

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat sebuah perusahaan perlu melakukan suatu perencanaan untuk menciptakan masa depan usaha melalui perubahan yang dilakukan sejak dini pemilihan media promosi yang tepat merupakan salah satu langkah yang dapat diambil sebuah perusahaan dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaingnya, dikarenakan media promosi memiliki peran untuk meyakinkan nilai komunikasi dari suatu produk jasa image atau perusahaan untuk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. [1]

Dalam proses perancangan dan pembuatan iklan video Dawet Susu Gemes ini teknik gambar yang digunakan adalah *live shoot* yang akan diambil gambarnya menggunakan kamera dan terdapat gambar-gambar produk yang dipromosikan oleh tempat usaha tersebut. Upaya peningkatan keunggulan melalui pemasaran bisnis mampu mempengaruhi para calon konsumen dengan cara penyampaiannya yang lebih menarik dan mudah dipahami, pengemasannya juga dapat berupa audio, gambar, dan video. Begitu juga menyampaikan informasi melalui media berupa video iklan sudah cukup sering digunakan masyarakat pebisnis untuk memasarkan seperti misalnya pada sebuah tempat usaha, karena pengenalannya dalam menyampaikan informasi sangatlah komunikatif. Dawet Susu Gemes adalah usaha yang bergerak di bidang jasa boga atau kuliner yang beralamat di Jl. kemitbumen, Kadipaten, Kecamatan Kraton, kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55132 yang sudah

berdiri sejak tahun 2017 itu Yang mempunyai teklen “ Cobain rasanya baru tahu gemesnya” Belum mempunyai media promosi sama sekali sehingga penulis berusaha membuat media promosi berbentuk video yang akan dibuat untuk meningkatkan mutu dan memberi pesan yang inovatif dan kreatif sehingga dapat membuat calon konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh Dawet Susu Gemes.



Gambar 1.1 Instagram dawet susu gemes.

Pada media promosi Dawet Susu Gemes ini akan menggunakan teknik *live shoot* dan akan dimaksimalkan di bagian editingnya. layout proses editing dalam pembuatan dan perancangan media promosi ini juga sangat penting sehingga dapat memperkuat pesan dan informasi yang akan disampaikan maka pembuatan dan perancangan dari media promosi ini kan gunanya mendorong penulis untuk dapat memaksimalkan pembuatan sebuah video iklan yang diharapkan dapat

meningkatkan penjualan sehingga banyak calon konsumen yang mengunjungi warung Dawet Susu Gemes.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana menerapkan teknik *live shoot* pada media promosi berbentuk video iklan Dawet Susu Gemes”?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang diberikan kepada penelitian ini yaitu:

1. Video iklan dibuat untuk Dawet Susu Gemes sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Peneliti menerapkan teknik *live shoot* pada pengambilan gambar dan menambahkan sedikit unsur *motion graphic*.
3. Software editing yang digunakan hanya Adobe Premiere Pro cc 2017 dan Adobe After Effect cc 2017.
4. Video iklan dikemas menggunakan format *file .mp4* dengan kualitas Full HD 1080p resolusi 1920x1080 *pixel*.
5. Hasil pembuatan iklan ini akan berbentuk video iklan berdurasi 1 menit.
6. Sasaran promosi video iklan Dawet Susu Gemes pada media online instagram.
7. Penerapan pembuatan video iklan akan melalui beberapa yaitu tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini menghasilkan video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot*. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang penerapan teknik *live shoot* yang sudah dipelajari selama perkuliahan. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan sistem informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari tercapainya tujuan penelitian ini, baik bagi penulis maupun instansi adalah sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Dapat menerapkan ilmu yang telah didapat dan dipelajari selama Mengikuti pendidikan bidang multimedia di Universitas Amikom Yogyakarta dengan harapan ilmu yang dipelajari dapat bermanfaat dan diterapkan di dunia nyata.
2. Dapat menyusun naskah skripsi sebagai syarat untuk menempuh kelulusan dan menyelesaikan pendidikan pada Strata-1 Jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Manfaat Bagi Instansi

1. Sebagai media untuk penyampaian informasi yang baru pada Daewet Susu Gemes.
2. Dawet Susu Gemes kini memiliki sebuah media promosi yang lebih baik sebagai penyampaian informasi dalam bentuk video iklan.
3. Bertujuan meningkatkan jangkauan pemasaran Dawet Susu Gemes kepada konsumen.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam Metode penelitian yang digunakan untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengelola dan menganalisis data hasil penelitian adalah metode penelitian kualitatif dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus lebih didasarkan pada tingkatan kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan) yang mendeskripsikan objek penelitian secara rinci dan mendalam dengan tujuan mengembangkan konsep atau pemahaman suatu gejala.

[2]

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video iklan komersial Baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi dan untuk memperoleh hasil yang lebih valid pada metode observasi, penulis akan melakukan pengumpulan data secara langsung dengan mengunjungi lokasi Dawet Susu Gemes Jl. kemitbumen, Kadipaten, Kecamatan Kraton, kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab dengan pemilik usaha untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan sebagai bahan analisa dan penelitian. dan jawaban tersebut akan diambil menjadi data yang kemudian dipertimbangkan untuk dimasukkan kedalam sebuah penerapan video iklan.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan..

1.6.1 Metode Analisis

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan kebutuhan non-fungsional, kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh iklan dari segi informasi, dan analisis SWOT yang digunakan untuk mengetahui suatu masalah baik dari faktor internal maupun eksternal, serta menganalisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). [3]

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam proses pembuatan video iklan yang meliputi beberapa tahapan seperti pra produksi, produksi dan pascaproduksi, diantaranya sebagai berikut [4] :

a. Pra produksi

Merupakan metode dimana segala kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi seperti : Perancangan konsep, Naskah, Storyboard.

b. Produksi

Tahapan produksi adalah : perancangan objek, pengatutan layout, proses pembuatan objek dan konten. Peralatan yang digunakan antara lain : Kamera, Tripod, Leptop, Mouse.

c. Pasca produksi

Merupakan metode penyelesaian produksi multimedia menjadi hasil akhir, seperti : Editing, Compositing, Rendering.

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap pengembangan meliputi review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan video, dan menentukan hasil dari tahap pra produksi.[5]

1.6.5 Metode Implementasi

Metode implementasi yang dilakukan adalah ketika video iklan telah selesai dibuat, maka akan diunggah dan ditampilkan pada akun media sosial Instagram objek usaha.[6]

1.6.6 Metode Pengujian

Setelah menyelesaikan pembuatan video iklan, selanjutnya penulis akan melakukan metode pengujian dengan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. [7]

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi dibagi menjadi beberapa bab, yaitu berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan landasan teori yang ada di bab Berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini akan membahas tentang analisis beserta langkah-langkah pembuatan dan perancangan iklan yang digunakan untuk tahap pra produksi video iklan, pada tahapan pra produksi ini juga terdapat beberapa persiapan seperti rancangan tema, naskah, dan *storyboard*.

BAB IV: IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang cara mengimplementasikan pembuatan dan perancangan pada video, serta meliputi tahap produksi yang berisi pengambilan gambar kemudian tahap pasca produksi yang berisi *editing* dan *rendering*. Juga terdapat pengimplementasian skala likert untuk metode pengujian.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil tes visioner dari pihak dawet susu games terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagaimana aturan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun Secara teoritis.

