

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Teknologi juga memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Manusia juga telah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Pada era globalisasi saat ini, penguasaan teknologi menjadi unggul dan indikator kemajuan suatu negara. Negara dikatakan maju jika memiliki tingkat penguasaan teknologi tinggi (*high technology*), sedangkan negara-negara yang tidak dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi sering disebut sebagai negara gagal (*failed country*) yang berjaya ini menjadi adikuasa (*powerful*), kaya raya (*prosperous*), dan bergengsi (*prestigious*) karena bermodalkan teknologi. Oleh karena itu, memasuki Milenium III ini, tidak mengherankan berkembang keinginan untuk memanfaatkan, mengembangkan, dan menguasai teknologi. Terobosan teknologi di bidang *mikro-elektronika*, *bio teknologi*, *telekomunikasi*, *komputer*, *internet*, dan *robotik* telah mengubah secara mendasar cara-cara kita mengembangkan dan mentransformasikan teknologi ke dalam sektor produksi yang menghasilkan barang dan jasa dengan teknologi tinggi.[1]

Menurut Goenrock (2018) Cinematic adalah bagaimana kita berusaha mengolah kualitas visual yang terdiri dari *warna, kecerahan, kontras, ketajaman, motion blur, ruang tajam, efek optic, grain, vignette, tata pencahayaan, dan camera movement*. Hasil shoot yang kita lakukan dengan kamera digital apapun diolah demikian agar tampilannya mendekati kualitas gambar dari kamera dengan format film (yang tayang di cinema). Jadi, proses untuk mendapatkannya tidak hanya pada saat editing (*color grading*), tapi juga sudah dipersiapkan dari awal.

Distro Coppie Couple adalah perusahaan yang memproduksi produk mereka sendiri. Produk yang dibuat antara lain kaos, jaket dan kemeja dengan ciri khas desain yang dirancang oleh perusahaan ini sendiri. Perusahaan ini belum memiliki video promosi dan pemasaran yang belum sesuai target penjualan. Saat ini Coppie Couple masih mengandalkan relasi dari mulut ke mulut dan media social seperti facebook, instagram untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Dalam memperkenalkan produknya melalui facebook, dan instagram Distro Coppie Couple hanya menggunakan foto dan teks. Pada penelitian ini, saya sebagai peneliti mengusulkan untuk menggunakan video iklan yang mencakup 4 unsur multimedia antara lain audio, video, gambar dan teks untuk menyampaikan produk Coppie Couple supaya lebih mudah dimengerti oleh penonton. Dengan penyajian iklan dalam bentuk video camera cinematic yang memperlihatkan produk-produk dari Coppie Couple, kemudian didukung dengan menggunakan jenis-jenis *Angel Kamera Objektif, Angel Kamera Subjekif, Angel Kamera Point-of-view, High Angel, Low Angel, Extreme Close Up, Close Up, Long Shot, Two Shot dan Group Shot*, dan

Interior (INT) dan Exterior (EXT) untuk menonjolkan desain- desain dari produk dan backsound untuk memperjelas tujuan dan maksud iklan. Oleh sebab itu melalui video iklan ini akan lebih maksimal menyampaikan informasi produk-produk Coppie Couple sebagai promosi usaha yang dengan mudah untuk disebarluaskan secara online maupun offline. [2]



Gambar 1. Instagram Distro Coppie Couple

(Sumber : <https://www.instagram.com/coppie.yk/?hl=id>)



Gambar 1. 2Shoppie Distro Coppie Couple
(Sumber : https://shopee.co.id/coppie_couple)

Berdasarkan penjelasan diatas penelitian ini dilakukan dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan 30 Detik “Distro Coppie Couple” Dengan Teknik Camera *Cinematic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana membuat video iklan Distro Coppie Couple dengan teknik Camera *Cinematic*?”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal penulisan ini membatasi ruang lingkup pembatasan, sebagai berikut:

1. Durasi video iklan 30detik.
2. Video iklan ini merupakan video dengan teknik *camera cinematic* dan jenis-jenis *Angel Kamera Objektif, Angel Kamera Subjekif, Angel Kamera Point of-view, High Angel, Low Angel, Extreme Close Up, Close Up, Long Shot, Two Shot dan Group Shot, dan Interior (INT) dan Exterior(EXT)*
3. Konten yang ditonjolkan pada iklan ini adalah desainproduk.
4. Video iklan ini hanya sampai uji coba kepada pihak Distro Coppie Couple.
5. Tayang di Instagram danYoutube.
6. Screenshot tayangan di youtube daninstagram.

1.4 Maksud dan Tujuan Penellttian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Membuat video iklan Disto Coppie Couple sebagai media iklan produk.
2. Membantu Distro Coppie Couple menciptakan brand atau merek dengan kualitas produk yang baik dan mampu bersaing dengan produk distro yanglain.
3. Supaya Distro Coppie Couple semakin dikenal oleh seluruh masyarakat Yogyakarta dansekitarnya.
4. Sebagai syarat mendapatkan gelas sarjana computer UNIVERSITAS "AMIKOM"Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain :

1. Dengan adanya video iklan ini, diharapkan meningkatkan minat masyarakat khususnya daerah Yogyakarta untuk menggunakan produk Distro Coppie Couple ini.
2. Mempunyai satu media promosi yang dapat digunakan untuk meningkatkan produksi Distro Coppie Couple.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Tahap Pengumpulan Data

Agar memperoleh data yang relevan diperlukan metode-metode dalam hal mengumpulkan data. Beberapa metode yang digunakan yaitu: [4]

a. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standard lain untuk keperluan tersebut.

b. Metode Wawancara (interview)

Wawancara dilakukan kepada narasumber pemilik dan karyawan, untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

c. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenalkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan factor internal (dalam) dan factor eksternal (luar). [3]

1.6.3 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang nantinya dapat memperlancar proses pembuatan iklan.[4]

1.6.4 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan naskah, storyboard dan biaya produksi yaitu tahap pra produksi yang nantinya dapat memperlancar proses pembuatan iklan. [4]

1. PraProduksi

Pada tahap ini dilakukan sejumlah persiapan pembuatan film, diantaranya meliputi penulisan naskah/storyboard, menentukan jadwal pengambilan gambar, mencari lokasi, menyusun anggaran biaya, mencari/mengaudisi calon pemeran, dan atribut yang akan di gunakan.

2. Produksi

Merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi

kebutuhan.

3. Pasca-produksi

Merupakan salah satu tahap dari proses pembuatan film. Tahap ini dilakukan setelah tahap produksi film selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti pengeditan film, pemberian efek khusus, pengoreksian warna, pemberian suara dan music latar.

1.6.5 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar dan proses pengeditan gambar. Setelah itu proses pasca produksi adalah dimana video sudah jadi dan final. Maka video telah siap didistribusikan atau tayang. [4]

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, 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 pembuatan video iklan menggunakan teknik *camera cinematic*, serta software-software yang akan digunakan dalam pembuatan video iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan Distro Coppie Couple menggunakan teknik *camera cinematic*.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembuatan skripsi yang didalamnya terdapat kesimpulan, saran, daftar pustaka, dan screenshot tayang di youtube dan instagram

