

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penerapan multimedia pada perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi penjualan produk, perseorangan *public relation*, periklanan, dan penjualan secara langsung contohnya seperti menjual produk lewat internet. Kelebihan dari multimedia dapat menarik rasa dan menarik minat *customer* karena gabungan gambar bergerak, suara dan pandangan.

Iklan merupakan olahan informasi yang dikomunikasikan dalam bentuk pesan ataupun produk yang bersifat persuasif, atau mempengaruhi pandangan publik, untuk menarik minat agar pembeli ramai berkunjung dan membeli produk yang sudah disediakan, serta mendapatkan dukungan publik untuk berpikir dan bertindak sesuai dengan keinginan pemasang iklan.

Waroenk Geprek Iin berdiri sejak tahun 2019, warung makan ini terletak di Jalan Brigjend H. Hasan Baseri, Kecamatan Barabai, Provinsi Kalimantan Selatan. Waroenk Geprek Iin sendiri memiliki konsep pembangunan berkelanjutan dan dekorasinya yang minimalis.

Konsep pembangunan berkelanjutan dan konsep dekorasi yang minimalis salah satu konsep yang dimiliki oleh Waroenk Geprek Iin, agar *customer* bisa menikmati setiap proses pembangunan dan sensasi bersih dan nyaman untuk dipandang oleh para *customer*.

Sebelumnya Waroenk Geprek Iin belum memiliki iklan berbasis video. Waroenk Geprek Iin hanya memiliki sarana promosi melalui Instagram. Sosial media Instagram Iin ditunjukkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Waroenk Geprek Lin – Barabai, Kalimantan Selatan

(<https://www.instagram.com/waroenkgeprekin/?hl=en>)

Waroenk Geprek Lin sendiri bukan sekedar warung makan geprek kebanyakan, warung makan ini hadir dengan menggunakan 100% bahan berkualitas yang didatangkan langsung dari Daerah Banjarmasin. Tempat ini sangat cocok bagi para Mahasiswa dan masyarakat sekitar yang ingin merasakan sensasi sambel pedas manis khas Waroenk Geprek Lin dengan harga yang sangat terjangkau. Kualitas akan masakan dan hidangan menjadi prioritas di Waroenk Geprek Lin. Waroenk Geprek Lin memiliki sarana sosialisasi diri melalui video iklan yang dikolaborasikan dengan teknik Sinematografi dan *B-Roll*.

Munurut Frost teknik sinematografi adalah teknik yang dimana kita bisa membuat sebuah konsep video yang berekspresi, contoh orang yang sedang menangis dengan raut wajah malang yang menggambarkan dia sedang bersedih, ataupun orang tertawa dengan raut wajah gembira menggambarkan dia sedang bahagia.

Sedangkan Teknik *B-Roll* adalah *footage* yang bukan klip video wawancara, dan berfungsi sebagai pelengkap wawancara dan menceritakan kisah yang dibangun. Dalam situasi perekaman apapun, untuk teknik ini sendiri harus bisa mencari gambar atau *footage* yang relevan dengan cerita, contoh jika

seseorang bercerita tentang sepakbola, berarti pengambilan gambar atau *footage* harus sesuai dengan situasi dilapangan sepakbola, orang-orang melakukan pemanasan, mempersiapkan gawang, atau kondisi ruang ganti. Pengambilan gambar dalam berbagai ukuran, *wide shoot* yang menunjukkan konteks, aksi orang, adegan dan *close up* ekspresi. *B-Roll* yang baik tidak hanya menggambarkan apa yang diucapkan seseorang tapi juga memberikan sesuatu yang baru berupa wawancara dan *voice over*. Menurut Matt Easland - Jones pendiri *Story Ninety-four Oxford Inggris* Teknik *B-Roll* adalah bagian penting dalam suatu video untuk memberikan kesan dramatis, jikalau pembuatan video hanya menggunakan *A-Roll* saja maka video akan terlihat membosankan untuk ditonton dalam waktu lama.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memaksimalkan sarana publikasi kepada konsumen dengan menggunakan video iklan sebagai media publikasi pengenalan dan proses pembuatan *food* pada konsumen. Penelitian yang di gunakan antara lain wawancara, observasi, analisis, perancangan, pengambilan video, editing dan implementasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu merumuskan suatu masalah "Bagaimana pembuatan video iklan dengan teknik sinematografi dan *B-roll* pada Waroenk Geprek Iin"?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak keluar konteks dari permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka peneliti memberikan Batasan masalah :

1. Penelitian dilakukan pada Waroenk Geprek Iin Jalan Brigjend H. Hasan Baseri, Kecamatan Barabai, Provinsi Kalimantan Selatan.
2. Pembuatan video iklan berupa proses pembuatan makanan dengan Sinematografi dan *B-Roll* dikemas sedemikian rupa agar tidak menunjukkan secara gamblang atau jelas resep dari perusahaan tersebut.

3. Video iklan ini akan ditanyakan kembali kepada pihak Waroenk Geprek Iin apakah materi yang disampaikan sudah sesuai sebagaimana video iklan yang diinginkan pihak Waroenk Geprek Iin.
4. Proses pembuatan video iklan menggunakan *software* Adobe Premiere pro cc 2019 dan Adobe photoshop pro cc 2015
5. Video iklan akan diunggah dimedia social Instagram
6. Video iklan maksimal berdurasi 1.00 menit
7. Resolusi video iklan ini 1920 x 1080 *pixel*

1.4 Maksud

Maksud dalam penyusunan skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata 1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta
2. Menerapkan ilmu serta teori-teori yang di dapatkan dan diimplementasikan dalam dunia pekerjaan
3. Menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang Videografi, Sinematografi, dan periklanan serta menambah pengalaman tentang olah data pengembangan profesi sehingga diharapkan nantinya dapat bersaing di industri multimedia ataupun industri 4.0

1.5 Tujuan

Tujuan dari Penelitian dan tugas akhir “ Pembuatan iklan Waroenk Geprek Iin ini untuk :

1. Menonjolkan karakteristik suatu produk yang ada dalam Waroenk Geprek Iin dikemas dalam 1 video.
2. Mendeskripsikan cara pembuatan video iklan dengan teknik sinematografi dan *B-roll* pada Waroenk Geprek Iin.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentu harus memiliki sebuah manfaat, yang baik bagi peneliti atau elemen-elemen yang terkait dalam penelitian berikut beberapa manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian tersebut :

1. Manfaat Bagi Penulis
Menerapkan ilmu yang sudah didapatkan selama perkuliahan dan menambah wawasan dari hasil penelitian
2. Manfaat Bagi Waroenk Geprek lin
Dapat digunakan sebagai sarana promosi dan eksistensi dibidang wirausaha
3. Manfaat Bagi Akademik
Menambah referensi sekaligus acuan yang dapat dikembangkan lagi di kemudian hari dengan konsep dan teori lebih lanjut
4. Bagi Masyarakat
Membantu masyarakat mengenal makanan Waroenk Geprek lin serta proses pengolahan makanan dan dipromosikan di media sosial Instagram

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan video adalah sebagai berikut :

a. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti

b. Metode Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara kepada *owner* atau pegawai dari Waroenk Geprek lin dengan memperoleh informasi ataupun teori yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

1.7.2 Metode Analisis

Setelah melakukan pengumpulan data selanjutnya data yang sudah diperoleh diolah dan dianalisa, dalam melakukan pembuatan media iklan ini penulis menggunakan beberapa metode Analisa yang dilakukan metode Analisa system yaitu Analisa *SWOT (strength, weakness, Opportunities, Threats)*. Adapun

penulis juga memakai analisis kualitatif. Analisis ini lebih ke objektif. Memahami terjadinya peristiwa dan menggambarannya melalui metode statistic.

Analisa *SWOT* (*strength, weakness, Opportunities, Threats*) singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (tantangan) yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi dan memecahkan masalah yang ada pada instansi yang diteliti. Analisis *SWOT* (*strength, weakness, Opportunities, Threats*) adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Tujuan digunakan metode ini adalah untuk mengetahui kebutuhan.

1.7.3 Metode Perancangan

Metode perancangan adalah bagian-bagian atau tahapan bagaimana video iklan ini dibuat dimulai dengan pembuatan. Tahap perancangan ini dibuat sesuai dengan kebutuhan dari Waroenk Geprek In. Adapun bagian atau tahapan dalam pembuatan sebuah video iklan sebagai berikut:

- a. Pra Produksi, Identifikasi masalah atau kebutuhan, Sinopsis, *Treatment, Screenplay*.
- b. Produksi, Melakukan shooting sesuai dengan rancangan, selanjutnya, melakukan rekaman audio
- c. Pasca Produksi, Mengoreksi Hasil sementara setelah *editing* berupa, *synchronize* antara Gerakan *visual* dan audio, serta *rendering final* berupa video dengan format MP4
- d. Implementasi, Video iklan yang telah dibuat dan diunggah melalui media sosial Instagram.

1.8 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam pemahaman tugas akhir, maka penyusunan harus terstruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu peneliti membagi kedalam beberapa bab sesuai dengan pokok bahasan masing-masing sebagai berikut :

1. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian mengenai masalah yang diangkat dalam penelitian seperti, latar belakang rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

2. **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi uraian teori-teori yang berhubungan dengan video iklan, teknik sinematografi, dan multimedia. Teori tersebut bersangkutan dengan penelitian yang bertujuan memberikan penjelasan lebih dalam dari judul yang diangkat.

3. **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini berisi mengenai perancangan pada video iklan Waroenk Geprek Iin. Perancangan tersebut berisi konsep, desain dan pengumpulan bahan.

4. **BAB IV IMPLEMENTASIDAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai produksi video iklan Waroenk Geprek Iin dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

5. **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari video Waroenk Geprek Iin yang telah dibuat.

6) **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang daftar sumber informasi data dan teori baik dari buku maupun dari internet dengan mencantumkan nama.