

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi khususnya pada bidang teknologi informasi membuat hal yang tadinya tidak mungkin menjadi mungkin. Aplikasi multimedia sering sekali bernilai strategis atau mempunyai kemampuan untuk meningkatkan keunggulan. Perkembangan teknologi yang kian cepat berdampak pada perubahan sikap dan perilaku manusia, begitu pun pada proses pembuatan video iklan.

Dengan kemajuan teknologi tersebut tentunya banyak hal menjadi mudah. Selain itu juga, memberikan kontribusi yang besar terhadap kemajuan dan pengembangan industri multimedia. Sama halnya dengan proses jual beli saat ini juga semakin pesat. Proses jual beli saat ini tidak hanya di lakukan secara konvensional saja tetapi juga mencakup transaksi online, peluang inilah yang di lihat perusahaan penjualan pakaian SECOND SPEZIAL dalam menentukan dunia bisnisnya.

Online Shop adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet, khususnya pada social media dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu. Disinilah periklanan menjadi kebutuhan primer bagi pelaku usaha sebab penjual tidak melakukan kontak fisik maka diperlukan sebuah iklan untuk sarana memperkenalkan sebuah brand produk maupun toko penjualnya sendiri sebagai sarana distributor brand kepada masyarakat.

Iklan pada umumnya haruslah bersifat informatif, namun pada kasus ini iklan pada media social khususnya instagram hanya mampu menampilkan video selama 59 detik. Sehingga dibutuhkan perancangan iklan yang informatif juga efektif.

Untuk memperkenalkan perusahaannya kepada masyarakat dan meningkatkan penjualannya. Secara sederhana iklan adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media.

Saat ini video iklan masih diakui sebagai salah satu cara berpromosi yang paling efektif untuk memasarkan produk baru dan dapat membantu meningkatkan penjualan. Perkembangan video iklan sendiri juga sangat pesat, terbukti hingga saat ini sudah ratusan video iklan yang diproduksi oleh sutradara video promosi. Jika saja iklan di kemas dalam bentuk video maka iklan yang di buat akan sangat informative dan akan lebih menarik lagi jika dalam proses produksinya menggunakan teknik green screen maka hasil video iklan akan tampak lebih hidup dengan efek video.

Uraian diatas mendorong penulis untuk melakukan penelitian *produksi iklan dengan teknik green screen*. Sehingga peneliti mengambil judul **"IMPLEMENTASI TEKNIK GREEN SCREEN PADA PRODUKSI IKLAN SECOND SEPEZIAL YANG BERGERAK PADA PENJUALAN PAKAIAN"**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah – masalah sebagai berikut :

1. Promosi yang di lakukan selama ini menggunakan poster gambar digital.
2. Promosi yang dilakukan saat ini tidak mampu menampilkan produk yang di jual secara menyeluruh.
3. Promosi saat ini sulit menggambarkan bagaimana perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Dari beberapa uraian yang penulis kemukakan pada bagian latar belakang tersebut, penulis dapat merumuskan permasalahannya adalah bagaimana cara menerapkan teknik green screen dalam pembuatan video iklan sebagai solusi bagi perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan, informasi, pemikiran, dan ilmu pengetahuan kepada pihak lain yang berkepentingan.
 - b. Sebagai acuan dan pertimbangan bagi penelitian yang selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan perancangan film dengan teknik green screen.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan dapat diterapkan guna meningkatkan efisiensi dalam penjualan.
- b. Bagi penulis, diharapkan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh penulis dan berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diketahui tujuan penelitian adalah untuk menerapkan teknik green screen dalam pembuatan video iklan sebagai solusi bagi perusahaan second spesial.

1.6 Metode Penelitian

Sebagai usaha dalam perancangan yang benar, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu dalam penelitian ini digunakan metodologi penelitian sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara langsung dengan manager Second spesial untuk memperoleh informasi data yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan dalam penelitian yang dilakukan.

2. Metode Pengembangan

Iklan yang dibangun memiliki beberapa tahapan yaitu : analisis kebutuhan produksi iklan, story board, implementasi, dan rendering.

3. Metode Perancangan

Merupakan metode perancangan yang dilakukan dengan merancang iklan mulai dari pengambilan gambar dan penginputan hasil record yang dimasukan kedalam aplikasi editing video yang di susun, diolah lalu di render.

4. Metode Pengujian

Merupakan metode uji yang di lakukan dengan cara melakukan pemutaran hasil rendering untuk mengetahui hasil video yang di buat.

1.7 Sistematik Penulisan

Yang digunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi penelitian dalam tiap bab yaitu sebagai berikut :

BAB I – PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II – LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III – ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mulai dari gambaran umum, analisis kebutuhan, dan praproduksi, dalam hal ini meliputi ide cerita, tema cerita, logline, sinopsis, character development, screenplay, storyboard.

BAB IV – IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai proses produksi iklan, Kemudian tahap pasca produksi atau dubbing, editing, compositing dan testing.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah penulis lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka ini berisi tentang sumber-sumber yang penulis gunakan untuk menulis penelitian, baik berupa literature dari internet, buku panduan, jurnal atau media lainnya.

