

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun sudah semakin berkembang pada era yang modern ini, baik kecanggihan teknologi nya ataupun software yang digunakan dengan keunggulan yang sangat cepat, termasuk perkembangan video dalam memperkenalkan suatu badan usaha atau produk. Kebutuhan akan informasi yang berkualitas dan cepat sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang periklanan. Periklanan merupakan salah satu kegiatan promosi yang banyak dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dalam menampilkan produk dan usahanya kepada konsumen melalui suatu media. Komunikasi ini dilakukan agar konsumen menyadari, mengetahui dan tertarik akan keunikan maupun keunggulan Sebuah usaha dalam bidang jasa maupun produk sehingga menempati posisi yang berarti dan berbeda dibenak konsumen. Iklan dapat mengkomunikasikan usaha jasa melalui beberapa media, yaitu : majalah, tabloid, radio, surat kabar, spanduk, majalah, televisi dan sosial media.

Barber Room merupakan jasa pangkas rambut yang berada pada jalan Gurameh Raya No.5 DMLadangan, Mladangan, Minomartani, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Barber Room memang tergolong cukup baru, yang berdiri tahun 2023. Sebagai tempat yang menyediakan jasa pangkas rambut untuk pria, walaupun tempat dari Barber Room tergolong kecil, fasilitas yang disediakan cukup lengkap yang mampu membuat konsumen merasa nyaman ketika berada disana diantaranya ada sofa untuk tempat tunggu, satu kursi untuk melayani pelanggan, cermin full body, ac, alat-alat untuk memangkas rambut, shampo, hair treatment, hair vitamin, pomed dan lain sebagainya yang mendukung dalam memangkas rambut pelanggan.

Barber Room masih mengandalkan media promosi konvensional seperti spanduk, sementara akun Instagram yang dimiliki sejak Maret 2024 belum

dimanfaatkan secara optimal. Akun tersebut tidak memuat informasi dasar seperti bio atau deskripsi layanan, serta belum memiliki konten visual berupa foto atau video yang mampu merepresentasikan identitas dan aktivitas Barber Room secara menarik. Hal ini menyebabkan penyebaran informasi menjadi terbatas dan kurang menjangkau calon pelanggan, khususnya pengguna aktif media sosial. Selain itu, pihak Barber Room juga mengalami kesulitan dalam merancang konsep promosi yang sesuai, terutama dalam bentuk video iklan. Kondisi ini menunjukkan perlunya perancangan video iklan berbasis live shoot sebagai solusi untuk menyampaikan citra dan layanan Barber Room secara lebih efektif dan menarik melalui media sosial.

Dari permasalahan yang telah dipaparkan maka penulis mempunyai ide untuk menjadi Barber Room sebagai objek penelitian. Teknik Live Shot menjadi inti dari skripsi penulis, maka penulis mengangkat judul **“PEMBUATAN DAN PERANCANGAN VIDEO IKLAN BARBER ROOM MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dari itu penulis akan mencoba membuat rumusan masalah yaitu: *“Membuat dan Merancang Video Iklan Barber Room Menggunakan Teknik Live Shoot?”*

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan untuk penelitian seperti yang disebutkan dibawah ini:

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video adalah *Live Shoot*
2. Software yang akan digunakan untuk pembuatan iklan yaitu: *Adobe Premiere CC 2023*, dan *Adobe Audition 2020*.
3. Video iklan tersebut nantinya akan ditayangkan di Instagram yang kemudian di daftarkan ke Instagram Ads.
4. Iklan dalam bentuk video berdurasi 1 menit.
5. Ekstensi file video ini nantinya adalah .mp4.

6. Dimensi video berukuran 900:1600 atau *full* HD dan 50 fps (*frame per second*).

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan diadakan laporan ini agar permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan video iklan dapat terlaksana sehingga tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Membantu dalam mempromosi Barber Room pada calon konsumen dan masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini secara praktis bisa berguna untuk memecahkan masalah atau sebagai alternatif solusi suatu permasalahan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Bagi penulis, sebagai implementasi ilmu yang telah di dapatkan selama masa perkuliahan sehingga dapat di terapkan dalam kehidupan nyata.
2. Bagi pemilik Barber Room diharapkan mampu memberikan dampak banyaknya pengunjung yang datang.
3. Bagi pelanggan, diharapkan dapat menambah informasi serta tetap berkunjung ke Barber Room

1.6 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video iklan menggunakan teknik *Live Shoot*, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Barber Room, analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang tahapan proses produksi dan pasca produksi pembuatan video iklan Dapur Oma dengan teknik *liveshoot*.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. yang penulis rangkum selama proses penelitian.

