

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periklanan adalah bentuk komunikasi untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada orang dengan melihat, membaca, atau mendengarnya. Dengan perkembangan teknologi di Indonesia saat ini sudah semakin maju dan sebagian besar masyarakat sudah menggunakan benda elektronik yang terhubung dengan internet sehingga pertukaran dan penyebaran informasi saat ini dapat dijangkau hampir seluruh daerah. Pertukaran dan penyebaran informasi bisa terkandung teks, gambar, foto, suara, atau video. Sarana promosi pada saat ini beragam jenisnya, salah satu diantaranya adalah melalui video.

Jogja Donuts adalah pelaku usaha donut yang terletak di Yogyakarta. Produk yang dihasilkan di antaranya donut cincin dan donat tanpa cincin. Donut tanpa cincin lebih kecil ukurannya dibandingkan dengan donut cincin. Produk donut ini memiliki 16 varian diantaranya Matcha Oreo, Capuchino, Vanilla Almond, Straweberry, Dark Choco, Vanilla Regal, Choco Peanut, Bamboloni, Caramel, Choco Oreo, Sugar Glaze, Choco Messis, Cocho Van Houten, Cheese Brule, Chocomaltine, dan Vanilla Red Velvet.

Untuk mempromosikan produk-produknya lebih luas lagi, Jogja Donuts ingin membuat iklan di sosial media khususnya Instagram. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul "Perancangan Iklan Produk Jogja Donuts Menggunakan Teknik Live Shoot Sebagai Media Promosi". Hasil jadi iklan yang dibuat akan diunggah pada akun instagram Jogja Donuts melalui instagram (@jogja.donuts) milik mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dibahas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang video iklan Jogja Donuts dengan teknik *live shoot* ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan Jogja Donuts, penulis membatasi masalah pada hal-hal berikut:

1. Pembuatan iklan ini menggunakan teknik *live shoot*.

2. Iklan tersebut akan diunggah ke *feed* instagram.
3. Hasil pembuatan iklan ini dengan ekstensi file. MP4, resolusi 1080p, dan *framerate* 30fps.
4. Lokasi syuting di dalam ruangan.
5. Iklan berdurasi 31 detik.

1.4 Maksud dan tujuan penelitian

1. Membuat iklan Jogja Donuts menggunakan teknik *live shoot*.
2. Mempromosikan produk Jogja Donuts lewat sosial media menggunakan teknik *live shoot*.

1.5 Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian dari judul penulis angkat adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Peneliti

- a. Menyelesaikan program S1 Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Mampu membuat iklan *live shoot* secara personal.
- c. Dapat mengetahui lebih dalam teknik *live shoot* dalam pembuatan iklan.
- d. Dapat mengetahui lebih dalam apa saja persiapan syuting iklan produk.

1.5.2 Bagi Universitas AMIKOM

- a. Menambah ragam teknik dalam skripsi teknik *live shoot* yang ada di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Menambah pustaka penelitian pada perpustakaan Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis lakukan dalam pembahasan penerapan teknik *live shoot* adalah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara
Metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi tertentu melalui komunikasi antara pewawancara dan narasumber.
2. Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara tidak langsung melalui pengamatan terhadap akun Instagram Jogja Donuts dan toko offline Jogja Donuts.

3. Metode Studi Pustaka

Metode yang digunakan untuk mendapatkan konsep teoritis melalui buku dan jurnal sebagai bahan referensi yang dibutuhkan dalam penerapan teknik *live shoot*.

1.6.2 Metode Pembuatan Video Iklan Produk

1. Pra Produksi

Tahap ini meliputi pembuatan konsep, ide, *shot list*, *storyboard*, *list* peralatan syuting, dan *list* produk dan bahan syuting.

2. Produksi

Tahap ini meliputi persiapan alat untuk pengambilan video *live shoot* seperti penataan kamera, penataan cahaya, penataan mini studio, dan pengambilan video *live shoot*.

3. Pasca Produksi

Tahap ini meliputi *offline editing*, *online editing*, dan *rendering* video *live shoot*.

1.6.3 Metode Implementasi

Hasil akhir dari iklan yang telah dibuat nantinya akan diimplementasikan di sosial media Instagram untuk digunakan sebagai media promosi lini produk Jogja Donuts.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai permasalahan yang melatar belakangi penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penulisan, dan sistematika penulisan pada penelitian yang penulis lakukan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas penelitian ini secara teoritis yaitu kajian pustaka, landasan teori, konsep, definisi, dan proses produksi yang digunakan dalam penerapan teknik serta pembuatan iklan ini.

BAB III : METOLOGI PENELITIAN

Pembahasan tentang analisis dalam perancangan seperti, analisis teknik yang digunakan dan pembuatan storyboard akan dibahas dalam bab ini.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas mengenai teknis pengerjaan penelitian secara mendetil proses produksi pada iklan ini sampai ketahap-tahap yang dilakukan.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penerapan teknik *live shoot* pembuatan iklan ini.

