

BAB I
PENDAHULUAN
Latar Belakang

Pada perkembangan teknologi yang semakin canggih di zaman modern ini banyak cara dan strategi untuk membuat media promosi pada sebuah perusahaan sehingga mampu mencapai suatu target dalam meningkatkan daya tarik penjualan dan produk. Salah satunya adalah dengan media periklanan Videografi. Videografi pada saat ini mampu memberi solusi dalam dunia periklanan dan tak jarang media promosi menggunakan video ini lebih banyak menarik perhatian *viewer* atau calon konsumen.

Dalam proses perancangan dan pembuatan iklan Videografi ini, teknik gambar video yang di gunakan adalah *Live Shoot* yang akan di ambil gambarnya menggunakan camera dan terdapat gambar-gambar produk yang di promosikan oleh perusahaan tersebut. Roemah Gimbo adalah usaha yang bergerak di bidang jasa boga atau kuliner yang beralamat di jalan Jl Persatuan Condongcatut No. 84, Karangasem, Condongcatut, Depok, Sleman, Yogyakarta yang baru saja berdiri pada tahun 2016 tepatnya pada bulan Mei kemarin hingga sekarang. Ketika Roemah Gimbo melakukan promosi dengan brosur dan video pendek yang dibuat isi pesannya kurang menyentuh dan kurang tersampaikan oleh calon konsumen. Dari pengalaman tersebut, penulis berusaha memberi inovasi pada media promosi berbentuk video yang akan dibuat untuk meningkatkan mutu dan memberi pesan yang inovatif dan kreatif sehingga dapat membuat calon konsumen tertarik dengan produk yang di tawarkan oleh Roemah Gimbo itu sendiri.

Pada media promosi Roemah Gimbo ini akan menggunakan teknik *Live Shoot* dan akan di maksimalkan di bagian *Editing*-nya karena selain dari teknik *Live Shoot*, proses *Editing* dalam pembuatan dan perancangan media promosi ini juga sangat penting sehingga dapat memperkuat pesan dan informasi yang akan disampaikan. Maka, pembuatan dan perancangan dari media promosi ini gunanya mendorong penulis untuk dapat memaksimalkan pembuatan sebuah Video iklan yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan sehingga banyak calon konsumen yang mengunjungi Roemah Gimbo .

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan yaitu, bagaimana perancangan dan pembuatan iklan televise pada Roemah Gimbo dengan memaksimalkan *editing video*?

1.2 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah yang dilampirkan, yaitu :

1. Iklan di buat untuk Roemah Gimbo sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Peneliti menerapkan teknik *Live Shoot* pada pengambilan gambar.
3. Hasil pembuatan iklan ini akan berbentuk video iklan berdurasi 1 menit.
4. hasil video iklan dengan format H.264 format file (*.mp4), berukuran 1980x1080.

5. Informasi yang ditampilkan dalam iklan adalah menu utama dan beberapa menu pendukung dari Roemah Gimbo.
6. Alat yang digunakan Camera DSLR Cannon D700.
7. *Software* yang digunakan Adobe Premier Pro, Adobe After Effect.
8. Hasil video iklan akan ditayangkan pada Television.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat iklan video sebagai media promosi dengan menerapkan teknik *Live Shoot*.
2. Memperkenalkan menu andalan Roemah Gimbo kepada calon konsumen.
3. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari disusunnya skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis:
 1. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan pengetahuan menyangkut perancangan maupun pembuatan iklan.
 2. Memperoleh gambaran nyata tentang Roemah Gimbo .
 3. Dapat menyusun skripsi pada program S1 Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Bagi Roemah Gimbo

1. Memperkenalkan menu makanan dan minuman yang ada pada Roemah Gimbo.
2. Menambah media promosi berbentuk video pada Roemah Gimbo .
3. Membantu meningkatkan penjualan pada Roemah Gimbo dengan iklan video.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, perlu adanya metode penelitian yang tepat agar tujuan dalam penelitian dapat tercapai. Untuk itu penulis menerapkan berbagai metode penelitian, seperti:

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain:

a. Metode Observasi

Metode ini peneliti mengumpulkan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Roemah Gimbo untuk kebutuhan pengambilan gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan peneliti.

b. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada pemilik Roemah Gimbo untuk mencari semua data yang diperlukan tentang Roemah Gimbo sebagai bahan analisa dan penelitian.

c. Metode Studi Pustaka

Mengumpulkan data dengan membaca buku-buku dan sumber lain untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan.

2. Metode Analisis

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional. Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh iklan dari segi informasi. Kebutuhan non fungsional terdiri dari *software*, *hardware* dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

3. Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan tahapan pertama dalam pembuatan iklan yaitu tahap pra produksi sesuai rancangan yang telah dibuat.

4. Pembuatan

Melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar, dilanjutkan dengan pengeditan video yang menggabungkan dengan beberapa teknik. Kemudian dilanjutkan tahap terakhir pra produksi meliputi pembuatan narasi, backsound hingga tahap terakhir rendering.

5. Implementasi dan Evaluasi

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di Television. Peneliti juga melakukan kuisioner sebagai bukti apakah video ini tersampaikan maksudnya, kreatif dan inovatif atau tidak.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini memuat uraian secara garis besar isi dari skripsi yang terdiri dari 5 Bab atau sub pokok pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, definisi multimedia, definisi iklan, tahapan pembuatan iklan, pengertian teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, konsep, ide cerita pada iklan, naskah, *Storyboard* serta penerapan teknik *Live Shoot* pada iklan Roemah Gimbo karena teknik inilah yang dijadikan konsep dalam pembuatan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan dan perancangan iklan Roemah Gimbo pada saat pengambilan video, proses pemilihan video, proses editing dan proses penggabungan video dengan gambar.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang membangun dari penyusunan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku referensi-sumber yang menjadi acuan dalam proses penyusunan skripsi tersebut.