

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia, termasuk Indonesia. Salah satu teknologi yang berkembang pesat adalah komputer, baik perangkat keras maupun perangkat lunak dari komputer. Perkembangan teknologi ini juga menjadi salah satu media yang dijadikan pertimbangan untuk membuat sebuah periklanan untuk meningkatkan taraf hidup dan perekonomian masyarakat.

Periklanan merupakan salah satu strategi yang dipakai dalam sebuah bidang usaha produk maupun jasa dalam dunia marketing [1]. Periklanan secara garis besar

memiliki tujuan dalam bentuk mengkomunikasikan kepada semua orang atau audiens untuk membujuk supaya menggunakan produk yang digunakan. Pada era saat ini, periklanan semakin berkembang dan kreatif. Dunia periklanan kini tak hanya melalui media cetak, namun merambah dunia sosial media. Salah satu periklanan yang diminati adalah video promosi menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

Live shot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada saat

proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut [2]. *Motion graphic* pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain/animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis. Ini dapat dicapai dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti 2D/3D, animasi, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music [3].

Kedai *Frosty Tasty* Lombok Tengah merupakan salah satu 'ikon anak muda' yang menjual berbagai makanan ringan dan minuman. Kedai ini banyak dikunjungi oleh kawula muda untuk bersantai hingga mengerjakan tugas. Namun, seiring berkembangnya lapangan usaha kuliner dan persaingan yang ketat, kedai ini mulai kekurangan pengunjung. Maka dari itu dibutuhkan suatu upaya untuk meningkatkan promosi dan daya tarik masyarakat terhadap produk-produk Kedai *Frosty Tasty*.

Untuk membantu kegiatan promosi Kedai *Frosty Tasty*, maka perlu beberapa media untuk menampung semua informasi yang akan disampaikan kepada konsumen, agar lebih mengenalkan produk-produk kedai tersebut. Media promosi adalah suatu alat untuk memproses komunikasi penyampaian informasi tentang produk oleh produsen kepada konsumen [4]. Salah satu media promosi yang digunakan yaitu video iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* yang diharapkan dapat menjelaskan kepada masyarakat umum tentang gambaran umum kedai *Frosty Tasty*, keunggulan, serta produk-produk yang diperjualbelikan.

Video iklan *live shoot* Kedai *Frosty Tasty* ini menjadi salah satu alternatif yang dapat menarik banyak calon konsumen atau pengguna media sosial karena

dinilai memiliki daya tarik tersendiri dan tidak membosankan. Berdasarkan hasil survei pada awal tahun 2017, dari 124.777 masyarakat Indonesia 21,9% lebih menyukai konten video dibandingkan dengan jenis konten lainnya seperti artikel dan infografis [5]. Hal ini sejalan dengan hasil peringkat situs yang paling sering dikunjungi di Indonesia pada tahun 2016 adalah *Youtube.com* setelah *Google.com* [6]. Maka akan lebih efektif jika promosi Kedai *Frosty Tasty* melalui media sosial dilakukan dengan menggunakan video promosi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka Penulis menentukan judul “Perancangan dan pembuatan video iklan di Kedai *Frosty Tasty* Lombok Tengah dengan *Live shoot*” dan diharapkan dapat memudahkan penyampaian informasi dalam video berdurasi singkat, serta agar tampilan video profil terlihat tidak monoton dan menarik minat masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalahnya adalah bagaimana model perancangan dan tahapan pembuatan video iklan di Kedai *Frosty Tasty* Lombok Tengah?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, penelitian ini memiliki batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Pembuatan video iklan khusus Kedai *Frosty Tasty* Lombok Tengah.
2. Penelitian ini menggunakan Teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui model perancangan dan tahapan pembuatan video iklan di Kedai *Frosty Tasty* Lombok Tengah.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin diperoleh dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan penulis dalam merancang video iklan promosi dengan teknik *live shoot* dan *motion-graphic*.

2. Bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta

Menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang dapat digunakan untuk penelitian dengan topik atau permasalahan yang serupa.

3. Bagi Masyarakat

Membantu Kedai *Frosty Tasty* mengembangkan usahanya serta menambah ketertarikan masyarakat terhadap Kedai *Frosty Tasty*.

1.6 Metode Penelitian

Agar menghasilkan data dan laporan yang akurat dan relevan, metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa tahap yaitu sebagai berikut :

1. Concept

Tahap pengonsepan adalah tahap untuk menentukan tujuan dan siapa pengguna program (*identification audience*). Selain itu tahap ini juga menentukan jenis aplikasi (presentasi, interaktif, dan lain-lain), dan tujuan aplikasi (informasi, hiburan, pelatihan, dan lain-lain), serta spesifikasi umum, misalnya ukuran aplikasi, target, dan lain-lain (Binanto, 2010).[15]

2. Design

Design (perancangan) adalah tahap membuat spesifikasi mengenai arsitektur program, gaya, tampilan dan kebutuhan material/bahan untuk program. Dalam tahap *Design* ini menggunakan skenario dan *storyboard* untuk merancang alur proses informasi secara *detail* dan terstruktur sehingga mempermudah pengerjaan pada tahap *assembly* (Binanto, 2010).[15]

3. Material Collecting

Material collecting adalah tahap pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan yang dikerjakan. Bahan-bahan tersebut antara lain gambar *clip art*, foto, animasi, video, audio, dan lain-lain yang dapat diperoleh secara gratis maupun pemesanan kepada pihak lain sesuai dengan rancangannya (Binanto, 2010).[15]

4. Assembly

Tahap *assembly* (pembuatan) adalah tahap dimana semua objek atau bahan multimedia dibuat dimulai dari tahap *shooting*, *editing*, hingga *rendering* video. Pembuatan aplikasi didasarkan dari struktur navigasi pada tahap *design*, menggunakan *storyboard* dan skenario (Binanto, 2010).[15]

5. TestIng

Proses *testing* (pengujian) dilakukan setelah selesai tahap pembuatan (*assembly*), dengan menjalankan aplikasi/program dan dilihat apakah ada kesalahan atau tidak. Tahap pertama pada tahap ini disebut tahap pengujian alpha (*alpha test*) yang pengujiannya dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatnya sendiri. Setelah lolos dari pengujian alpha, selanjutnya dilakukan pengujian beta yang melibatkan pengguna akhir (Binanto, 2010).[15]

6. Distribution

Pada tahap ini, aplikasi akan disimpan dalam suatu media penyimpanan. Tahap ini juga dapat disebut media evaluasi untuk pengembangan produk yang sudah jadi supaya menjadi lebih baik. Hasil evaluasi ini dapat digunakan sebagai masukan untuk tahap *concept* pada produk selanjutnya (Binanto, 2010).[15]

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika yang digunakan untuk menyusun skripsi ini berdasarkan tiap bab, sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami skripsi ini. Secara garis besar sistematika pembahasan tiap-tiap bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tinjauan pustaka dan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti, yang berguna sebagai dasar perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan analisis sistem dan perancangan tentang tinjauan umum objek penelitian, berisi penjelasan metode penelitian, tahap perencanaan, pemodelan data dan *scenario* yang akan di buat.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan implementasi dan analisis uji coba sistem yang di usulkan. Dengan menguraikan tentang tahapan peneliti dalam mengembangkann product, serta membahas hasil testing sistem.

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dari proses penelitian yang berkaitan dengan analisis dan optimalisasi product yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dan berisikan saran-saran yang dapat digunakan peneliti untuk mengembangkannya di masa yang akan datang

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan tentang sumber-sumber, jurnal ataupun buku-buku yang menjadi refrensi sebagai acuan dalam penyusunan skripsi ini