

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini teknologi informasi sudah semakin berkembang, kebutuhan akan informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang periklanan, khususnya media periklanan di media sosial. Dalam sebuah periklanan, tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menyampaikan informasi tentang nama usaha dan suatu produk baik jasa ataupun barang. Media periklanan melalui media sosial dapat mencakup lima unsur multimedia di dalamnya, yaitu: video, gambar, audio, text, dan animasi. Sehingga periklanan di media tersebut dapat disebut dengan media periklanan yang komunikatif dan menarik dibandingkan dengan media cetak.

Kumiktea adalah sebuah usaha yang menjual berbagai macam minuman seperti thaites, matcha, yogurt, cappuccino dan coklat, terdapat juga minuman dengan basic biscuit dan buah buahan. beralamat di Jl. sumarwi no 6, wonosari, kecamatan wonosari, kabupaten gunungkidul, daerah istimewa yogyakarta. Kumiktea mengandalkan Instagram untuk menjangkau konsumen dalam mempromosikan usahanya.

Upaya promosi guna mendapatkan konsumen bukanlah proses yang mudah. Melalui penelitian yang dilakukan di objek penelitian Kumiktea, penulis menemukan bahwa upaya promosi melalui iklan di media cetak maupun di media sosial dalam bentuk brosur belum memberikan peningkatan penjualan produk secara signifikan dalam masa promosi di bulan-bulan sebelumnya yang telah dilakukan oleh Kumiktea. Maka dari itu peneliti akan membantu Kumiktea dalam membuat video iklan promosi yang bisa disebar melalui media sosial ataupun platform lainnya. Diharapkan iklan video yang

dibuat mampu memperluas penyebaran informasi mengenai Kumiktea dan akan mendapatkan ketertarikan konsumen yang lebih luas dan penjualan akan meningkat. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas, maka penelitian dan penyusunan skripsi ini dibuat dengan judul "Pembuatan Video Iklan Minuman Kumiktea Sebagai Media Promosi Dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* Dan *B-roll*".[1]

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diambil rumusan masalahnya yaitu bagaimana merancang dan membuat video iklan untuk media promosi dengan teknik *Live Shoot* dan *B-Roll* pada Kumiktea.

1.3 Batasan Masalah

Berikut adalah beberapa batasan masalah yang ada di dalam penelitian ini.

1. Iklan dibuat untuk Kumiktea sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Video dibuat dengan kombinasi teknik pengambilan gambar/video yakni *live shoot* dan *B-Roll*.
3. Menggunakan *software editor* video yaitu Adobe Premiere Pro CC 2018 untuk *editing* dan *compositing*.
4. Format video menggunakan MP4 H.264.
5. Durasi video pendek kurang dari 45 detik.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk membantu Kumiktea membuat media promosi dalam bentuk video iklan yang dapat disebarakan melalui berbagai media, seperti media sosial dan platform video

lainnya yang akan memperkenalkan dan menarik minat beli terhadap produk-produk Kumiktea.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan membuat video iklan promosi berdurasi 45 detik pada Kumiktea sebagai media promosi usaha dan pengenalan produk.

1.5 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang maksimal maka penulis menggunakan beberapa metode penelitian yakni :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan beberapa kegiatan, di antaranya adalah sebagai berikut:

1.5.1.1 Metode Observasi

Penulis terjun langsung untuk mempelajari bisnis/usaha yang telah dijalankan saat ini, mengamati dan mengetahui secara detail proses bisnis pada Kumiktea. Adapun hasil yang didapat dari observasi selama 2 (dua) minggu adalah mengetahui sistem kerja yang berjalan, sehingga penulis dapat menyimpulkan permasalahan-permasalahan dan mencari solusi terkait dan dapat dituangkan dalam penulisan penelitian ini.

1.5.1.2 Metode Wawancara

Untuk mendapatkan data-data yang benar dan akurat, penulis meminta izin penelitian sekaligus ingin melakukan tanya jawab secara langsung kepada pemilik Kumiktea yaitu Agus Dwi P, yang berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan. Sehingga penulis mampu memetakan masalah-masalah yang ada di Kumiktea.

1.5.1.3 Metode Studi Pustaka

Untuk mendukung metode sebelumnya, penulis melakukan pengumpulan data dari membaca buku, artikel dan jurnal di internet.

Khususnya yang terkait dengan pembuatan video iklan, sehingga ini akan memperkaya dan memperkuat pondasi secara teoritis yang berguna untuk perancangan maupun penulisan penelitian yang dilakukan.

1.5.2 Metode Analisis SWOT

Pada tahapan metode ini penulis melakukan proses analisis masalah-masalah yang dihadapi pada saat Kumiktea masih menggunakan sistem lama atau sebelum video promosi ini dibuat. Hal ini pula sangat berpengaruh bagi Kumiktea dalam memasarkan produk-produk potensial ini kepada masyarakat luas. Analisis ini dikenal dengan *SWOT analysis* (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat*).

1.5.3 Metode Perancangan

Pada tahap perancangan ini akan melakukan persiapan kegiatan produksi (pra-produksi) yang di dalamnya terdapat beberapa persiapan yakni: perancangan konsep iklan, perancangan isi atau naskah iklan, perancangan *storyboard* dan produksi iklan itu sendiri.

1.5.4 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukannya review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap pasca produksi (editing).

1.5.5 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di social media Instagram dengan membuat sebuah kuesioner.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara singkat terhadap keseluruhan isi daripada penelitian yang dilakukan, maka penulis akan membuat intisari yang ada di setiap bab pada skripsi ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang kerangka penulisan dalam penelitian yang meliputi latar belakang masalah diambilnya judul skripsi Pembuatan Video Iklan Minuman Kumiktea Sebagai Media Promosi Dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *B-roll*, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang dasar-dasar teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi dan tinjauan pustaka yang berasal dari penelitian sebelumnya yang relevan, yang penulis jadikan sebagai bahan acuan dalam melakukan perancangan dan pembuatan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang hal yang memudahkan dalam proses produksi video, dalam tahap ini akan melakukan analisa *SWOT* sebagai cara untuk menemukan permasalahan yang terjadi dan mendapatkan solusi-solusi yang akan mematangkan konsep pembuatan video iklan. Lalu pada tahap perancangan penulis melakukan pembuatan naskah, *storyboard* dan menyiapkan peralatan-peralatan yang dibutuhkan dalam proses produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini akan memulai tahapan implementasi yang dimulai dengan langkah-langkah dalam Pembuatan Video Iklan Minuman Kumiktea Sebagai Media Promosi Dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *B-roll*.

BAB V PENUTUP

Pada bab yang terakhir ini berisi tentang kesimpulan daripada keseluruhan isi penelitian dan saran dari penulis mengenai perbaikan dan pengembangan untuk menambah kesempurnaan penelitian yang dilakukan.

