

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Plafa Ice Buble Jogja adalah usaha yang bergerak dibidang kuliner khususnya pada produk minuman kemasan yang menawarkan rasa minuman yang segar dengan berbagai varian rasa seperti coklat,taro,cappuccino dll. Yang membedakan Plafa Ice Buble ini dengan produk minuman lainnya adalah adanya tambahan jelly didalamnya. Plafa Ice Buble dijual secara online pada media sosial instagram

Berdiri sejak dua tahun yang lalu atau tepatnya pada tahun 2015, Plafa Ice Buble Jogja ini terbilang produk yang baru sehingga belumlah dikenal luas oleh masyarakat. Setelah penulis melakukan penelitian pada obyek ini diketahuilah bahwa promosi yang dilakukan oleh Plafa ice Buble Jogja baru melalui media sosial instagram dan mulut ke mulut, tentu media yang digunakan ini masih dirasa kurang luas cakupannya untuk mempromosikan dan meningkatkan daya tarik konsumen terhadap Plafa Ice Buble Jogja.

Dari latar belakang tersebut,penulis mengangkat sebuah judul “Pembuatan Video Iklan Plafa Ice Buble Jogja dengan Teknik Live Shot dan Green Screen” yang tidak hanya akan ditayangkan pada media sosial instagram saja,tetapi juga RBTv ataupun videotron. Dengan adanya iklan tersebut diharapkan dapat memberikan informasi kepada calon konsumen dan memperluas pemasaran Plafa Ice Buble Jogja.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah mengkaji latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mendapatkan rumusan masalah yaitu : “ Bagaimana membuat iklan Plafa Ice Buble Jogja dapat menarik minat konsumen dengan menggunakan teknik *Live Shot* dan *Green Screen*?

## **1.3 Batasan Masalah**

Sesuai rumusan masalah diatas,maka batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini,yaitu :

1. Iklan ini dibuat untuk Plafa Ice Buble Jogja sebagai media promosi dalam bentuk video
2. Iklan ini akan berdurasi 30 detik
3. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Adobe Premier, Adobe After Efect dan Blender
4. Iklan ini menggunakan teknik *Live shot* dan *Green Screen*

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Adapun maksud yang penulis ingin sampaikan dari skripsi ini antara lain :

1. Sebagai syarat mendapatkan kelulusan dalam gelar sarjana di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Sebagai sarana pengembangan ilmu yang diperoleh selama melakukan studi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

#### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin penulis sampaikan dalam pembuatan skripsi ini adalah :

1. Membantu pihak Plafa Ice Buble Jogja dalam membuat sebuah konten guna promosi produk.
2. Membuat produk Plafa Ice Buble Jogja agar diminati oleh masyarakat luas.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

###### **a. Observasi**

Yaitu metode pengumpulan data untuk mendapatkan data yang valid dengan cara mendatangi langsung obyek penelitian dan bertemu langsung dengan pemiliknya.

###### **b. Studi Literatur**

Metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku pustaka yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

##### **1.5.2 Metode Analisis**

Dalam pembuatan iklan ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau spekulisasi bisnis

### **1.5.3 Metode Pembuatan**

Metode ini menjelaskan tentang proses pembuatan iklan dengan menggunakan Green Screen dan Live Shot dari proses pembuatan sampai menjadi iklan.

### **1.5.4 Metode Testing**

Metode menggunakan kuisioner dengan skala *Likert* dilakukan untuk mengukur pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah penilaian dengan memilih jawaban di antara pilihan yang sudah disediakan oleh peneliti.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka, definisi iklan, definisi multimedia, perangkat lunak yang digunakan, serta teknik yang digunakan.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjabarkan tentang analisis yang digunakan, ide cerita, naskah dan *storyboard* dari iklan Plafa Ice Buble Jogja serta implementasi teknik *green screen* yang digunakan.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil dari serangkaian tahap pembuatan iklan Plafa Ice Buble Jogja.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini membahas tentang kesimpulan serta saran untuk hasil akhir dari iklan Plafa Ice Buble Jogja.

## **DAFTAR PUSTAKA**

