

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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 perlu untuk membuat strategi yang tepat. Salah satu strategi yang bisa digunakan yaitu dengan cara mempromosikan produk, jasa atau tempat usaha yang sedang dijalankan. Melalui sebuah iklan, untuk memberikan informasi terhadap khalayak umum tentang bisnis yang perusahaan jalankan[1].

Pangsa pasar promosi melalui media iklan ditunjukkan untuk semua kalangan khususnya para kalangan muda dan orang yang berumah tangga. Iklan dengan media video dipilih karena merupakan media iklan yang menarik dan lebih mudah serta cepat dalam penyampaian informasi, selain itu promosi melalui media video iklan kini digandrungi baik melalui televisi maupun internet seperti youtube. Oleh karena itu, perlu adanya pengenalan kepada masyarakat luas dengan bantuan pembuatan video iklan audio visual[2].

Café LOR SAWAH merupakan salah satu café di Kabupaten Sleman, yang lebih tepatnya di daerah Condongcatur. Café yang buka mulai pukul 15.00 sampai pukul 00.00 ini menyediakan tempat yang luas dan nyaman sehingga sangat layak untuk dikunjungi dan dapat bersaing dengan coffe shop lain. Namun sampai saat ini, pihak Café Lor Sawah masih mempromosikan Café melalui media sosial Instagram dan

hanya mengandalkan posting dalam bentuk foto dan grafis untuk memperkenalkan produknya sehingga kurang menarik minat pelanggan. Sehingga Café Lor Sawah membutuhkan konten baru dengan membuat iklan dalam bentuk video dengan inovasi dan kreasi yang baru dari promosi – promosi yang sebelumnya.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengusulkan pembuatan video iklan dalam mendukung penyajian promosi dan informasi dengan menggunakan *live shoot* dengan teknik *B-Roll*. Maka dari itu penulis mengambil judul **“PEMBUATAN IKLAN PADA CAFÉ LOR SAWAH MENGGUNAKAN TEKNIK B-ROLL”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni, *“Bagaimana merancang dan membuat Iklan pada café Lor Sawah dengan Teknik Liveshoot dan B-Roll ?”*.

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penyusunan peneletian ini:

1. Materi video iklan ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi. Objek penelitian langsung ke Café Lor Sawah.
2. Video ini menggunakan teknik *live shoot* dan *B-Roll*.
3. Iklan ini di publikasikan melalui media sosial *Instagram* Café Lor Sawah dengan durasi kurang dari 1 menit.

4. Penguji dari hasil penelitian ini adalah karyawan, Café Lor Sawah dan Masyarakat.
5. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah informasi dan kelayakan video.
6. Tahap penelitian video iklan ini hanya sampai pada tahap produksi iklan dan hasil video akan diberikan pihak Café Lor Sawah.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk membuat video iklan yang menjelaskan produk, pelayanan, dan fasilitas yang ada pada Café Lor Sawah.

1.5. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1.5.1. Bagi Penulls

Dapat Menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan menggunakan aplikasi multimedia seperti *Adobe Premiere*, *Adobe After Effect*, dan *Adobe Photoshop*.

1.5.2. Bagi Masyarakat

1. Diharapkan agar dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam membuat video iklan.

2. Diharapkan masyarakat dan konsumen yang ingin membeli ataupun melihat dapat mengetahui informasi tentang Café Lor Sawah.

1.5.3. Bagi Café Lor Sawah

Dapat membantu Café Lor Sawah dalam mempromosikan dan menjelaskan produk dan penawaran yang ada pada Café Lor Sawah kepada calon konsumen ataupun kepada masyarakat.

1.6. Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *B-Roll* baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak pengurus, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

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

1.6.2. Metode Analisis

Pada metode ini dilakukan analisa semua kebutuhan dari analisa peralatan yang dibutuhkan dan analisa sudut pengambilan gambar guna mengetahui yang dibutuhkan dalam kegiatan pengambilan gambar.

1.6.3. Metode Perancangan

Perancangan video iklan dapat menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti ;

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.6.4. Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *live shoot* dan *B-Roll* yang dapat diterapkan pada video iklan Café Lor Sawah sehingga visualisasi informasi dapat dengan mudah dimengerti audien.

1.7. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

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, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *B-Roll*, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Café Lor Sawah, analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan Café Lor Sawah dengan teknik *live shoot* dan *B-Roll* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.