

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta adalah Program Studi unggulan, yang sudah berakreditasi A. Program Studi D3 Manajemen Informatika memiliki beberapa mata kuliah konsentrasi pilihan yaitu *Mobile programing*, *Web programing*, dan *Multimedia*. Dimana tidak semua masyarakat mengetahuinya. Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta, sejauh ini belum menggunakan pola promosi Video Iklan, khususnya *live shoot*. Untuk meningkatkan daya tarik para calon mahasiswa, dibutuhkan media promosi yang lebih interaktif, seperti halnya video dengan teknik *live shoot*.

Berdasarkan hal tersebut, dibuatlah media promosi berupa Video Iklan yang menggunakan teknik *live Shoot*, dalam penelitian yang berjudul "Pembuatan Video Iklan Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta". Yang dapat diakses melalui platform media sosial, sehingga membuat informasi yang disampaikan pada masyarakat menjadi optimal.

Dengan demikian pembuatan Video Iklan Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta, diharapkan bermanfaat sebagai media promosi bagi Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan penulisan pada latar belakang secara garis besar dapat disimpulkan suatu rumusan masalah yang dapat diselesaikan adalah “Bagaimana membuat video iklan live shoot sebagai media promosi pada Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta?”

1.3. Batasan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka batasan penelitian ini hanya dibatasi pada :

- a. Difokuskan dalam proses pembuatan video iklan Prodi Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta dan pengambilan gambar secara Live Shoot.
- b. Video iklan berdurasi (± 2 menit).
- c. Format video adalah mp4 dengan resolusi Full HD.
- d. Software yang digunakan adalah Adobe Premier pro cc 2017 dan After Effect cc 2017
- e. Video ini dibuat dengan teknik live shoot dengan mengambil footage di lingkungan dan infrastruktur kampus Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- f. Talent yang berperan adalah mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dilakukan,yaitu membuat video iklan live shoot untuk Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta

1.5. Manfaat Penelitian

Pembuatan video profile ini diharapkan memberi suatu manfaat yang berarti, adapun yang diharapkan adalah sebagai berikut :

- a. Mempromosikan Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta
- b. Menjadi inovasi masa kini dalam pengembangan promosi di media sosial.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang akan digunakan dalam penelitian.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung kebenaran dan keakuratan data yang akan disampaikan, maka dari peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, adapun beberapa diantaranya tahap dalam pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Metode Wawancara (interview)

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan Kepala Prodi dan mahasiswa Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta

- b. Pengamatan Langsung (observasi)

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu mulai dari metode pembelajaran, suasana ruang kelas, ruang praktikum, dll.

c. Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

1.6.2. Metode pembuatan

Metode ini merupakan tahap perancangan dimana gambaran dalam iklan yang dibentuk sesuai dengan rancangan video iklan yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.

a. Pra-produksi

Pra-produksi yaitu dilakukan dengan pengumpulan data dari beberapa sumber dari internet, buku, dan narasumber. Dalam proses pra-produksi juga dilakukan penyusunan konsep seperti apa yang akan dikerjakan.

b. Produksi

Proses produksi dilakukan dengan cara mengimplementasikan semua konsep yang sudah disusun dalam proses pra-produksi

c. pasca-produksi

pada tahap pasca-produksi hasil dari proses produksi sudah siap untuk dievaluasi, setelah dievaluasi dan direvisi produk sudah siap dipublikasikan.

1.7. Implementasi

Dalam implementasinya video iklan ini nantinya dapat di unggah melalui platform media sosial oleh pihak Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.8. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini akan disusun secara sistematis kedalam beberapa bab, masing masing bab akan dirincikan masalah-masalahnya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, implementasi dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas teori tentang multimedia dan teori-teori pendukung lainnya serta tahap-tahap dalam pembuatan media visualisasi.

BAB III PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang perancangan, proses editing, naskah cerita dan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses pembuatan dan hasil akhir video iklan Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta sebagai media promosi.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan berdasarkan hasil dari rumusan masalah dalam pembuatan Video Iklan Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta, sebagai media promosi.

