

BAB I **PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah

Media online atau internet menjadi salah satu media yang pada saat ini dijadikan sebagai alat untuk beriklan dengan tujuan untuk mempromosikan suatu produk. Adanya media online dapat mempermudah suatu perusahaan untuk mempromosikan produknya secara luas dan mudah diakses oleh setiap orang melalui komputer dan *handphone*. Iklan merupakan salah satu bagian dari promosi yang paling umum digunakan oleh suatu perusahaan untuk memberikan informasi mengenai kelebihan produk kepada konsumen. Dalam periklanan, media online dijadikan sebagai salah satu pilihan untuk beriklan dengan cepat dan murah [1].

Klinik Utama Kalitanjung Cirebon merupakan klinik yang menyediakan kebutuhan bayi dan anak yang beralamat di Jl. Kalitanjung No.17, Harjamukti, Kec. Harjamukti, Kota Cirebon, Jawa Barat berdiri sejak 2 Mei 2012. Klinik Utama Kalitanjung Cirebon memiliki fasilitas seperti konsultasi ahli, fisioterapi anak, psikologi anak, laboratorium, IGD, griya imunisasi, griya khitan, *baby spa* dan apotek.

Berdasarkan keterangan pihak Klinik Utama Kalitanjung Cirebon, bahwa klinik ingin membuat video iklan untuk mempromosikan fasilitas dan pelayanan yang ada di klinik yang akan diiklankan pada media *Instagram*. Akan tetapi dengan keterbatasan sumber daya manusia, video iklan yang diinginkan belum dapat terealisasi. Dengan adanya video iklan ini diharap dapat meningkatkan penyebaran informasi tentang Klinik Utama Kalitanjung Cirebon.

Dari masalah diatas maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian dengan judul "Pembuatan Video Iklan Media Sosial Klinik Utama Kalitanjung Cirebon

Menggunakan Teknik Live Shoot”. Untuk membantu Klinik Utama Kalitanjung Cirebon dalam hal meningkatkan pengunjung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana Membuat Video Iklan Media Sosial Klinik Utama Kalitanjung Cirebon Menggunakan Teknik Live Shoot?”.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, terfokus dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas maka penulis memberi batasan. Adapun batasan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

- a. Media iklan ini dibuat untuk Klinik Utama Kalitanjung Cirebon dalam bentuk video.
- b. Video iklan Klinik Utama Kalitanjung Cirebon berdurasi 59 detik dan sesuai dengan keinginan pihak Klinik Utama Kalitanjung Cirebon.
- c. Video iklan ini akan ditayangkan di *Instagram* dan diiklankan melalui *Instagram Ads*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Menghasilkan video iklan menggunakan teknik live shoot sebagai alat menyampaikan informasi mengenai fasilitas dan pelayanan yang ada di klinik secara visual agar masyarakat mudah untuk memahami dan lebih menarik.
- b. Memberikan informasi mengenai fasilitas dan pelayanan klinik kepada masyarakat luas, khususnya untuk para calon pengunjung Klinik Utama

Kalitanjung Cirebon, agar mengetahui apa saja fasilitas dan pelayanan yang ada di klinik.

- c. Meningkatkan minat dan jumlah pengunjung yang datang ke Klinik Utama Kalitanjung Cirebon.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

- a. Membantu mempromosikan Klinik Utama Kalitanjung Cirebon kepada masyarakat luas.
- b. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang fasilitas dan pelayanan Klinik Utama Kalitanjung Cirebon.

1.6 Metode Penelitian

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

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

- a. Metode Observasi

Dalam mendapatkan informasi yang valid untuk membuat video Iklan, maka penulis menemui pihak yang bersangkutan untuk mendapatkan informasi tentang Klinik Utama Kalitanjung Cirebon.

- b. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara mengumpulkan data, kemudian data-data yang di dapat dari hasil wawancara akan dipertimbangkan untuk dimasukkan kedalam video iklan.

- c. Metode Studi Literatur

Penelitian ini mengacu pada studi pustaka, internet, maupun referensi lain dari berbagai sumber yang valid dan terpercaya.

1.6.2 Metode Analisis

Peneliti akan menggunakan model analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional dalam proses identifikasi pada penelitian ini.

1.6.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahap pembuatan video yaitu tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan sebuah persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video iklan, meliputi menentukan ide, mengumpulkan data sampai pembuatan *storyboard*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Penulis menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahap produksi yang meliputi pengambilan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *editing*, pemberian *background* dan teks pada video iklan, hingga tahap akhir *rendering*.

1.6.5 Metode Implementasi

Metode implementasi dilakukan dengan cara melakukan penayangan kepada objek dan hasil akhir kemudian di tayangkan di media *instagram* Klinik Utama Kalitanjung Cirebon.

1.6.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan dan penulisan skripsi ini meliputi lima bab dengan perincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tinjauan pustaka yang bersifat teoritis, yaitu membahas tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembuatan video iklan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan analisis yang digunakan dan penjelasan metode pengumpulan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi pembuatan video iklan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat diberikan oleh penulis dari hasil penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**