

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada era globalisasi ini teknologi informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Karena dengan adanya teknologi informasi, segala kebutuhan masyarakat dapat di akses kapanpun dan di manapun. Kebutuhan akan teknologi informasi juga didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih, mulai dari alat telekomunikasi, alat pembayaran, alat transportasi, dan lain sebagainya.

Dalam perkembangannya saat ini teknologi informasi mulai dapat dimanfaatkan oleh pemasar dalam memasarkan produknya, salah satunya dengan pembuatan video *iklan* perusahaan, karena dengan media audio visual, pesan akan dengan mudah ditangkap oleh penonton dan lebih mudah diingat [1]. Video pendek yang dirancang dengan baik dapat menjangkau masyarakat secara emosional, sehingga dapat mengubah pengunjung menjadi pelanggan [2].

Ciptomurti merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner di Yogyakarta. Ciptomurti saat ini masih membutuhkan postingan berupa video untuk dapat diiklankan melalui instagram ads karena salah satu produk mereka belum lama diluncurkan yaitu sambal.

Instagram merupakan salah satu media iklan yang dapat digunakan untuk menarik minat konsumen, dengan adanya fitur instagram ads dapat membantu perusahaan dalam menjangkau lebih banyak konsumen untuk dapat melihat dan mengenal produk mereka. Dalam beriklan di instagram dapat memanfaatkan beberapa teknik dalam pembuatan postingan agar terlihat lebih menarik seperti B-Roll.

Dari hasil observasi dapat saya simpulkan dikarenakan permasalahan dan permintaan dari postingan sehingga dalam penelitian ini penulis mengusulkan solusi pemecahan masalah dengan teknik *B-Roll*. Dengan *B-Roll* diharapkan mampu menggambarkan keunggulan dan detail produk Ciptomurti serta bahan bahan yang digunakan. Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM CIPTO MURTI”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan pada penelitian yakni *“Bagaimana membuat Video IKLAN Cipto Murti dengan menggunakan teknik B-roll?”*

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, maka batasan masalah pada laporan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Video ini menggunakan teknik *B-Roll* .
2. Target durasi video maksimal 60 detik. Kualitas video menggunakan full HD.
3. Video ini ditayangkan melalui Instagram ads
4. Tahapan penelitian berakhir ketika video diserahkan ke pihak Cpto Murti dan iklan sudah di tayangkan di instagram.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelittan

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui tahapan analisis dan perancangan dalam pembuatan video iklan dan hasil video yang dihasilkan.

2. Menerapkan video sebagai sarana publikasi dan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak perusahaan sebagai media iklan.
3. Mengetahui hasil dari observasi yang dilakukan.
4. Mengimplementasikan *B-Roll* pada video iklan Ciptomurti

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Penulis

Dapat menerapkan langsung ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti perkuliahan dengan harapan dapat bermanfaat untuk dunia kerja.

2. Perusahaan

Sebagai acuan untuk memberikan pengetahuan kepada perusahaan dalam pembuatan video iklan di masa yang akan datang

3. Masyarakat

Memberikan informasi bagaimana produk, bahan dan teknik pengolahan Cipto Murti

4. Universitas

Naskah dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan dapat dikembangkan lagi di masa yang akan datang

1.6 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan, maka dalam pembuatan video *iklan* ini memerlukan data yang benar dan akurat. Untuk itu yang akan digunakan dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam memperoleh data-data adalah sebagai berikut :

Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti.

Metode Wawancara

Metode ini mengadakan tanya jawab secara langsung kepada pihak Cipto Murti untuk dapat peroleh data yang benar dan lengkap.

Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan video iklan.

1.6.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan peneliti untuk menguraikan permasalahan yang terdapat pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah video editing yang berjalan, analisis hasil solusinya, analisis kebutuhan video, dan analisis kelayakan video atau disebut dengan metode analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada metode perancangan menggunakan model pra produksi yang didalamnya berupa ide/gagasan, perancangan konsep, pembuatan naskah dan pembuatan story board.

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan *B-Roll* yang dapat diterapkan pada video tentang keunggulan produk Cipto murti sehingga informasi dapat tersampaikan.

1.6.5 Metode Implementasi

Dalam tahap ini video tersebut diserahkan kepada pihak objek penelitian. Peneliti juga membantu mengunggah video dalam media online untuk dilakukan *broadcasting* video iklan yang dibuat.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok – pokok pemmasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, evaluasi serta sistematik penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang iklan dan pembuatannya. Menampilkan teori tentang *B-Roll* dan tahap – tahap dalam pembuatan video serta software yang nantinya akan digunakan dalam perancangan dan implementasi teknik *B-Roll* menjadi sebuah video.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap video yang akan dibuat, dan juga membahas kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah video iklan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan diuraikan lebih rinci tentang implementasi dari perancangan dan hasil perancangan video iklan

BAB V. PENUTUP

Bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.

