

## **BAB I**

### **Pendahuluan**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dope 13 Store merupakan usaha UMKM di bidang toko sepatu dan berbagai pakaian anak muda. Usaha ini didirikan pada tahun 2013 dan terletak di Pasekan kidul RT 03 RW 01 Balecatuur, Gamping, Sleman. Usaha ini bergerak di bidang sepatu dan berbagai pakaian dengan brand import. Dalam mengembangkan usahanya Dope 13 Store telah melakukan promosi seperti dengan toko sepatu lainya yaitu dengan cara social media seperti Instagram serta menggunakan market place Shopee. Namun dirasa cukup kurang karena usaha toko sepatu hanya menggunakan promosi dalam bentuk foto yang hanya bisa menampilkan produk sepatu. Keunggulan keunggulan dari toko ini yang tidak bisa ditampilkan secara maksimal. Seperti toko yang nyaman untuk berbelanja, lokasi yang strategis dan produk produk andalan serta banyak pilihan pembayaran yang sangat mudah bagi calon konsumen. Diharapkan dengan pembuatan video profil toko sepatu Dope 13 Store dapat meningkatkan kunjungan di Instagram maupun datang langsung ke toko.

Live shoot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada suatu proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut.[1] A/B roll editing. Konfigurasi editing melibatkan seperangkat alat yang terdiri dari dua VCR player, satu VCR recorder, lima TV monitor (setiap sumber gambar satu TV monitor), audio mixer dan editing controller. Dalam A/B roll editing ini semua jenis transisi dapat dilakukan.[2]

Live shoot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian

dramatik lainnya dan disusun pada suatu proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut.[3]

Berdasarkan latar belakang tersebut maka diusulkan pembuatan media promosi berupa video dengan teknik live shoot dan motion graphic untuk mendukung pemasaran dari produk Dk Store. Maka dari itu judul penelitian ini adalah “Perancangan dan Pembuatan Video Profil Toko Sepatu Dope 13 Store Sebagai Media Promosi di Sosial Media Menggunakan Teknik Live Shoot B-Rool”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan yaitu, bagaimana pembuatan video iklan menggunakan teknik live shoot, b roll untuk perancangan profil toko sepatu sebagai media promosi di media sosial toko sepatu Dope13 Store?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian pembuatan video promosi adalah Dope 13 Store.
2. Data yang diambil berdasarkan informasi dari Dope 13 Store periode 19 Agustus 2021 sampai sekarang.
3. Aplikasi yang digunakan adalah, Adobe Premier Pro 2020.
4. Teknik yang digunakan adalah livenesshoot dan b rool.
5. Hasil dari peniltian berupa video dengan durasi 60 detik.
6. Menggunakan format video H.264 dengan resolusi 1080p Full HD (1920 x 1080 pixel) dan berekstensi MP4.
7. Hasil video akan di tayangkan pada media social yaitu Instagram Dope 13 Store.

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelltian**

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa, mendesain, dan membangun sebuah video profil toko yang informatif sebagai media promosi Dope 13 Store di sosial media.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dan masukan bagi Dope 13 Store dalam melakukan promosi berupa video iklan di sosial media.

### **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang dilakukan penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Dalam metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi atau data yang sesuai dan akurat sebagai sumber dalam menyusun laporan ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode studi pustaka adalah dengan cara mencari data referensi yang sesuai dengan kebutuhan skripsi dari internet, jurnal serta membaca skripsi
2. Metode pengamatan (Observasi) dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek, supaya mendapatkan data akurat dan terbukti kebenarannya.

#### **1.6.2 Metode Wawancara**

Metode Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mewawancarai dengan pemilik toko Dope 13 Store Sdr Galih Prakoso untuk mendapatkan informasi yang dan data yang diperlukan untuk perancangan video profil toko.

#### **1.6.3 Metode Analisis**

Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats) akan digunakan untuk menganalisis dan mengevaluasi perancangan pembuatan video yang akan dibuat. Dengan menggunakan SWOT maka dapat dijadikan strategi untuk menjalankan pembuatan video profil toko Dope 13 Store

#### **1.6.4 Metode Perancangan**

Dalam tahap ini penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan tahapan awal dalam pembuatan video profil toko yaitu tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan persiapan persiapan yang dibutuhkan dalam pembuatan video profil meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data, pembuatan storyboard dan pembuatan naskah.

#### **1.6.5 Metode Pengembangan**

Tahap ini dilakukan ulasan sementara produksi dan pasca produksi untuk menyesuaikan dengan konsep kebutuhan video dan menentukan hasil untuk masuk ke tahap selanjutnya yaitu pasca produksi.[5]

1. Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini syuting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur, dan kamera dipilih
2. Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek special, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video dan penyerahan atau penayangan.

#### **1.6.6 Metode Testing**

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video untuk menentukan kelayakan penayangan di Instagram

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah di mengerti, Maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sbagai berikut. :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan dasar teori, yang diawali dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video animasi yang menggunakan teknik motion graphic, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

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

Bab ini menjelaskan mengenai profil, proses bisnis, promosi, analisis SWOT, analisis kebutuhan dan pra produksi pada Dk Store

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

Bab ini berisikan tentang hasil pengujian dan implementasi video animasi motion graphic Dk Store yang telah dibuat.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, dan saran yang di gunakan untuk pengembangan media promosi iklan agar ke depannya menjadi lebih baik