

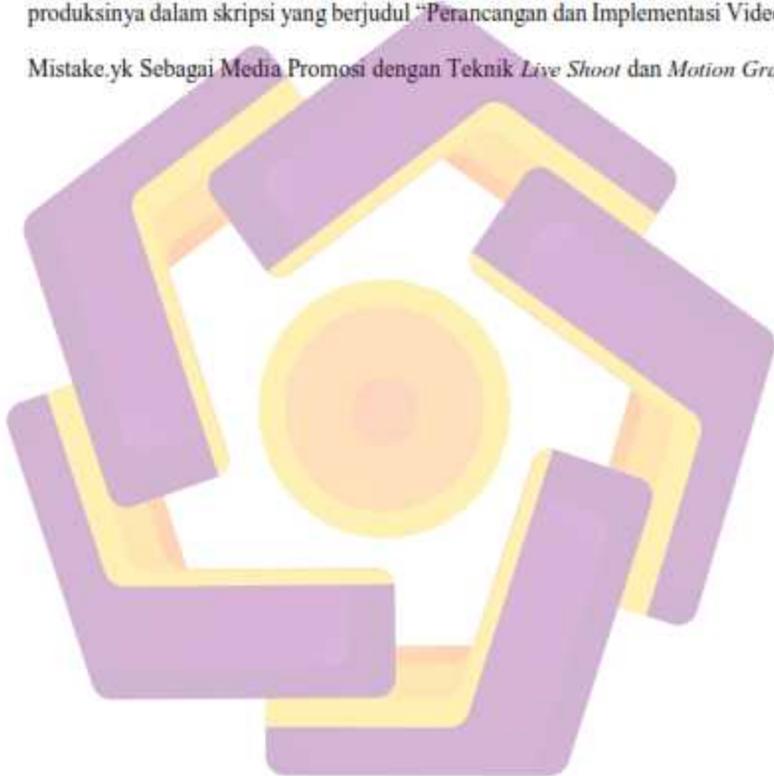
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mistake.yk merupakan sebuah toko sepatu yang bertempat di Yogyakarta , tepatnya berlokasi di Jl.Raya Tajem, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta. Mistake.yk baru saja memulai usahanya pada bulan Maret 2014. Toko sepatu Mistake.yk ini sendiri menjual produk sepatu kasual dan juga produk-produk lain seperti baju dan topi.

Mistake.yk termasuk toko yang sudah lama membuka usaha, akan tetapi *viewers* maupun *like* dari setiap postingan hanya menyentuh puluhan saja, maka dari itu Pak Donny masih membutuhkan sebuah media promosi yang menarik sehingga bisa mengundang penonton atau calon *customer* mengunjungi media social Mistake.yk di setiap postingan, sehingga *viewers*, *like* maupun *followers* bertambah dari puluhan menjadi ratusan ataupun ribuan, Menurut pemilik mistake.yk sendiri yaitu Pak Donny, promosi sudah dilakukan dengan menggunakan media sosial instagram, tetapi Pak Donny hanya memanfaatkan media sosial instagram hanya sebagai katalog untuk memberikan informasi produk yang di jual. Pak Donny merasa metode promosi yang dilakukan tersebut di rasa kurang karena hanya sebatas foto produk dengan kamera ala kadarnya yang terkesan biasa saja, Pak Donny sebagai pemilik Mistake.yk sendiri ingin meningkatkan promosinya menggunakan video iklan pada media sosial instagram yang sudah dimiliki. Tetapi di karenakan kurangnya kemampuan sumber daya manusia dalam pembuatan video iklan untuk video promosi maka hal itu belum dapat dilakukan.

Upaya promosi melalui media sosial instagram dengan menggunakan *live shoot* dan *motion graphic* diharapkan mampu meningkatkan insight pengunjung akun media statis Mistake.yk mengenai promosi produk-produk Mistake.yk. Berdasarkan hal diatas, penulis membantu membuat video iklan dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul "Perancangan dan Implementasi Video Iklan Mistake.yk Sebagai Media Promosi dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*".



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu “Implementasi video iklan Mistake.yk menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi ?”

1.3 Batasan Masalah

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

- a. Penelitian ini dilakukan di toko sepatu Mistake.yk.
- b. Media penempatan : Media Sosial Instagram.
- c. Video iklan berdurasi 60 detik dengan resolusi 1080p dan frame rate 25 fps.
- d. Video iklan menggunakan *live shoot* dan *motion graphic*.
- e. Perangkat lunak yang digunakan adalah windows 10, Adobe After Effects CC 2017, Adobe Premiere CC 2017, Adobe Illustrator CC 2017, CorelDraw X7
- f. Video iklan menggunakan format .mp4.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

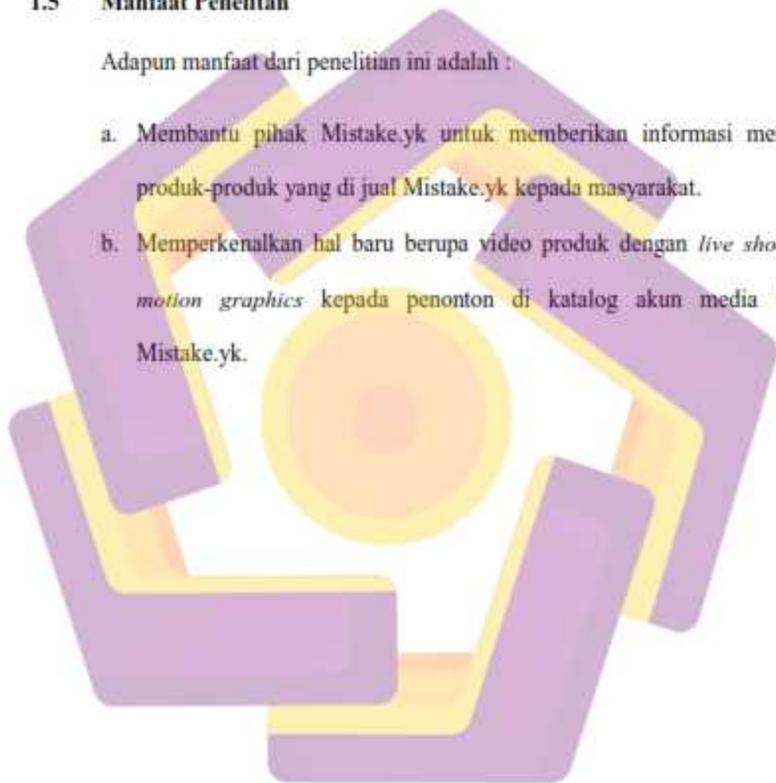
- a. Membuat video iklan sesuai dengan kebutuhan objek agar dapat dijadikan media promosi.
- b. Membantu meningkatkan *like, viewers*, dan *followers* akun instagram Mistake.yk.

- c. Membantu Mistake.yk agar produk-produknya dapat di kenal masyarakat lebih luas dengan menggunakan metode yang berbeda dari postingan sebelumnya.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Membantu pihak Mistake.yk untuk memberikan informasi mengenai produk-produk yang di jual Mistake.yk kepada masyarakat.
- b. Memperkenalkan hal baru berupa video produk dengan *live shoot* dan *motion graphics* kepada penonton di katalog akun media 19tatis Mistake.yk.



1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti, dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah, salah satu metode yang dapat dilakukan yaitu dengan metode observasi, metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung dan tidak langsung agar mendapat data yang objektif. Metode observasi ini dapat dilakukan secara langsung mengamati di lapangan serta melalui tes, kuesioner, rekaman gambar dan rekaman suara.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti, dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah, salah satu metode yang dapat dilakukan yaitu wawancara, metode ini dilakukan dengan melakukan stati jawab secara langsung kepada pihak terkait. Berdasarkan wawancara dengan pihak Mistake.yk didapatkan bahwa promosi Mistake.yk belum dilakukan secara maksimal melalui media statis instagram serta setelah melakukan diskusi dengan pemilik di dapatkan bahwa, pemilik Mistake.yk ingin membuat video iklan yang dapat menampilkan produk – produknya secara 20tatistic2020 dan dapat di visualisasikan lebih menarik agar dapat digunakan untuk media promosi.

1.6.1.3 Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan mengumpulkan informasi yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, informasi ataupun data yang diperoleh dapat berasal dari buku. Karya ilmiah, jurnal, internet, dan lain lain.

1.6.2. Metode Analisis

Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan penulis adalah deskriptif, kualitatif dan analisis kebutuhan.

1.6.3. Metode Perancangan

Metode pembuatan iklan di Mistake.yk ini mempunyai tahap perancangannya yang terdiri dari beberapa langkah yaitu proses Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

1.6.4. Metode Testing

Peneliti melakukan testing menggunakan metode kuisioner pada mahasiswa dan masyarakat umum guna mendapatkan hasil respon yang maksimal, dan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian dan penayangan di media 21tatis instagram.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebaga berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan dan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode testing dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka, konsep dasar video, iklan, *motion graphic*, *live shoot*, memproduksi sebuah video berupa video iklan, dan metode analisis.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang profil singkat Mistake.yk serta pembahasan mengenai ide cerita, naskah, Storyboard, dan analisis mengenai proses pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas, bab ini akan membahas tahap produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang bersifat konstruktif yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi sumber-sumber ataupun buku-buku referensi atau acuan yang digunakan dalam penyusunan skripsi.

LAMPIRAN