

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam perkembangan teknologi informasi saat ini banyak digunakan untuk berbagai bidang pekerjaan untuk membantu pekerjaan manusia sehingga banyak kategori yang dapat digunakan. Salah satunya adalah dibidang broadcasting multimedia yang banyak digunakan untuk media informasi kepada satu orang atau lebih tujuannya adalah untuk memberikan pesan kepada penerima pesan yang di kemas menarik sehingga penerima pesan tersebut tertarik untuk mendapatkan informasi yang disajikan.

Dalam perkembangannya media informasi berbasis broadcasting multimedia dalam penyiarannya mengalami perkembangan dari radio, televisi dan yang saat ini lebih populer adalah media berbasis digital. Media digital ini dapat di temukan di berbagai platform sosial media. Karena kemudahannya mengakses, semua orang dapat mengaksesnya diamanapun dan kapanpun. Maka dari itu banyak bidang usaha memanfaatkan kelebihan tersebut untuk menjadikan sosial media sebagai media broadcasting untuk menampilkan iklan.

Di Jl. Rowosumo, Dusun Darungan, Desa Wonokerto Rt.03/Rw.04, Kecamatan Tekung, Kabupaten Lumajang. Terdapat bidang usaha makanan rumahan berbasis online yang baru dimulai pada awal tahun 2021, usaha ini

bernama Bitebowl by bitefood. Usaha tersebut dibuat karena dilatar belakangi pandemi COVID 19, konsep pada usaha makanan Bitebowl menggunakan ricebowl dengan masakan jepang yang dikemas menggunakan paper box yang dinilai lebih efektif dan efisien dalam pengemasan dan juga harganya, selain itu paper box yang digunakan juga lebih kekinian.

Dengan konsep usaha tersebut di kabupaten lumajang masih terbilang baru dan masih sedikit pesaingnya sehingga memungkinkan untuk menarik perhatian pelanggan, namun dalam promosinya Bitebowl masih menggunakan broadcast pesan sosial media dan story pribadi sehingga lingkup pembelinya masih dalam lingkup kerabat yang dikenal.

Pada masalah yang ada pada Bitebowl maka di adakan sebuah penelitian yang berjudul "PEMBUTAN VIDEO IKLAN PADA BITEBOWL LUMAJANG". Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan solusi promosi kepada Bitebowl berupa video iklan.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat di rumuskan dari latar belakang di atas yaitu "BAGAIMANA PEMBUTAN VIDEO IKLAN PADA BITEBOWL LUMAJANG"?

1.3. Batasan Masalah

Untuk mempermudah penelitian, maka dibuatlah batasan masalah dari rumusan masalah. Batasan batasan masalah tersebut adalah :

1. Penelitian dilakukan pada lingkup Bitebowl by bitefood.
2. Video iklan berisi tentang produk Bitebowl by bitefood.
3. Dalam pembuatan video iklan melalui tahapan MDLC (Multimedia Life Cycle).
4. Pembuatan video iklan ini menggunakan adobe premiere pro cc 2017 dan adobe after effects cc 2017.
5. Hasil video iklan dapat diputar menggunakan aplikasi media player.
6. Format video iklan berupa .MP4.
7. Hasil akhir dari penelitian ini berupa video dengan kategori video iklan.
8. Pada tahap distribution pada penelitian ini tidak dicantumkan karena diluar konteks penelitian.

1.4. Maksud Dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini;

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi program Strata 1 (S1) Sistem Informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
Dan bertujuan
 1. Membantu mempromosikan Bitebowl by bitefood Lumajang.
 2. Menerapkan ilmu dan pengalaman yang telah didapat dan dipelajari selama masa studi dengan harapan ilmu dan pengalaman yang

diperoleh dapat diterapkan pada dunia nyata dan bermanfaat bagi masyarakat.

1.5. Metode Penelitian

Berikut ini adalah metode yang di guakan dalam penelitian ini:

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

1.5.1.1. Metode Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengamati obyek tersebut sehingga mengetahui masalah yang ada, pada penelitian ini pengamatan pada Bitebowl by bitefood Lumajang. untuk kebutuhan pengambilan gambar.

1.5.1.2. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah metode dengan cara tanya jawab peneliti dengan narasumber, pada penelitian ini dilakukan wawancara dengan owner Bitebowl by bitefood Lumajang.

1.5.1.3. Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis adalah metode analisis SWOT, analisis kebutuhan fungsional dan analisis non fungsional.

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman sehingga tepat dalam mengambil keputusan. Analisis kebutuhan fungsional berupa kebutuhan yang berhubungan langsung dengan penelitian ini. Sedangkan analisis non fungsional merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui perangkat keras dan perangkat lunak yang akan digunakan pada penelitian ini.

1.5.1.4. Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini berupa tahap pra produksi video iklan yang membahas tentang konsep cerita dan storyboard yang digunakan sebagai acuan pada tahap berikutnya yaitu tahap produksi dan tahap pasca produksi.

1.5.1.5. Metode Testing

metode testing yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode alpha testing yang dilakukan pada lingkungan penelitian sebelum hasil penelitian yang berupa video iklan di upload ke media sosial.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini dibuat dengan sistematika penulisan yang secara garis besar sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang uraian pengantar dari inti permasalahan yang dibahas pada penelitian ini, yang berisikan: Latar belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang tinjauan pustaka dan dasar teori yang dapat di pertanggung jawabkan dalam pembuatan video iklan ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan tentang uraian pengumpulan data, analisis, dan tahapan concept dan design dalam pembuatan video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang uraian pembuatan video iklan berupa material collecting, assembly dan yang terakhir testing.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang uraian kesimpulan dan saran terhadap video iklan pada objek penelitian terkait

