

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Roots Struggles adalah sebuah brand lokal yang bergerak di bidang industri *fashion* khususnya *streetwear clothing* dan menjual produk pakaian seperti kaos oblong dengan desain yang digemari oleh kalangan muda. Brand ini sudah berdiri sejak tahun 2013 di Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Setelah sempat vakum selama 2 tahun (2014-2015), brand ini mulai mendesain dan memproduksi t-shirt lagi pada tahun 2016 di Yogyakarta. Roots Struggles menggunakan sosial media sebagai media promosi utama mereka untuk menggaet pelanggan dan juga agar pelanggan mendapatkan informasi tentang lini produk terbaru yang mereka produksi. Saat ini media yang mereka gunakan sebagai bahan promosi masih terbatas pada foto dan video *live shoot* saja, sedangkan promosi menggunakan *cinemagraph* adalah hal yang baru dan belum pernah dilakukan oleh mereka.

Cinemagraph adalah sebuah *still photo* dengan gerakan kecil berulang yang kemudian dijadikan sebuah klip video. Sebagai sebuah konsep, *cinemagraph* adalah tentang bagaimana membuat foto diam menjadi bergerak dan membuatnya lebih hidup. *Cinemagraph* pada umumnya menggunakan format file gambar GIF atau format video seperti MP4 dan lainnya. Jika dibandingkan dengan media lain seperti foto atau video *live shoot* biasa, *cinemagraph* lebih terlihat seperti gabungan antara keduanya. Beberapa komponen gambar yang terdapat dalam *cinemagraph* bergerak secara berulang-ulang (*looping*) tanpa henti sehingga sangat menarik bagi orang yang melihatnya.

Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *cinemagraph*. Dengan *cinemagraph*, promosi ini akan lebih menarik untuk dilihat dari pada video *live shoot* atau sekedar foto biasa sebagai media promosi. Kebanyakan orang yang menggunakan sosial media juga enggan untuk melihat video dengan durasi yang lebih panjang dari satu menit, oleh karena itu platform video pendek seperti TikTok ataupun Reels IG menjadi sangat populer dan digemari berbagai kalangan masyarakat. Maka dari itu, penggunaan teknik *cinemagraph* dapat menjadi solusi bagi mereka yang ingin membuat iklan atau media promosi berdurasi singkat namun jauh lebih menarik untuk dilihat daripada sebuah foto, poster

atau materi promosi lain yang sudah ada. Hal tersebut merupakan kelebihan dari *cinemagraph* yang akan digunakan untuk video iklan ini.

Saat ini Roots Struggles tidak memiliki toko offline dan hanya menggunakan sosial media, khususnya instagram, untuk mempromosikan lini produk terbaru mereka. Maka dari itu, media promosi yang menarik sangat dibutuhkan untuk meningkatkan penjualan mereka. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Teknik Cinemagraph dalam Pembuatan Iklan Roots Struggles sebagai Media Promosi”. Hasil jadi iklan yang dibuat nantinya akan diunggah pada akun instagram Root Struggles (@rtstrgl) melalui *feed* instagram milik mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan teknik *cinemagraph* dalam pembuatan iklan Roots Struggles sebagai media promosi?”.

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan Roots Struggles, penulis membatasi masalah pada hal-hal sebagai berikut:

1. Pembuatan iklan ini menggunakan teknik *cinemagraph*.
2. Iklan tersebut akan diunggah ke *feed* instagram Roots Struggles (@rtstrgl).
3. Hasil pembuatan iklan ini berbentuk file video dengan standar resolusi 1080p, frame rate 30 fps (frame per second), format H.264 atau ekstensi file .MP4.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari judul yang diangkat ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat iklan Roots Struggles dengan menerapkan teknik *cinemagraph*.
2. Mempromosikan lini produk Roots Struggles lewat sosial media menggunakan *cinemagraph*.

1.5 Manfaat dari Penelitian

Manfaat dari penelitian dari judul yang diangkat in adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Peneliti

- a. Menyelesaikan program studi SI Teknik Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Mampu memproduksi *cinemagraph* secara personal.
- c. Dapat memahami seluk beluk tentang konsep penerapan teknik *cinemagraph* dalam pembuatan iklan ataupun kebutuhan pribadi dalam kehidupan sehari-hari.

1.5.2 Bagi Amikom

- a. Menambah ragam teknik dalam skripsi pembuatan iklan yang ada di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Menambah pustaka penelitian pada perpustakaan Universitas AMIKOM Yogyakarta

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis lakukan dalam pembahasan penerapan teknik *cinemagraph* adalah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Studi Pustaka

Metode yang digunakan untuk mendapatkan konsep teoritis melalui buku buku sebagai bahan referensi dan informasi yang dibutuhkan dalam penerapan teknik *cinemagraph*.

2. Metode Wawancara

Metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi tertentu melalui komunikasi antara beberapa orang yang disebut *pewawancara* dan responden atau narasumber. Dengan kata lain, wawancara merupakan bentuk komunikasi secara lisan maupun tulisan yang dilakukan oleh beberapa orang, baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara tidak langsung melalui pengamatan terhadap akun Instagram milik Roots Struggles, postingan yang telah diunggah sebelumnya dan juga pengamatan pada akun Instagram milik pesaingnya untuk dipelajari sebagai referensi.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis yaitu menguraikan iklan untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan dalam konsep iklan tersebut. Metode analisis yang digunakan adalah metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) yaitu dengan menganalisa apakah video itu layak atau tidak digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan video iklan *cinemagraph* Roots Struggles.

1.6.3 Metode Pembuatan Iklan

1. Pra-produksi

Tahap ini meliputi perancangan ide dan konsep serta pembuatan *storyboard*.

2. Produksi

Tahap ini meliputi kegiatan perekaman video *live shoot* sebagai bahan yang nantinya akan diproses pada pasca-produksi menjadi sebuah *cinemagraph*.

3. Pasca Produksi

Tahap ini meliputi proses *editing* video *live shoot* yang telah direkam pada tahap produksi menjadi sebuah *cinemagraph* dengan menghilangkan bagian bergerak yang tidak diinginkan beserta proses *exporting* file ke dalam format MP4.

1.6.4 Metode Implementasi

Hasil akhir dari iklan yang telah dibuat nantinya akan diimplementasikan di sosial media untuk digunakan sebagai media promosi lini produk Roots Struggles.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai permasalahan yang melatar belakangi penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penulisan, dan sistematika penulisan pada penelitian yang penulis lakukan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas penelitian ini secara teoritis yaitu kajian pustaka, landasan teori, konsep, definisi, dan proses produksi yang digunakan dalam penerapan teknik serta pembuatan iklan ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pembahasan tentang analisis dalam perancangan seperti, analisis teknik yang digunakan dan pembuatan storyboard akan dibahas dalam bab ini.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas mengenai teknis pengerjaan penelitian secara mendetil proses produksi pada iklan ini sampai ketahap-tahap yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penerapan teknik *cinemagraph* pembuatan iklan ini.

