

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Multimedia merupakan salah satu bentuk teknologi informasi yang menggabungkan gambar, teks, suara, video, dan animasi ke dalam suatu sistem informasi yang interaktif. Sistem informasi ini sangat berguna untuk pengambilan keputusan pengguna. Penerima informasi ini akan sangat puas karena mendapatkan informasi yang akurat dan menarik. Video merupakan salah satu bidang dalam multimedia, karena video memiliki keunggulan gabungan antara penglihatan, suara dan gerak, maka memiliki keunggulan menarik indera dan minat, sehingga lebih mudah untuk menyampaikan informasi, sehingga dengan berkembangnya teknologi video banyak yang digunakan sebagai media promosi.

Perkembangan ilmu dan teknologi merupakan bagian dari siklus pertumbuhan masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi mempermudah personal ataupun kelompok dalam penyampaian pesan. Video iklan merupakan salah satu jenis media promosi yang bisa digunakan untuk mempromosikan perusahaan. Media video menjadi bentuk baru dalam sebuah presentasi ke publik. Perlu diketahui juga bahwa kebanyakan orang lebih suka mendengar dan menonton dibandingkan dengan membaca pada saat presentasi. Hal tersebut menjadi kelebihan tersendiri bagi video iklan.

Raficom Rental Kamera Jogja adalah suatu perusahaan yang berdiri sejak tahun 2011 bergerak dibidang jasa rental alat multimedia. Selain jasa rental alat multimedia Raficom juga menyediakan paket dokumentasi video maupun foto. Awal mula berkonsentrasi pada penyewaan saja sekarang sudah menjalar seperti jasa video shooting acara formal sampai acara webinar. Raficom sendiri beralamat di Jl. Solo Km 9, Kembang, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta.

Dengan berkembangnya dunia digital di sektor multimedia, promosi yang dilakukan Raficom Rental Kamera Jogja masih menggunakan media gambar serta video gif saja untuk menarik minat calon penyewa, tentunya belum sepenuhnya informasi dan detail alat dapat diketahui oleh calon penyewa serta promosi yang dilakukan masih dirasa kurang untuk memikat calon penyewa. Selain itu Raficom Rental Kamera Jogja juga membutuhkan konten baru dengan membuat iklan dalam bentuk video dengan inovasi dan kreasi yang baru dari promosi-promosi yang sebelumnya. Disamping itu banyaknya saingan tempat sewa alat multimedia yang sangat banyak khususnya di daerah jogja ini membuat Raficom masih kurang dikenal oleh beberapa konsumen dan masih belum banyak informasi yang diketahui oleh konsumen tentang alat yang disewakan Raficom Rental Kamera Jogja.

Tentunya hal atau solusi yang harus dilakukan adalah dengan cara membuat inovasi-inovasi baru dalam membuat video iklan agar penyampaian informasinya dapat diterima secara jelas , ringkas , dan mudah diingat oleh calon konsumen. Dengan penyampaian secara visual dan meningkatkan promosi dalam bentuk video iklan dengan inovasi baru maka membuka peluang untuk meningkatkan jumlah konsumen

agar dapat mengetahui informasi lebih tentang alat yang disewakan oleh Raficom Rental Kamera Jogja. Dengan menggunakan teknik livenesshoot, teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung, teknik tersebut merupakan elemen penting dalam sebuah video, dan b-roll sendiri adalah pelengkap atau penjelas dari video livenesshoot yang memperlihatkan detail objek yang lebih detail sehingga video menjadi lebih hidup dan menjadi lebih menarik. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul : "Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Raficom Rental Kamera Jogja Dengan Menggunakan Teknik Live Shoot Dan B-Roll".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana cara membuat sebuah video iklan Raficom Rental Kamera Jogja sebagai media promosi ?"

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan diatas, dalam pembuatan iklan Raficom Rental Kamera Jogja penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu:

1. Dalam video iklan ini menggunakan teknik *Live Shoot* dan *B-Roll*.
2. Menggunakan format video H.264 berekstensi .MP4 dengan kualitas HD resolusi 1920x1080p.
3. Software editing yang digunakan adalah Adobe Photoshop, Adobe Premier Pro.

4. Hasil video berdurasi -+ 1 menit.
5. Informasi yang disampaikan mencakup alat yang disewakan.
6. Hasil akhir video iklan akan dipublikasikan di media sosial Instagram.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun Maksud dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan pada program studi sarjana Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Tujuan penelitian adalah :

1. Untuk membantu mempromosikan Raficom Rental Kamera Jogja ke masyarakat luas.
2. Membantu calon penyewa untuk mengetahui informasi alat yang disewakan oleh Raficom Rental Kamera Jogja.
3. Untuk membantu menaikan insight postingan media sosial instagram Raficom Rental Kamera Jogja.

1.5 Manfaat

Manfaat pembuatan video iklan Raficom Rental Kamera Jogja adalah :

1. Bagi lembaga akademik, sebagai referensi dan sarana penambah pengetahuan kepada pembaca di kemudian hari.

2. Bagi peneliti, dapat meningkatkan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman dalam bidang multimedia. Serta mendapatkan ilmu baru dalam menggabungkan teknik baru.
3. Bagi objek penelitian, dapat menjadikan video iklan ini sebagai media alternatif dalam mempromosikan rental alat multimedianya.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Wawancara langsung dengan pemilik toko maupun karyawan toko secara langsung untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

2. Metode Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati langsung objek yang diteliti dan membuat pencatatan yang cermat dan sistematis. Dalam hal ini, penelitian langsung dilakukan di Raficom Rental Kamera Jogja.

3. Metode Literatur

Metode ini sendiri dilakukan dengan mempelajari materi dan teknik pembuatan Video Iklan B-roll yang bersumber dari internet.

1.6.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis SWOT yang digunakan karena metode perencanaan yang strategis untuk mengevaluasi Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) dalam suatu perusahaan atau proyek yang disebabkan faktor internal dan faktor eksternal.

2. Kebutuhan fungsional

Kebutuhan fungsional berisi proses yang akan disediakan sistem, termasuk bagaimana sistem harus bereaksi terhadap input tertentu dan perilaku sistem dalam situasi tertentu.

3. Kebutuhan non fungsional

Kebutuhan non fungsional berisi tentang informasi-informasi spesifikasi perangkat yang digunakan dan dibutuhkan selama pembuatan video iklan.

1.6.3 Metode Perancangan

1. Tahap Pra Produksi :

- a) Ide atau Konsep video iklan
- b) Storyboard

2. Tahap Produksi :

- a) Shooting

3. Tahap Pasca Produksi :

- a) Editing
- b) Coloring
- c) Rendering

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi akan dilakukan pengujian informasi. Jika ada kesalahan maka media akan diperbaiki. Pada tahap evaluasi ini digunakan metode pengujian yang dapat diterapkan pada video iklan Raficom Raental Kamera Jogja dan pembahasan informasi serta teknologi yang digunakan agar audiens dapat memahami visualisasi informasi tersebut untuk dijadikan sebagai media promosi.

1.7 Sistematika Penulisan

Berdasarkan metode yang akan digunakan dalam penyusunan laporan ini maka penulis dapat menuliskan sistematika penyusunan. Adapun sistematika penyusunan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, metode analisis dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang dasar-dasar teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi dan tinjauan pustaka yang berasal dari buku dan internet yang akan dijadikan sebagai bahan acuan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang penjelasan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil dari tahapan penelitian yang dilakukan secara menyeluruh termasuk hasil dari pengujian.

BAB V: PENUTUP

Pada bab penutup berisi kesimpulan yang didapat dari laporan penelitian yang dibuat, serta berisi saran tentang kekurangan atau kelemahan penelitian.