

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Visible Barbershop adalah salah satu perusahaan baru di Yogyakarta tepatnya berada di Jl. C. Simanjuntak no. 48, Terban, Yogyakarta, dikarenakan sebuah barbershop baru maka banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaannya. Berdasarkan data yang dihimpun dari Visible Barbershop, kebutuhan fashion semakin hari semakin meningkat, maka dari itulah perlu dilakukan adanya sebuah periklanan untuk lebih mengenalkan Visible Barbershop kepada masyarakat, diharapkan setelah adanya promosi penjualan mengalami peningkatan untuk kedepannya.

Iklan berfungsi untuk memberikan informasi, mempersuasi, mengingatkan, memberikan nilai tambah serta mendampingi upaya-upaya lain perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran. [11]

Perancangan dan pembuatan iklan pada Visible Barbershop Yogyakarta bertujuan sebagai media informasi dengan menerapkan *live shoot*. Pengertian *live shoot* sendiri merupakan pengambilan gambar bergerak secara langsung, serentetan perekaman tentang lingkungan, orang-prang, atau makhluk hidup lainnya yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, dan apabila ini disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang dapat membuat penontonnya terhanyut.[16]

Dari masalah tersebut, maka penulis akan mengangkat sebuah judul “Perancangan Video Iklan Sebagai Visible Barbershop Untuk Memperluas Pasar di Kota Yogyakarta”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana merancang s video iklan pada Visible Barbershop Yogyakarta?”

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah diatas terdapat permasalahan yang terkait dalam topik pembahasan. Untuk memfokuskan pembahasan penulis membatasi ruang lingkup diantaranya :

1. Perancangan dan pembuatan video iklan ini dilakukan pada Visible Barbershop Yogyakarta.
2. Gambaran mengenai isi dari video profil didalamnya berisi tentang :
 - a. Isi Visible Barbershop.
 - b. Cara kerja Visible Barbershop
 - c. Hasil karya potongan rambut yang telah di buat oleh Visible Barbershop dan proses pembuatannya.
3. Video iklan ini dibuat dengan software utama *Adobe Premiere Pro CC 2018* serta software pendukung lainnya yaitu, *Adobe Audition CC 2018*.
4. Hasil Akhir akan berbentuk video iklan dengan format .MP4 dengan durasi kurang lebih 1 Menit.

1.4 Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi dan mempromosikan kepada masyarakat umum tentang fasilitas dan hasil dari Visible Barbershop.
2. Sebagai penerapan ilmu multimedia yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis perancangan ini dapat menambah pengetahuan atas teori yang didapat dalam perkuliahan menyangkut perancangan dan pembuatan iklan.
2. Bagi Visible Barbershop dapat memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang Visible Barbershop sebagai salah satu barberhop yang ada di kota Yogyakarta

1.6 Metode Penelitian

Sebagai penunjang keakuratan dalam informasi dan dalam penelitian dapat tercapai maka diambil beberapa metode pengumpulan data yaitu :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung pada pihak yang terkait, sehingga didapatkan informasi yang dibutuhkan dalam merancang dan membuat video iklan.

b. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung kepada objek penelitian.

c. Metode Kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari dari berbagai referensi, jurnal, maupun buku-buku dan internet yang membahas tentang video iklan.

1.6.2 Metode Analisis

a. Analisis SWOT

Metode analisis yang digunakan adalah metode SWOT *Strength*(kekuatan), *Weakness*(kelemahan), *Opportunity*(peluang), *Threat*(ancaman) yaitu dengan menganalisis apakah video iklan Visible Barbershop layak digunakan atau tidak yang digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan video iklan barbershop.

b. Analisis Kebutuhan Sistem

Selain itu, peneliti juga akan menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan *non* fungsional. Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh iklan dari segi informasi. Sedangkan kebutuhan *non* fungsional terdiri dari *software*, *hardware*, *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode Perancangan yang digunakan untuk membuat video profil ini adalah metode Pra-Produksi yang meliputi tentang pembuatan konsep, isi, naskah, dan *storyboard*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Pada tahap pengembangan penulis melakukan tahapan produksi yaitu pengambilan video di objek penelitian tersebut. Kemudian tahap Pasca Produksi yang terdapat *editing*, memeriksa hasil *editing*, dan setelah hasil sesuai maka selanjutnya adalah *rendering* video.

1.6.5 Metode Testing

Pada tahap ini akan dilakukan peninjauan kembali terhadap video iklan tersebut untuk menekan adanya kemungkinan *crash*, *broken*, maupun *incomplete*, serta diuji kelayakan penayangan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran skripsi secara keseluruhan dan kemudahan dalam menelaah serta memahaminya, maka sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang diteliti, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dan dasar teori yang berhubungan dengan konsep perancangan video iklan perusahaan.

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang analisi dan perancangan yang digunakan dalam tahap pra produksi.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil dan proses pembuatan iklan Visible Barbershop yang meliputi tahanan produksi dan pasca produksi.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil dari rumusan masalah dalam perancangan dan pembuatan video iklan Visible Barbershop.

6. DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi atau sumber-sumber yang menjadi acuan dalam proses penyusunan penelitian tersebut.