

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia pada masa sekarang ini seiring berkembangnya teknologi kebutuhan informasi cukup penting bagi masyarakat. Hal ini terlihat dari semakin berkembangnya media informasi dan komunikasi, salah satunya yaitu informasi dalam bentuk video iklan. Periklanan merupakan salah satu tahap dalam pemasaran. Produk barang atau jasa, baik penamaannya, pengemasan, penetapan harga, dan distribusinya tercermin dalam kegiatan periklanan. Tanpa periklanan, berbagai produk tidak akan dapat mengalir secara lancar ke para distributor atau penjual, apalagi ke tangan konsumen [1]. Selain itu video iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran paling dikenal dan yang paling efektif sekaligus paling umum digunakan dalam upaya mengarahkan komunikasi persuasif kepada konsumen. Dengan kata lain seperti awal mula pemasaran produk baru tersebut.

Futuristic Store adalah sebuah toko pakaian yang beralamatkan di Jalan . Ahmad Yani No.427, Kramat Sel., Kec. Magelang Utara, Kota Magelang, Jawa Tengah yang didirikan oleh Andy Alfian Wahyu 20 September 2019, Futuristic Store memanfaatkan media Instagram untuk mempromosikan toko pakaianya.

Instagram sendiri dinilai cukup efektif sebagai media promosi karena semua kalangan dari muda hingga tua aktif membuka Instagram setiap harinya. Unsur elemen multimedia yang di gunakan dalam media promosi pun masih berupa gambar sehingga terlihat kurang efektif dan juga video yang hanya menggunakan teknik *live shoot* saja yang di mana masih kurang dalam menampilkan detail produk. Adapun jika memanfaatkan 5 unsur elemen multimedia sekaligus dapat menghasilkan video iklan yang bisa memvisualisasikan produk yang ada pada Futuristic Store.

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 di padu dengan kejadian dramatis lainnya dan disusun pada suatu proses editing [2]. Sedangkan *motion graphic* sendiri adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik. Penggunaan *motion graphic* yang umum adalah sebagai title sequence (adegan pembuka) film atau serial TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar-putar di sebuah siaran, dan dengan adanya internet, animasi berbasis web, dan lain-lain [3].

Berdasarkan latar belakang diatas, bahwa masalah yang di hadapi oleh Futuristic Store adalah belum maksimal pada teknik dan unsur multimedia yang di gunakan pada media promosi, dengan ini penulis mengusulkan untuk membuat sebuah video iklan sebagai media promosi yang melibatkan unsur elemen multimedia yaitu video, teks, audio dan animasi. Unsur tersebut yang akan memvisualisasikan keunggulan dari Futuristic Store terutama di bagian elemen animasi karena penulis ingin detail harga dan juga jenis dari produk di perlihatkan dalam pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* .



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang menjadi faktor dalam penelitian ini adalah “Bagaimana menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam pembuatan video iklan sebagai media promosi pada *Futuristic Store*?”.

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian, ruang lingkup penelitian harus diperhatikan benar oleh penelitian. Untuk mencegah agar pembahasan tidak meluas dari ruang lingkup permasalahan, maka dibuat beberapa batasan-batasan, sebagai berikut:

1. Teknik yang di gunakan dalam pembuatan video iklan menggunakan Teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Iklan akan di tayangkan di Instagram dengan menggunakan Instagram Adsense.
3. Software yang digunakan untuk pembuatan video iklan yaitu :
  - a) Adobe Premiere Pro
  - b) Adobe After Effect

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara pembuatan sebuah video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dengan tujuan membantu mempromosikan sebuah bisnis dengan cara menarik.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memahami teknik *live shoot* dan *motion graphic* yang digunakan dalam pembuatan video iklan.

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pemilik toko sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemasaran yang berkaitan dengan waktu penayangan, pesan iklan, dan media iklan.

## 1.6 Metode Penelitian

Pembuatan penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem dengan cara mengamati langsung objek penelitian.

#### b. Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

### 1.6.2 Metode Analisis

- a. Metode pengolahan yang digunakan analisis SWOT. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari Strength (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 di dalam perusahaan (S dan W).

- b. Analisis kebutuhan sistem yaitu meliputi kebutuhan hardware, kebutuhan software, kebutuhan fungsional, dan kebutuhan non fungsional.

### **1.6.3 Metode Perancangan**

Perancangan sebuah iklan diperlukan untuk menentukan hasil yang akan dicapai. Iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui tahap yaitu proses pra produksi dan proses pasca produksi.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dijabarkan menjadi :

### **BAB I                    PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II                    LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang dasar teori yang terkait dengan permasalahan dan mendasari pembahasan pembuatan video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

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

Pada bab ini berisi analisis dan perancangan untuk membuat media informasi alternatif berdasarkan rumusan masalah secara umum.

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

Pada bab ini berisi penjelasan cara dan tahapan pembuatan media informasi alternatif serta pengujian dan pembahasannya.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diperoleh dari pembahasan pada bab sebelumnya.