

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Kumon seturan adalah salah satu tempat kursus matematika dan bahasa inggris yang berlokasi, jalan. seturan raya No. 171 caturtunggal depok sleman yogyakarta. kumon seturan memiliki konsep minimalis dengan berbentuk kotak seperti ruko dengan pembagian ruangan, Ruang depan untuk menyambut tamu sekaligus ruang tunggu orang tua, dan juga tempat menaruh alat-alat sekolah anak-anak seperti tas ,bekal.minuman dan lain-lain, dan bagian samping untuk menyimpan lembar soal dan toilet kecil, ruang tengah untuk tempat belajar dimana di isi dengan meja, kursi untuk tempat setiap anak-anak yang akan memulai tes dan terahir gudang untuk menyipkan barang-barang, dari hasil wawancara dengan Yeni Agustina Situmorang, SE. selaku instructor kumon seturan, kumon seturan yogyakarta yang memiliki metode dalam periklanan atau promosi di sosial media khususnya instagram yang terbilang masih kurang maksimal menyebabkan orang sekitar kurang mengerti dan kurang mendapatkan informasi yang valid. kumon seturan yogyakarta menggunakan media instagram sebagian media promosi namun sistem yang di lakukan kumon seturan terbilang kurang menarik untuk di lihat konsumen, dari awal pembuatan akun instagram tersebut kumon seturan hanya fokus di upload foto dan story bahkan sampai saat ini, namun dalam pembuatan video konten hanya satu dengan durasi 38 detik dan hanya di putar 49 kali saja, dengan kurangnya mendapatkan perhatian dari setiap pengguna instagram, menyebabkan tidak adanya peningkatan yang signifikan dalam melakukan promosi kumon seturan.

Di zaman moderen saat ini khususnya dalam periklanan sangatlah berkembang, tidak hanya ada dalam ptelevision saja namu ada juga periklanan melalui media sosial, dalam penggunaan teknik dalam pembuatan video iklan sebagai media promosi memiliki banyak macamnya, salah satunya yaitu *Teknik live shoot* yaitu teknik pengambilan gambar yang di lakukan secara langsung dan *Efek transis* yaitu suatu

perpindahan dari slide 1 ke slide 2 seperti menggabungkan dari satu video ke video lainnya agar memiliki hasil yang lebih bagus, rapi dan tidak terlihat kaku atau monoton. Dengan setiap cerita yang di kemas dalam bentuk file video berupa iklan sebagai media promosi yang tidak membosankan.

Dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin maju, menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting untuk mendapatkan suatu informasi yang berkualitas, untuk itu dengan kemajuan teknologi informasi saat ini dapat dipergunakan diberbagai aspek, salah satunya di periklanan dan promosi, khususnya pada media iklan instagram.

Instagram salah satu aplikasi dari smartphone yang dirancang khusus untuk menjadi wadah media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang memiliki fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10).[1]

Media sosial merupakan suatu informasi berbasis digital, setiap penggunanya saling terhubung satu sama lain dan bisa saling berinteraksi, berpartisipasi dan saling memberikan informasi di setiap platform media sosial. Setiap pengguna media sosial sangat memberi dampak yang besar dan mempermudah setiap penggunanya untuk berkomunikasi satu dengan yang lain, baik berupa pesan atau video, konten dan lain sebagainya, dengan kemajuan teknologi saat ini yang semakin pesat penggunaan media sosial memiliki banyak sekali ragam salah satunya yaitu: Aktifitas marketing bisnis, iklan dan promosi, yang semakin moderen, saat ini sangat mempermudah masyarakat bahkan para pebisnis handal dalam melakukan pekerjaan mereka, khususnya dalam aktifitas marketing seperti memperkenalkan jasa maupun produk mereka dengan menggunakan media sosial seperti Instagram.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, dapat ditetapkan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

“Bagaimana cara membuat video iklan sebagai media promosi dengan menggunakan Teknik Live Shoot Dan Efek Transisi Video Pada Kumon Seturan Yogyakarta, agar dapat menjadi daya tarik dan efektif dalam menyampaikan informasi dan promosi mengenai kumon seturan yogyakarta.”

## **1.3 Batasan Masalah**

Dengan rumusan yang ada, untuk memfokuskan pembahasan peneliti perlu membatasi setiap ruang lingkup dalam pembahasan yaitu.

1. Membuat video iklan kumon seturan yogyakarta dengan menggunakan teknik live shoot dan efek transisi.
2. Editing menggunakan software adobe premiere, adobe photoshop dan adobe audition.
3. Penelitian ini hanya sampai pada tahap pembuatan video promosi dengan pengujian yang terbatas kepada owner kumon seturan yogyakarta.
4. Pengujian hasil menggunakan beta testing.
5. Pembuatan video ini melibatkan beberapa tahap yaitu meliputi tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

## **1.4 Maksud dan Tujuan penelitian**

Maksud dan tujuan penelitian dalam melakukan penelitian serta melakukan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **1.4.1 Maksud Penelitian**

1. Menerapkan ilmu yang telah di peroleh di universitas amikom yogyakarta.
2. Mampu mengembangkan diri dan memiliki tahap pengembangan diri dalam proses pembuatan video.
3. Memahami mengenai adanya dampak dari pembuatan media iklan promosi

4. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program studi S1 Informatika universitas amikom yogyakarta serta mendapatkan gelar sarjana komputer (S.KOM).

#### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

1. Membuat video iklan sebagai media promosi kumon seturan yogyakarta.
2. Sebagai sarana baru dalam memberikan informasi kepada masyarakat khususnya para orang tua, dengan menggunakan teknik live shoot dan efek transisi pada video.
3. Mengembangkan kemampuan yang sudah di dapatkan dari universitas amikom yogyakarta.
4. Menciptakan media promosi yang berbeda dari yang sebelumnya.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Untuk memperoleh data dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengambil langkah-langkah sebagai berikut:

##### **1.5.1 Metode pengumpulan Data**

1. Wawancara

Untuk menggumpulkan data peneliti menggunakan metode tanya jawab kepada pihak pengelola kumon seturan yogyakarta agar memperoleh informasi yang di perlukan dalam penelitian ini.

2. Observasi

Yaitu dengan menggumpulkan data langsung ke lapangan agar memperoleh informasi, untuk pembuatan video iklan sebagai media promosi secara maksimal.

### 1.5.2 Metode Analisis Data

Dengan menggunakan metode analisis data, dapat diidentifikasi dengan menggunakan dua analisis yaitu analisis swot serta analisis kebutuhan sistem yang di dalamnya terdapat dua bagian yaitu: analisis fungsional serta non fungsional.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Dalam tahap metode perancangan ini peneliti dapat melakukan penyusunan cerita. Baik dari segi konsep maupun ide serta storyboard dan juga menggunakan diagram scene.

#### a. Pra produksi

Seperti yang sudah di ajarkan bahwa pra produksi adalah suatu konsep awal yang sudah di persiapkan untuk memulai suatu proyek, untuk itu dalam tahap pembuatan video iklan sebagai media promosi kumon setoran yogyakarta memerlukan tahap pra produksi, serta mengandung *storyboard*.

#### b. Produksi

Seperti yang kita ketahui bahwa praproduksi memiliki beberapa tahap yaitu

##### 1. Shooting

Di tahap ini peneliti melakukan pengambilan gambar dalam bentuk video.dengan mengikuti konsep *storyboard* yang sudah ada.

##### 2. Capturing

Melakukan proses pengumpulan data atau bahan-bahan dalam bentuk tahap proyek editing video, hasil dari proses shooting yang masih dalam memory card lalu melakukan pemindahan dalam bentuk hardisk.

##### 3. Editing

Menyusun hasil dari proses shooting, yang sesuai dengan *storyboard* yang sudah ada.

##### 4. Audio

Proses melakukan penggabungan antar musik dan gambar video untuk memenuhi kebutuhan dalam alur video.

#### 5. Finising

Mencapai tahap akhir dari proses pembuatan editing video.

#### c. PascaProduksi

Dalam tahap ini yaitu melakukan penyatuan video yang sudah jadi untuk menuju tahap rendering yang dilakukan editor.

### **1.5.4 Metode Pengujian**

Dalam hal ini peneliti melakukan proses pengujian video iklan sebagai media promosi dengan pengujian beta testing.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Supaya dalam menyajikan laporan ini akan mudah untuk di pahami dan berstruktur oleh sebab itu adanya suatu sistematika penulisan terhadap item-item permasalahan adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian ini membahas tentang latar belakang suatu masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

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

Pada bagian ini menjelaskan tentang suatu tinjauan Pustaka yang dimana merupakan hasil dari penelitian lain serta sebuah teori-teori dasar yang memiliki kaitan dengan penelitian ini dan teori-teori dasar yang di butuhkan untuk penelitian ini.

#### **BAB III ANALISI DAN PERANCANGAN**

Pada bagian ini membahas tentang analisi dan perancangan mengenai iklan yang dibuat, serta membahas kebutuhan yang dibutuhkan saat pembuatan video iklan.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini menjelaskan tentang cara dan tahapan dalam pembuatan iklan.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bagian ini membahas mengenai kesimpulan pada setiap bab dan membahas sarana-sarana yang bermanfaat, kesimpulan adalah suatu rangkuman yang akan di buat dari seluruh topik yang akan di bahas serta merangkum topik agar bisa bermanfaat dari penelitian tentang iklan yang akan di buat. Saran adalah memberikan solusi terhadap kekurangan pada iklan dan memberikan solusi untuk perkembangan selanjutnya.

