

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Video adalah kombinasi dari gambar, suara dan teks. Video dan animasi yang ditampilkan adalah sekumpulan banyak gambar dalam urutan cepat yang menghasilkan efek gerak. Perbedaan dari keduanya hanyalah dalam pengambilan gambar, gambar dalam video diambil dari kenyataan, sedangkan gambar-gambar pada animasi diambil dari gambar buatan tangan atau gambar yang dihasilkan dari komputer. [1]

Secara umum untuk meraih sukses dalam mencapai tujuan suatu perusahaan, diperlukan strategi yang tepat sasaran. Oleh sebab itu diperlukan seorang yang mampu membaca situasi dan kondisi pasar secara tepat. Untuk mencapai tujuan dalam suatu usaha pemasaran selalu membutuhkan alat atau media dalam penyampaian informasi kepada konsumennya, salah satunya adalah dengan cara membuat video iklan sebagai media informasi yang mampu memberikan informasi kepada masyarakat.

Waroeng Pohon adalah rumah makan dengan nuansa alam di Jogja, Rumah makan ini mempunyai konsep menyatu dengan alam yang mampu menciptakan nuansa bersantap seperti di kebun. Karena gaya interior dan eksterior yang unik dengan bangunan yang di dominasi oleh batu gamping serta rindangnya

pepohonan yang ada di sekitar rumah makan. Dengan memanfaatkan teknologi seperti video iklan, akan membantu dalam penyampaian informasi.

Waroeng pohon telah berupaya untuk mempromosikan dalam bentuk brosur, media sosial seperti instagram dan website. Dengan memanfaatkan teknologi multimedia seperti video iklan maka akan mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi sebagai media promosi yang efisien dan efektif. Berdasarkan hal diatas, maka diangkatlah penelitian Skripsi dengan judul : **Pembuatan Video Iklan Waroeng Pohon sebagai Media Promosi.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat video iklan pada Waroeng Pohon sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Ada beberapa batasan masalah yang terinci dalam penelitian ini. Hal ini diperlukan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada maka perlu adanya batasan masalah. Adapun pembagiannya sebagai berikut :

1. Pembuatan video iklan ini dilakukan pada Waroeng Pohon di Yogyakarta.
2. Proses pembuatan video iklan Waroeng Pohon mengikuti alur pra produksi dan pasca produksi.
3. Video iklan ini dibuat dengan software utama Adobe Premiere Pro

4. Hasil akhir akan berbentuk video iklan dengan format (.mp4) berdurasi 1 menit.
5. Pembuatan video ini menggunakan teknik *slow motion* yang dipadukan dengan video *live shoot*

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari pembuatan video iklan Waroeng Pohon sebagai media promosi adalah :

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah membangun media informasi sebagai promosi yang menarik sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk datang ke Waroeng Pohon.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk memenuhi syarat kelulusan strata 1(S1) pada
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA
2. Membuat video iklan untuk Waroeng Pohon sebagai media promosi yang menarik dan efektif.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data-data adalah sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengamati obyek terkait, sehingga didapatkan data yang akurat.

2. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi secara langsung seperti menanyakan sesuatu kepada pihak-pihak yang terkait di Waroeng Pohon.

1.5.2 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan untuk membuat video iklan ini adalah metode perancangan Pra-Produksi, Pproduksi dan Pasca Produksi.

1.5.3 Metode Pengembangan

Metode pengembangan yang akan dilakukan adalah dengan melakukan produksi yang terdapat *shooting* dan *review hasil* sementara. Kemudian tahap Pasca Produksi yang mendapat *editing*, memeriksa hasil *editing*, dan setelah hasil akhir sesuai maka selanjutnya adalah *rendering video*

1.5.4 Metode Testing

Setelah pembuatan video iklan selesai, Peneliti akan melakukan testing terhadap iklan dengan melakukan penayangan penyerahan hasil akhir video iklan di hadapan objek penelitian dan kuisioner.

1.5.5 Metode Implementasi

Metode implementasi yang digunakan dalam video iklan ini adalah metode implementasi pemutaran video pada media pemutar. Serta diupload pada media sosial milik Waroeng Pohon.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuab dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tujuan pustaka dan masalah mengenai pengenalan iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini membahas tinjauan umum tentang deskripsi singkat tentang objek penelitian, analisis, dan tahap pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang tahap produksi dan tahap pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil yang diperoleh dan sarana untuk pengembangan yang lebih baik.

DAFTAR PUTAKA

Berisi mengenai refrensi, baik buku maupun sumber internet yang digunakan dalam penelitian.

