

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cupangrolasan merupakan tempat budidaya ikan yang berdiri sejak tahun 2020 bulan Agustus. Cupangrolasan berlokasi di desa Becilen, Kabupaten Klaten. Pendiri Cupangrolasan membangun tempat budidaya ikan bertujuan untuk mengedukasi pembeli bagaimana cara memelihara dan membudidaya ikan hias air tawar yang baik. Pembeli Cupangrolasan masih terbatas orang di sekitar lingkungan budidaya atau relasi dari pemilik budidaya.

Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak terlepas dari pesatnya perkembangan telepon seluler. Pada tahun 2021 tercatat 90,54 persen rumah tangga di Indonesia telah memiliki/menguasai telepon Seluler. Angka ini meningkat jika dibandingkan dengan kondisi tahun 2018 yang mencapai 88,46 persen.[1]

Menurut Yogari Dewa Brata, penjualan melalui media komunikasi Whatsapp, masih terbatas hanya orang yang dikenal oleh pemilik Cupangrolasan dan belum menjangkau orang yang diluar Kabupaten Klaten. Oleh karena itu Cupangrolasan akan dibuatkan video iklan sosial media untuk mempromosikan kepada para pecinta ikan hias air tawar yang berada di luar Kabupaten Klaten.

Dengan adanya permasalahan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pembuatan Video Iklan Sosial Media Cupangrolasan Sebagai Media Promosi dan Informasi". Video yang dibuat akan disebarluaskan di media sosial

Instagram dan akan disesuaikan dengan aturan dan ketentuan yang ada pada media sosial tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu bagaimana Pembuatan Video Iklan Sosial Media Cupangrolasan sebagai Media Promosi dan Informasi.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Pembahasan difokuskan tentang proses pembuatan Video Iklan Sosial Media pada Cupangrolasan.
- b) Dalam proses pembuatan Video Iklan Sosial Media menggunakan perangkat lunak Adobe Premiere.
- c) Hasil akhir yaitu video pendek berdurasi 1 menit untuk ditayangkan di Instagram.
- d) Menggunakan format video H264 AVC (*Advanced Video Coding*) dengan resolusi HD (*High Definition*).

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini yaitu membuat video iklan sosial media yang akan ditayangkan di media *Instagram* Cupangrolasan.

1.5 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara – cara memperoleh data – data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Studi Kasus

Peneliti mengadakan eksplorasi mendalam dari sistem terikat misalnya, (kegiatan, acara, proses atau individu) berdasarkan pengumpulan data yang jelas dan akurat.

2. Metode Wawancara

Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada pemilik Cupangrolasan.

3. Metode Observasi

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

4. Metode Studi Pustaka

Mempelajari referensi dari jurnal maupun buku yang membahas proses pembuatan video iklan, buku tentang teknik *live shoot*, dan tutorial pembuatannya.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*).

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yaitu dimana tahap Pra-produksi untuk menentukan ide cerita, pembuatan *synopsis, scenario, dan storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

1. Produksi

Peneliti mulai melakukan shooting di lokasi yang telah ditentukan hingga terkumpul bahan yang dibutuhkan sesuai *storyboard* yang telah dibuat.

2. Pasca Produksi

Tahap dimana peneliti melakukan editing video, mulai dari penyusunan video, pembuatan visual efek, penambahan narasi ataupun *background*, hingga mencapai tahap rendering video.

1.5.5 Metode Implementasi

Tahap Implementasi digunakan setelah video jadi secara keseluruhan. video iklan ini nantinya akan digunakan atau di implementasikan melalui media sosial Instagram.

1.6 Sistematika Penulisan

Seperti umumnya laporan penelitian ilmiah, maka pada laporan tugas yang tercantum memberikan 5 (lima) bab, masing-masing bab ini meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang yang diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang

pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung perancangan video profil untuk media informasi.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan video profil secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini kan dibahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian video iklan dan implementasi dari video yang sudah dibuat.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran. Daftar Pustaka dan Lampiran.

DAFTAR PUSTAKA

