

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini telah banyak memberikan manfaat dalam kemajuan di berbagai aspek kehidupan. Dalam bisnis perkembangan teknologi ini menjadi sangat penting untuk dimanfaatkan. Penggunaan teknologi dalam membantu pemasaran merupakan suatu keharusan dalam meningkatkan keuntungan. Pemanfaatan ini banyak dilakukan salah satunya dengan menjadikan media promosi iklan yang menarik sehingga pesan yang diinginkan dapat sampai ke khalayak umum.

Banyak dampak yang ditimbulkan oleh adanya perkembangan teknologi saat ini. Dunia periklanan juga terdampak oleh perkembangan teknologi yang kini semakin beragam. Tidak hanya media cetak sebagai media iklan. Saat ini media iklan menggunakan video juga telah banyak digunakan. Mulai dari televisi hingga media sosial banyak dijumpai iklan dengan model video. Berbagai teknik pengambilan gambar menjadi semakin kreatif dan dengan adanya penggabungan beberapa teknik akan menjadikan video iklan menarik dan mudah dimengerti.

House of Allerta merupakan sebuah *coffee shop* yang terletak di Kaliwanglu, Kalidadap, Harjobinangun, Pakem, Sleman, DI Yogyakarta. *Coffee shop* ini didirikan sejak tahun 2018 dengan nama Allerta Coffee oleh Fadhil Mohammad. Sejak 2018 sampai dengan akhir tahun 2021 *coffee shop* ini beroperasi hanya melalui Go-Food dan Grab Food saja dengan *take away* atau dibungkus karena belum memiliki fasilitas untuk pelanggan makan di tempat. Pada awal tahun

2022 tepatnya pada bulan februari *coffee shop* ini melakukan *rebranding* dengan nama House of Allerta bersamaan dengan pembukaan kedai barunya.

Dari peninjauan yang telah dilakukan pada objek ini, ditemukan bahwa saat ini House of Allerta melakukan promosi hanya melalui sosial media saja, kemudian kebutuhan konten yang berupa video sebagai media promosi yang menampilkan keseluruhan produk yang dijual dan suasana di tempat belum tersedia. Media promosi yang digunakan saat ini adalah Instagram dengan memposting produk yang mereka jual. Promosi melalui sosial media ini sangat menarik dan sudah cukup baik akan tetapi ada keunggulan pelayanan dari objek ini yang tidak dapat ditampilkan secara *audio visual* sehingga informasi yang sampai kepada pelanggan kurang.

Dengan demikian dilakukan sebuah penelitian dan pengembangan video promosi dengan “Analisis Teknik Live Shots Dan B-Roll Pada Pembuatan Video Iklan” terhadap House of Allerta. Dengan adanya penelitian dan pengembangan video promosi ini diharapkan mampu menyampaikan informasi tentang House of Allerta secara jelas dan memberikan informasi mengenai seberapa efektif pada penggunaan metode live shots dan b roll untuk memenuhi kebutuhan fungsional pembuatan video iklan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dirumuskan masalah sebagai berikut :
“Apakah teknik *live shots* dan *b roll* dapat memenuhi kebutuhan fungsional pada pembuatan video iklan?”

1.3 Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan pada penelitian ini untuk membatasi ruang lingkup penelitian yaitu sebagai berikut :

- a. Objek penelitian berupa House of Allerta.
- b. Materi video berisi tentang informasi yang mendukung promosi.
- c. Menggunakan teknik *live shots* dan *b-roll*.
- d. Video promosi akan di evaluasi menggunakan skala likert.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan video iklan House of Allerta dan hasil analisis teknik *live shots* dan *b roll* pada pembuatan video iklan House of Allerta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Akadmis

1. Manfaat bagi peneliti lain
Memberikan refrensi untuk peneliti lain ketika akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan teknik *live shots* dan *b roll*.
2. Manfaat bagi peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Universitas Amikom Yogyakarta dan Memantapkan ilmu bidang multimedia yang didapat selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Diharapkan dapat membantu peneliti lain yang akan mengangkat permasalahan yang sama.
2. Sebagai media evaluasi peneliti lain yang akan mengembangkan video dengan teknik *live shots* dan *b roll*.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mempermudah dalam proses penelitian maka dibagi menjadi beberapa bagian Metode Penelitian dalam pengalihan data dan kebutuhan informasi yang digunakan sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data menggunakan beberapa metode antara lain :

1. Metode Observasi

Metode observasi adalah cara pengumpulan data dengan cara meninjau langsung atau melakukan pengamatan terhadap objek penelitian dan melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap informasi yang didapatkan.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah metode yang dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pemilik House of Allerta sebagai objek penelitian.

3. Kuisioner

Membuat kuisioner untuk mengumpulkan data tanggapan responden untuk mengetahui penilaian responden terhadap video.

1.6.2 Metode Analisis

Melakukan pengolahan data yang sudah didapatkan menjadi sebuah informasi mengenai teknik *live shots* dan *b-roll* terhadap pemenuhan kebutuhan fungsional sebuah video iklan. Metode ini dilakukan dengan menggunakan analisa fungsional didukung dengan data hasil kuisioner.

1.6.3 Metode Pengembangan

Metode yang digunakan untuk perancangan dengan menerapkan system produksi multimedia, yaitu :

1. Pra Produksi (*Storyboard*)
2. Produksi (Pengambilan gambar, *Review* hasil sementara)
3. Pasca Produksi (*Editing* dan *rendering*)

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi dilakukan pengujian informasi. Apabila terdapat kesalahan maka media akan dibetulkan. Pada tahapan ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan informasi mengenai teknik yang digunakan sehingga *visualisasi* informasi dapat dipahami oleh *audience*.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua menguraikan tentang teori-teori yang digunakan untuk melakukan sebuah analisa dan digunakan sebagai rujukan dalam menulis naskah skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ketiga berisi tentang alur dari penelitian yang dipakai untuk melakukan proses pengumpulan data, analisis data, dan metode yang digunakan dalam melakukan sebuah penilitan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi tentang proses pembuata video iklan dan dijelaskan tahapan produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab kelima merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran yang diberikan untuk berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian.

