

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada jaman sekarang perkembangan ilmu dan teknologi merupakan bagian dari siklus pertumbuhan masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi akan mempermudah personal ataupun kelompok dalam penyampaian pesan. Kemajuan teknologi pada era globalisasi seperti sekarang ini telah membawa pengaruh besar terhadap kemajuan dalam dunia bisnis. Untuk mencapai tujuan dari bisnis yang dijalankan maka di perlu untuk membuat strategi yang tepat. Dengan kemudahan dan keuntungan yang ada pada perkembangan teknologi informasi, perusahaan sudah seharusnya dapat memanfaatkannya secara maksimal. Manusia dimudahkan dengan adanya multimedia karena dapat berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, video, dan animasi sehingga informasi yang disajikan akan lebih jelas dan memiliki daya tarik. Video merupakan salah satu media informasi yang dapat diterapkan.[1]

Penerapan Multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya dalam aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, *public relation*, dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Kelebihan multimedia akan menarik minat beli masyarakat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan.[2]

Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seorang pembeli yang potensial dan mempromosikan penjual suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik, memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan pemasangan iklan.[3]

Menurut G. Prakoso dalam bukunya yang berjudul *Animasi Pengetahuan Dasar Film Animasi Indonesia*, *live shoot* adalah serangkaian perekaman tentang orang-orang dan disusun pada saat proses *editing* yang dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut.[4]

Dalam penelitian yang dilakukan di objek penelitian Konveksi Helloworker peneliti telah menemukan kendala bahwa upaya promosi dari Konveksi Helloworker kurang maksimal. Upaya yang dilakukan pihak Konveksi untuk memasarkan produknya melalui brosur dan foto pada Instagram di rasa masih kurang maksimal. Konveksi Helloworker belum memiliki media promosi iklan yang berbasis video dan hanya memiliki sarana promosi melalui instagram.



Gambar 1.1 Profil Instagram Konveksi Helloworker

Salah satu strategi yang bisa di gunakan yaitu dengan cara mempromosikan produk, jasa atau tempat usaha yang sedang di jalankan. Berdasarkan hal tersebut di atas peneliti membantu perusahaan membuat iklan dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA KONVEKSI HELLOWORKER DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC”**. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melihat ini menjadi sebuah peluang untuk membuat video iklan yang bertujuan dapat memperluas penyebaran informasi mengenai produk dari Konveksi Helloworker terhadap masyarakat luas.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat iklan *social media* Instagram pada Konveksi Helloworker menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi?

## 1.3 Batasan Masalah

Beberapa Batasan masalah yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini di lakukan di Konveksi Helloworker Lingkungan Kavling Biyetan, Kab. Magelang.
2. Software yang digunakan adalah, Adobe illustrator CS6 ,Adobe After Effect CS6 dan Adobe Premier CS6.
3. Video iklan ini menggunakan metode *live shoot* dan *motion graphic*
4. Durasi iklan 59 detik.
5. Publikasi iklan pada akun *social media* Konveksi Helloworker (@hello.worker13).
6. Resolusi video iklan ini 1080 x 720 *pixel*.
7. Video ini berformat MP4.

## 1.4 Tujuan Peneltitan

Tujuan penulis membuat skripsi video iklan ini adalah:

1. Merancang dan membuat iklan sesuai kebutuhan objek penelitian agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.
2. Membantu Konveksi Helloworker agar dapat bersaing dengan competitor lain.
3. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan program Sastra 1 pada program studi sistem informasi pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian antara lain :

- Bagi Penulis  
Penelitian ini merupakan portofolio dalam menerapkan ilmu yang didapatkan dan dipelajari pada kegiatan pembelajaran di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA pada bidang IT dan Multimedia.
- Bagi Mahasiswa  
Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa yang menjadikan penelitian ini sebagai referensi penelitian.
- Bagi Konveksi Helloworker  
Hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu mempromosikan produk yang dihasilkan dari Konveksi tersebut.
- Bagi Masyarakat Luas  
Penjelasan ini di harapkan dapat memberikan informasi produk dan hasil dari Konveksi Helloworker.

## 1.6 Metode Penelitian

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan suatu jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya (Rosdy Ruslan, 2003:24). Dalam pengumpulan data dan informasi untuk masalah yang ada, penulis menggunakan beberapa metode antara lain:

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan video iklan ini adalah sebagai berikut :

- Metode Wawancara  
Metode ini bertujuan untuk mencari informasi yang di butuhkan kepada pihak yang terkait mengenai Konveksi Helloworker untuk menyusun perancangan dan pembuatan iklan ,serta mendapatkan solusi dari masalah tersebut



- Metode Observasi  
Mendapatkan informasi dengan cara terjun langsung ketempat penelitian, hal ini bertujuan untuk mengamati objek pembuatan video iklan.
- Metode Literatur  
Mengumpulkan data melalui internet, buku dan jurnal skripsi sebagai referensi.

#### 1.6.2 Metode Perancangan

Pada metode ini memiliki beberapa tahapan yaitu sebagai berikut : [5]

1. Pra Produksi, Identifikasi masalah atau kebutuhan, Sinopsis, *Treatmen* dan *Screenplay*.
2. Produksi, Melakukan *shooting* sesuai rancangan kemudian melakukan rekaman audio sebelum melakukan editing agar penulis dapat mengetahui batasan setiap *scene* video.
3. Pasca Produksi, Memeriksa hasil sementara setelah editing berupa sinkronisasi antara audio dan visual, dan render berupa video berformat MP4.

#### 1.6.3 Metode Pengembangan

Tahap ini merupakan dilakukannya pemeriksaan kembali hasil sementara produksi dan pra produksi agar diketahui kesesuaiannya dengan konsep dan kebutuhan video iklan dan menentukan hasil untuk dapat melakukan tahap pasca produksi (*editing*).

#### 1.6.4 Metode Evaluasi

Metode Evaluasi merupakan kegiatan untuk melihat sejauh mana video tersebut telah dibuat. Dari metode ini diperoleh informasi tingkat keberhasilan video tersebut apakah berhasil atau tidak.

## **1.7 Sistematika Penelitian**

Agar penyajian laporan penelitian ini dapat di mengerti maka di bagi menjadi beberapa bab, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini terdapat tinjauan pustaka, konsep dasar pembuatan iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, dan tahap pra produksi.

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

Pada bab ini berisi profil objek penelitian, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, *storyboard*, dan Analisa mengenai pasca produksi.

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

Pada bab ini membahas proses tahapan pembuatan iklan Konveksi Helloworker, meliputi tahap produksi, pasca produksi dan implementasi hasil peneletian.

### **BAB V PENUTUPAN**

Pada bab yang terakhir ini berisi kesimpulan dan saran dari topik yang telah dibuat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi daftar sumber-sumber data penelitian yang digunakan referensi dalam penyusunan skripsi.