

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu komponen penting yang menunjang kesuksesan dalam menjalankan bisnis adalah pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang berperan penting dalam mencapai target bisnis, meningkatkan penjualan sampai meningkatkan *brand awareness* adalah promosi. Promosi mempunyai banyak cara seperti beriklan di televisi, radio, memasang *billboard* pinggir jalan, dan bahkan beriklan di berbagai media *online* seperti di media sosial, *website*, dan lainnya.

Untuk mendukung kegiatan periklanan tersebut, saat ini terdapat berbagai fasilitas yang begitu berkembang di bidang teknologi. Salah satunya berupa audio visual atau video, yang dapat menghasilkan sebuah karya berbentuk film, iklan, dokumenter dan multimedia lainnya. Video saat ini menjadi media yang paling populer dan digemari para pemirsa di berbagai media seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *Tik Tok*, dan media lainnya.

Selain itu, iklan di video menjadi media promosi yang mendukung keberhasilan bisnis di berbagai bidang, seperti bisnis kuliner, *fashion*, dan lainnya. Video iklan telah menjadi media komunikasi modern dan efektif dalam memberi sebuah informasi yang baik dan benar, dengan didukung oleh visual yang jelas, warna yang menggugah selera, suara yang jernih, dan resolusi video yang tinggi, serta proses editing video iklan yang membantu untuk membuat di dalam video iklan lebih menarik ketika dipromosikan di media sosial.

Video iklan sebagai media promosi saat ini telah banyak dilakukan oleh perusahaan/restoran untuk mempromosikan produk dan layanan yang diberikan. Para pembuat video iklan berlomba-lomba untuk membuat video iklan yang menarik untuk konsumennya. Menurut Munir dalam buku *Multimedia* pada tahun 2013 menjelaskan bahwa video iklan memiliki peran penting dalam multimedia. Dalam bidang periklanan yang efektif, video iklan dapat digunakan untuk menawarkan produk dan informasi kepada konsumen. Iklan dapat berbentuk teks, suara dan warna yang dilengkapi dalam video. Menurut Liliweri (2011), iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memberikan

informasi untuk para pendengar, pemirsa, dan pembaca agar mereka melakukan tindakan yang tertentu.

Untuk membuat video iklan, dalam penelitian ini menggunakan teknik *live shoot* dan *color grading*. Tujuan menggabungkan kedua teknik tersebut adalah agar ada kemudahan dalam pembuatan video iklan yang difokuskan di pewarnaan video secara detail dan menampilkan video iklan yang membuat penonton/konsumen tertarik kepada restoran ini.

Color grading merupakan salah satu kunci utama pada pembuatan video iklan yang dapat memberikan rasa ketertarikan ketika penonton/pemirsa ini melihat video maupun gambar yang disajikan. Menurut Stephanie Jonatan dan Hen Dian Yudani (2022), *color grading* dapat dilaksanakan di pasca produksi. *Color grading* ini merupakan salah satu faktor penting yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dalam pembuatan video. *Color grading* ini menjadi proses koreksi pada video atau gambar untuk meningkatkan nilai estetika dan kualitas video tersebut.

Dalam tugas akhir/skripsi ini penulis akan membuat video iklan pada Restoran Tenda Gurih Purwokerto dengan menggabungkan teknik *live shoot* dan *color grading* yang akan dikombinasikan untuk membuat penonton/konsumen akan tertarik pada video yang telah dipublikasikan secara digital atau melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Berdasarkan uraian di atas penulis mengajukan judul **“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN MENGGUNAKAN TEKNIK *LIVE SHOT* DAN *COLOR GRADING* PADA RESTORAN TENDA GURIH PURWOKERTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana membuat video dengan penggabungan teknik *live shoot* dan *color grading* pada media promosi?
2. Apakah penerapan *color grading* pada video iklan berpengaruh dalam tahapan pasca produksi?

1.3 Batasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan-batasan masalah dalam melakukan perancangan ini yaitu :

1. Perancangan ini difokuskan pada promosi di media sosial tentang Restoran Tenda Guruh Purwokerto .
2. Perancangan video iklan yang menggunakan teknik *live shoot* dan *color grading* berpengaruh terhadap video iklan Restoran Tenda Guruh Purwokerto.
3. Menggabungkan teknik *live shoot* dan *color grading*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah merancang media promosi video iklan Restoran Tenda Guruh Purwokerto dengan penggabungan teknik *live shoot* dan *color grading* yang dapat menarik konsumen/penonton yang peminat kuliner.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah dapat membedakan video iklan yang belum melakukan *color grading* dan video iklan dengan teknik *color grading*, dan juga mengkaji ketertarikan para penonton terhadap video iklan yang dihasilkan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan pada gambar merupakan langkah yang paling strategis pada penelitian.

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil pada suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Observasi pada hakikatnya adalah kegiatan yang menggunakan pancaindra, penglihatan, penciuman, pendengaran, yang bertujuan untuk memperoleh informasi untuk menjawab masalah penelitian.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berupa arsip-arsip, gambar atau foto dan catatan lain yang berhubungan dengan penelitian.

1.6.2. Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan analisa yang digunakan sebagai alat perancangan strategi untuk mengevaluasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*,

dan *Threat* yang terdapat dalam suatu proyek. Menggunakan teknik ini dapat menganalisis secara spesifik tujuan dalam sebuah proyek atau perusahaan dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal.

Analisis pengolahan data merupakan analisa yang digunakan sebagai respons dari para responden yang diuji dari proyek yang dibuat agar mengetahui kekurangan dari hasil dari penelitian tersebut. Pada penelitian ini pengujian dilakukan melalui 2 tahap, yakni uji *Alpha* dan uji *Beta*. Perbedaan dari kedua tahap tersebut yaitu pengujian *alpha* merupakan pengujian yang akan dilakukan kepada para ahli yang memiliki profesi yang diinginkan penguji, sedangkan pengujian *beta* yaitu pengujian yang dilakukan kepada orang yang awam atau orang terdekat.

1.6.3. Metode Perancangan

Penelitian menggunakan metode perancangan video iklan dengan tahapan pra-produksi yang dilakukan seperti pembuatan ide, alur, dan *storyboard*. Pada tahapan ini akan dilakukan sebuah persiapan yang dibutuhkan untuk pembuatan video iklan tersebut.

1.6.4. Metode Pengembangan

Penelitian ini menggunakan metode pengembang dengan melakukan di tahapan produksi yang meliputi *shooting* menggunakan teknik *live shoot*. Selanjutnya di tahapan pasca produksi yang meliputi hasil editing yang sudah ditambah sentuhan *color grading*.

1.6.5. Metode Testing

Penelitian ini melakukan uji coba terhadap video iklan tersebut dengan melakukan penayangan berbayar di sosial media.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini penulis paparkan secara ringkas kandungan di setiap bab.

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisi gambaran uraian singkat mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini berisi tinjauan pustaka dari teori-teori dari para peneliti dan kajian terdahulu yang membahas pembuatan video iklan dari dasar sampai teknik *Live Shoot* dan *Color grading*.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, analisis masalah, alur pembuatan, analisis perancangan video iklan, Pra produksi, dan produksi video iklan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi menjelaskan tahapan produksi, pasca produksi, hasil video dari perancangan, dan pengujian data dari beriklan dan pengujian kuesioner.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dan saran untuk hasil dari penelitian ini.

