cerita dan maksud dari sebuah video tersebut.

Studio Photo “Gibran Exclusive Photography” Yogyakarta adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa photography untuk melayani jasa photo Dokumentasi, Wedding, Prewedding, Profil, Narsis, Wisuda dll. Dalam pemasarannya Studio Photo “Gibran Exclusive Photography” Yogyakarta menggunakan beberapa cara yaitu *flyer*, brosur serta media promosi berupa *broadcast message*. Cara tersebut belum bisa mengilustrasikan informasi dengan maksimal.

Untuk menyelesaikan masalah ini, perlu dibuat sebuah iklan berupa video *live shot* yang didalamnya juga menggunakan animasi *motion graphic* untuk memaksimalkan informasi dan produk apa saja yang ada di studio photo “Gibran Exclusive Photography” Yogyakarta. Video sendiri mempunyai keunggulan yang mana pada sebuah media pemasaran dapat mencakup 5 unsur *multimedia* sekaligus yaitu : video, teks, gambar, animasi, dan suara yang tidak bisa disampaikan lewat media cetak.

Dari masalah dan solusi yang telah diuraikan di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Iklan Televisi Pada Gibran Exclusive Photography Menggunakan *Live Shot* Dan *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah “Bagaimana merancang dan membuat media promosi untuk Studio Photo “Gibran Exclusive Photography” Yogyakarta, menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic*”.

### 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pembuatan Iklan ini sebagai sarana untuk membantu pihak pemasaran dalam mengembangkan mutu periklanan.
2. Menginformasikan produk dan fasilitas yang terdapat di Studio Photo "Gibran Exclusive Photography" Yogyakarta.
3. Teknik yang dibahas yaitu penerapan *live shot* dan *motion graphic* pada iklan Studio Photo "Gibran Exclusive Photography" Yogyakarta.
4. Ditujukan kepada lapisan masyarakat umum.
5. Durasi dari video yang dibuat +/- 60 detik.
6. *Software* utama yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah *Adobe Premiere CS6*, *Adobe After Effect CS6*, juga menggunakan beberapa *software* multimedia lain seperti *Adobe Illustration CS6*, *Adobe photoshop CS6*, *Adobe audition CS6* dan *software* pendukung lainnya.
7. Penelitian ini hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak pemasaran kemudian diserahkan untuk dijadikan sebagai bahan promosi pihak pemasaran Studio Photo "Gibran Exclusive Photography" Yogyakarta.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan Tujuan yang ingin dicapai adalah :

1. Membuat dan merancang iklan video promosi untuk pihak pemasaran Studio Photo "Gibran Exclusive Photography" Yogyakarta.

2. Menerapkan teknik *live shot* dan *motion graphic* dalam perancangan iklan Studio Photo “Gibran Exclusive Photography” Yogyakarta.
3. Memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang terdapat di Studio Photo “Gibran Exclusive Photography” Yogyakarta melalui iklan video promosi tersebut.

## **1.5 Metode penelitian**

Berikut metode penelitian yang penulis terapkan.

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Untuk metode Pengumpulan data yang digunakan penulis hanya menggunakan wawancara dan kuisioner saja.

#### **1. Studi Pustaka**

Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga/institusi. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

#### **2. Wawancara**

Melakukan wawancara kepada pihak Gibran Exclusive Photography Yogyakarta agar data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai kebutuhan dalam proses pembuatan iklan menggunakan *live shot* dan *motion graphic* ini.

#### **3. Observasi**

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

#### 4. Kuisloner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat/direkam.

##### 1.5.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan analisis *SWOT*. *SWOT* itu sendiri merupakan singkatan dari *Strenght* (S), *Weakness* (W), *Opportunities* (O), dan *Threats* (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W)

##### 1.5.3 Metode Perancangan

Penulis Merancang *iklan* mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi dengan menggunakan teknik *live shot* dan *motion graphic* agar tujuan *iklan* ini dapat tersampaikan sesuai dengan yang diharapkan.

##### 1.5.4 Metode Testing

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian apakah video yang telah dibuat sesuai keinginan pihak pemasaran, serta apakah pesan dan isi yang disampaikan dalam video tersebut dapat dimengerti dan dipahami.

##### 1.5.5 Metode Evaluasi

Evaluasi merupakan kegiatan yang membandingkan antara hasil implementasi dengan kriteria dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat keberhasilannya. Dari evaluasi kemudian akan tersedia informasi

mengenai sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai sehingga bisa diketahui bila terdapat selisih antara standar yang telah ditetapkan dengan hasil yang bisa dicapai.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan penjelasan dalam berkembangnya teknologi periklanan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan metode pengumpulan data, seperti metode penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang pengertian multimedia, jenis media promosi, dan teknik apa saja yang dipakai dalam perancangan iklan video promosi Studio Photo “Gibran Exclusive Photography” Yogyakarta.

##### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan video promosi pada Studio Photo “Gibran Exclusive Photography” Yogyakarta.

##### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil perancangan iklan video promosi pada Studio Photo “Gibran Exclusive Photography” Yogyakarta.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan.

