

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam keseharian, manusia tidak dapat terpisahkan dengan media elektronik yang sekaligus sebagai media sosial salah satu perangkat yang paling sering digunakan adalah smartphone. Beberapa kegiatan yang dapat dilakukan menggunakan smartphone adalah membuka aplikasi media sosial seperti membaca status temannya di media sosial, saling berkomentar pada status, mengungkapkan apa yang mereka pikirkan pada status pribadinya dan masih banyak lagi aktivitas yang dapat digunakan untuk bertukar informasi.

Perkembangan informasi yang semakin pesat terutama pada teknologi menghubungkan orang. Semua itu dimungkinkan menggunakan adanya Internet, yang menciptakan keterbatasan tempat dan waktu bukan lagi menjadi penghalang untuk bertukar informasi. Begitu juga menggunakan teknologi komunikasi telepon selular yang tidak hanya dipakai buat menelepon saja, melainkan sudah mempunyai perkembangan teknologi yg terdiri menurut jejaring komunikasi yg luas yaitu internet.

Keberadaan teknologi informasi seperti internet telah membuka dunia baru, interaksi dan pasar baru serta jaringan bisnis global yang tidak terbatas. Internet disebut juga dengan dunia maya atau *cyberspace*. Kehadiran Internet sebagai infrastruktur dan jaringan telah mendukung efektifitas dan efisiensi operasional suatu perusahaan, terutama perannya sebagai sarana publikasi, komunikasi, dan sarana pengumpulan pendapatan, mengumpulkan berbagai informasi yang diperlukan.[1]

Pada kenyataannya terdapat beberapa fungsi dunia internet yang masih kurang disadari manfaat penggunaannya, seperti dapat digunakan untuk mendorong tingkat pemasaran atau promosi suatu usaha. Hal ini tak lepas dari keberadaan internet, media sosial dan penggunaannya. Dengan konsep seperti ini usaha akan mudah mendapat perhatian dari pembaca yang berpotensi menjadi calon konsumen. Bukan hanya itu saja, namun dapat memperkuat *branding* dari suatu usaha.

Adapun undang undang yang mengatur mengenai pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah yang dimuat pada Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 mengenai Pengelolaan tempat promosi dan pengembangan Usaha Mikro dan Usaha Kecil[2]. Hal ini menjadi dasar yang kuat bahwasannya adanya penelitian ini dapat berpartisipasi dalam mendukung program pemerintah untuk mendorong kemajuan suatu usaha baik itu besar maupun kecil.

Harapan yang ingin diraih oleh peneliti adalah media internet ini dapat dijadikan media untuk promosi pada usaha yang cukup dekat dengan peneliti. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan dorongan terhadap suatu usaha yang dirasa peneliti kurang dalam hal pemasaran. Objek yang dituju oleh peneliti adalah pluffy pancake.

Pluffy pancake adalah suatu usaha yang berkecimpung dalam dunia kuliner yang fokus pada makanan manis yaitu pancake. Hidangan ringan yang biasa dijadikan makanan anak muda kekinian ini sangat berpotensi besar jika usaha yang menaunginya didukung dengan media promosi yang tepat dan mampu merepresentasikan keunikan yang dimiliki oleh usaha Pluffy Pancake.

Atas uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat suatu video berbasis multimedia interaktif yang mampu mendorong tingkat keberhasilan dan income dari Pluffy Pancake sebagai objek penelitian sehingga mampu menarik minat dari konsumen luas untuk lebih mengenal produk yang ditawarkan. Selain itu, perancangan video ini dapat memberikan solusi bagi usaha Pluffy Pancake untuk meningkatkan tingkat produktivitas serta menjangkau pasar yang lebih luas.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu "Bagaimana merancang video iklan menggunakan Teknik B – Roll dan Live Shoot pada *Pluffy Pancake* sebagai media promosi?".

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun Batasan – Batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu.

1. Media Promosi yang digunakan adalah Instagram.
2. Iklan berbasis video yang memiliki panjang durasi 0.59 detik.
3. Objek Penelitian yang digunakan adalah Pluffy Pancake.
4. Kualitas yang digunakan adalah HDTV 1080p 24 *High Quality Video*, dengan *type* data (mp4).
5. Seluruh regulasi dan aset yang dibutuhkan untuk merancang video yang dimaksud disesuaikan dengan kebutuhan Objek Penelitian pada Poin 3.
6. Penelitian ini menghasilkan produk video yang akan diunggah pada media sosial.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini yaitu untuk merancang video iklan menggunakan Teknik B – Roll dan Live Shoot pada Pluffy Pancake sebagai media promosi.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

- 1.5.1 Sebagai media promosi bagi Pluffy Pancake dalam memasarkan brand dan produk yang dijual.
- 1.5.2 Sebagai penelitian terapan bagi peneliti untuk mengimplementasikan teknik live shoot dan b roll pada video yang dirancang.
- 1.5.3 Sebagai sumbangan ilmu dalam media multimedia interaktif pada Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

##### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

###### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Observasi dilakukan peneliti dengan berkunjung secara langsung ke Objek Penelitian kemudian melakukan pengamatan secara langsung bagaimana kondisi di lapangan. Sehingga temuan tersebut dapat dijadikan ide dalam membangun konsep serta video semacam apa yang mampu mendorong minat calon customer.

###### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Wawancara ditujukan peneliti untuk mengetahui apakah penelitian ini mampu memberikan dampak bagi keberlangsungan Pluffy Pancake untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Sehingga perlu dilakukan beberapa pertanyaan guna mendukung simpulan yang tepat terkait penelitian apa yang mungkin dilakukan.

#### **1.6.2 Metode Analisis**

Metode analisis yang dipilih oleh peneliti adalah Analisis SWOT disini digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal. Adapun faktor yang dimasuk yaitu Strengths yang berarti kekuatan, Weakness yang artinya kelemahan, Opportunities berarti peluang, dan Threats sebagai ancaman.

#### **1.6.3 Metode Perancangan**

Metode perancangan adalah metode yang dilakukan sebelum kegiatan pra-produksi yang termasuk beberapa persiapan, yaitu, merancang konsep, scheduling dan storyboard dari iklan.

#### **1.6.4 Metode Pengembangan**

Metode pengembangan yang akan digunakan peneliti yaitu menggunakan langkah-langkah produksi, misalnya perancangan & shooting. Selanjutnya masuk ke tahapan pasca produksi merupakan editing, tracking, compositing, dan rendering bila output telah sinkron yang diharapkan.

#### **1.6.5 Metode Testing**

Tahap ini berupa pengujian setelah video berhasil diunggah ke media sosial, dengan menyebar kuisioner guna mengetahui presentasi kepuasan penonton video yang telah dirancang.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan pada penelitian berbasis perancangan video iklan menggunakan Teknik B – Roll dan Live Shoot pada Pluffy Pancake sebagai media promosi.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Membahas mengenai pengantar permasalahan yang akan dibahas sekaligus mendasari penelitian ini, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian yang dirancang menggunakan teknik live shoot dan b roll.

### **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Menjelaskan mengenai analisis dan perancangan, seperti Analisis SWOT, Analisis Kebutuhan Fungsional, Analisis Kebutuhan Non Fungsional, Perancangan Storyboard, Perancangan Naskah, dan Ide.

**BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Membahas mengenai hasil jadi serta bukti proses pembuatan rancangan yang dibuat serta melakukan pengujian mengenai kepuasan terhadap media promosi berupa video.

**BAB V : PENUTUP**

Memuat bab penutup seperti kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

