

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern seperti sekarang ini, pemanfaatan media sosial mulai bergeser dan berkembang, yang tadinya menurut (Professor J.A Barnes, 1954 : 39) “Media sosial merupakan sebuah sistem struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu atau organisasi. Media sosial ini akan membuat mereka yang memiliki kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang telah dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga bisa saling berhubungan”, menjadi media penawaran produk khususnya Facebook. Facebook menyediakan fasilitas khusus untuk menawarkan produk dan jasa yaitu Fanpage Facebook digunakan untuk membantu bisnis, merek, dan organisasi berbagi berita dan berhubungan dengan orang lain. Seperti profil, Anda dapat menyesuaikan Fanpage dengan menambahkan aplikasi, mengirimkan berita, mengadakan acara, dan lainnya. Orang yang menyukai Fanpage anda dan teman-temannya akan mendapatkan berita terbaru pada Kabar Berita.[1]

OverDrive Merch adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *clothing* untuk anak muda yang juga mempunyai Fanpage pada Facebook sebagai media untuk menawarkan berbagai macam produk yang dimilikinya, OverDrive Merch biasanya mengunggah foto-foto dari produknya untuk diperkenalkan pada para konsumennya yang juga me ‘like’ Fanpage Overdrive Merch, Overdrive

---

[1] <https://www.facebook.com/help/281592001947683/>

Merch sendiri memiliki penggemar di Fanpage lebih dari 280 orang, url: <https://www.facebook.com/overdrive.merch>. Overdrive Merch merasa dengan hanya mengunggah foto-foto produk dan foto tersebut bersifat statis, terkadang ada konsumen yang ingin melihat produk dengan perspektif yang berbeda.

Sekarang mulai berkembang lagi menawarkan produk melalui Fanpage Facebook menggunakan video, seperti yang dilakukan oleh beberapa perusahaan *clothing* dan juga pesaing OverDrive Merch salah satunya Mars Radiance url: <https://www.youtube.com/watch?v=YdJiUMDuxQ4>. sebuah video penawaran produk pada Youtube, dengan mengimplementasikan berbagai efek spesial pada video penawaran produknya.

Dari masalah tersebut akan dibuat sebuah video penawaran produk untuk OverDrive Merch, dengan mengimplementasikan *special effect*. Yaitu Pembuatan Video Penawaran Produk Untuk Media Fanpage Facebook pada Overdrive.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di kemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana membuat dan mengaplikasikan sebuah video penawaran produk dengan mengimplementasikan *special effect* pada Fanpage Facebook?

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini agar pembahasan tidak melebar dalam penyelesaian kedepannya, akan dibatasi pada beberapa hal sebagai berikut ini:

1. Video ini hanya dikhususkan untuk produk-produk OverDrive Merch.
2. Pengaplikasian video ini untuk media Youtube dan Facebook Fanpage.
3. Menggunakan format file video .MP4
4. Durasi video  $\pm$  3 menit

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis ini adalah terciptanya video penawaran produk pada OverDrive Merch dengan menambahkan *special effect* di dalamnya serta dapat diunggah pada Fanpage Facebook, dan tujuan lainnya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai syarat kelulusan dan mempunyai gelar sarjana komputer dalam bidang informatika dan komputer di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Menerapkan video penawaran produk ditambah dengan *special effect*.
3. Mengunggah video penawaran pada Youtube dan Fanpage Facebook.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis
  - Menerapkan ilmu yang sudah didapat penulis baik teori maupun praktek di STMIK AMIKOM Yogyakarta, khususnya dalam bidang multimedia.
  - Untuk mengetahui sejauhmana ilmu yang telah dipelajari dapat di aplikasikan.
  - Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan mengenai ilmu *special effect* dalam video.

b. Bagi pembaca

- Berdasarkan penyusunan skripsi ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta yang ingin mengetahui bagaimana membuat video penawaran produk.

c. Bagi STMIK AMIKOM Yogyakarta

- Dokumentasi karya ilmiah dalam bentuk skripsi, dibidang multimedia.
- Referensi bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan karya ilmiah skripsi.

## 1.6 Metode Penelitian

### a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Dalam pembuatan skripsi ini penyusun menerapkan pengambilan data sebagai berikut :

#### 1. Interview

Interview merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan responden, dalam hal ini adalah pihak OverDrive Merch.

#### 2. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan video penawaran produk yang sudah ada dan mempunyai tema yang serupa.

### 3. Metode Kepustakaan

Merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku dan internet sebagai bahan referensi.

#### b. Perencanaan

Tahapan perencanaan dalam pembuatan video penawaran produk, hal ini meliputi perencanaan pengambilan gambar, setting tempat, meng *casting* orang untuk menjadi model dalam video penawaran produk, menentukan kru produksi, merencanakan properti apa saja yang akan digunakan, dan merinci anggaran biaya.

#### c. Perancangan Model

Tahap menentukan ide cerita, pembuatan sinopsis, skenario, dan storyboard.

#### d. Implementasi Rancangan

Tahap produksi dan pasca produksi dalam pembuatan video penawaran produk.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah pada permasalahan dan terstruktur maka dibuat dalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan, yang diuraikan sebagai berikut :

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan media penawaran produk atau periklanan dan video penawaran produk, *special effect*, tahap-tahap dalam pembuatan video penawaran produk serta *software* yang digunakan dalam pembuatan video penawaran produk.

### BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang perancangan video penawaran produk mulai dari pembuatan alur cerita serta tahapan pra produksi, seperti pembuatan ide cerita, tema, dan storyboard yang digunakan untuk video penawaran produk ini.

### BAB VI IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas bagaimana perancangan dan hasil perancangan dalam pembuatan video penawaran produk secara teknis.

### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengumpulan data serta beberapa saran untuk bahan peninjauan selanjutnya.