

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kini sudah berkembang sangat pesat terutama dibidang multimedia. Saking pesatnya teknologi informasi dan komunikasi tidak cukup hanya mempelajari secara teoritis saja jika ingin mengikuti perkembangan zaman. Seiringnya mengikuti perkembangan zaman kini banyak terobosan komputer baru dikeluarkan mengikuti kebutuhan masing – masing konsumen, dari kebutuhan sehari – hari sampai kebutuhan produksi seperti desain grafis, *broadcasting*, *audio* visual dan lain – lain.

Bvapor Jogja adalah salah satu toko yang menjual berbagai kebutuhan rokok elektrik (vape) yang ada di Yogyakarta. Bvapor Jogja menyediakan berbagai kebutuhan vape seperti atomizer, mod, baterai vape, liquid, kapas, kawat vape dan lain-lain. Selain menyediakan kebutuhan vape Bvapor Jogja menyediakan beberapa fasilitas untuk konsumen yang datang langsung ke toko seperti tester liquid agar konsumen yakin liquid mana yang akan dibeli nantinya. Jasa recoil vape dari vaporista yang profesional yang akan membuat rasa dari vape lebih keluar. Bvapor Jogja menyediakan program kartu member agar konsumen bisa mendapatkan harga promo yang menarik. Didirikan oleh Gilang Maulana Samendawa, S.H. sejak tahun 2016 kini toko pusat Bvapor Jogja berada di Jl. Pasopati No.69 A, Krobokan, Tamanan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Bvapor juga memiliki cabang di Jl. Raya Pasekan

No.14, Sembego, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimew  
Yogyakarta

Bvapor banyak menemui orang yang masih belum mengetahui bahwa vape lebih sehat dibandingkan rokok biasa. Masih banyak juga orang yang ragu akan beralih ke vape atau tidak, karena takut tidak bisa menggukannya dengan baik atau takut rasanya tidak seperti rokok biasa. Padahal kini banyak jenis vape yang sudah diproduksi dan banyak juga vape yang mudah untuk digunakan apalagi untuk pemula.

Demi mempermudah konsumen dalam menerima informasi tersebut dan memperluas jaringan konsumen Bvapor Jogja memerlukan sebuah video iklan menarik yang nantinya akan menampilkan berbagai informasi yang ingin diberikan kepada konsumen dan akan diposting di media sosial Bvapor Jogja guna memperluas jaringan konsumen.

Dalam video iklan Bvapor penulis menggunakan teknik *live shot*, *timelapse* dan *slow motion effect*. Teknik *live shot* adalah teknik yang melakukan pengambilan secara langsung kepada objek hidup, teknik ini dapat digunakan untuk memperlihatkan suasana yang ada di Bvapor Jogja. *Timelapse* adalah teknik fotografi yang biasanya digunakan untuk memperlihatkan perubahan suasana atau waktu, hasil dari gambar yang dihasilkan dari teknik ini adalah keindahan perubahan suasana yang diharapkan membuat penonton penasaran dengan video yang ditampilkan. *Slow motion effect* adalah efek gerak lambat yang dapat digunakan untuk memberikan detail pada suatu gerakan atau produk yang akan ditampilkan, efek ini juga dapat memberikan suasana yang dramatis.

Dengan uraian di atas maka judul dari penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah “Pembuatan Video Iklan pada Bvapor Jogja Menggunakan Teknik *Live shot*, *Timelapse* dan *Slow Motion Effect*”. Dengan dibuatnya video iklan Bvapor Jogja diharapkan dapat membantu konsumen dalam menerima informasi dan memperluas jaringan konsumen Bvapor Jogja.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat video iklan pada Bvapor Jogja menggunakan teknik *live shot*, *timelapse* dan *slow motion effect*?

## **1.3 Batasan Masalah**

Dari rumusan masalah penulis membatasi ruang lingkup masalah ke dalam lingkup yang lebih kecil agar pembahasan lebih terfokus dan tidak menyimpang, maka batasan masalahnya yaitu:

1. Iklan dibuat untuk Bvapor Jogja sebagai media promosi dan informasi.
2. Pembuatan iklan menggunakan teknik *live shot*, *timelapse* dan *slow motion effect*.
3. Iklan berdurasi maksimal 1 menit.
4. Hasil iklan akan ditayangkan pada instagram Bvapor Jogja.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk memberikan acuan serta panduan dalam pembuatan sebuah video iklan, berikut adalah tujuan dari penulisan ini yaitu:

1. Membuat video iklan sebagai media promosi dan informasi agar promosi lebih menarik dan Bvapor Jogja dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah pengumpulan informasi dan data-data yang diperlukan dalam penelitian dan penulisan.

1. Wawancara

Wawancara adalah metode yang digunakan penulis untuk mendapatkan informasi dari Bvapor Jogja dengan cara bertanya langsung kepada pihak Bvapor Jogja.

2. Observasi

Mengumpulkan data dan informasi dengan cara terjun langsung ke toko Bvapor Jogja untuk mengamati dan menentukan poin-poin penting yang akan menjadi bahan dalam pembuatan video iklan.

## 1.6 Metode Pembuatan

Metode Pembuatan Video Iklan pada Bvapor Jogja Menggunakan Teknik *Live shot*, *Timelapse* dan *Slow Motion Effect* memiliki beberapa tahapan pembuatan yaitu:

### 1. Pra Produksi

Praproduksi adalah tahap pencarian data diawal yang nantinya akan menjadi pedoman untuk ketahap berikutnya yaitu produksi. Dalam tahap praproduksi penulis akan menentukan ide cerita, pembuatan naskah, pembuatan shortlist, srottyboard dan lain-lain.

### 2. Produksi

Produksi adalah tahap pengambilan gambar dari alur yang sudah dibuat pada praproduksi. Diproduksi juga akan ada pengambilan narasi atau dubbing yang dibutuhkan untuk memaksimalkan informasi dalam sebuah video.

### 3. Pasca Produksi

Pasca Produksi adalah tahap yang dilakukan setelah tahap praproduksi dan produksi selesai. Ditahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti *editing*, *coloring* dan *rendering*.

## **1.7 Sistematika Penelitian**

Sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka dan masalah mengenai pengenalan video iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen.

### **BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini berisi profil singkat Bvapor Jogja, pembahasan mengenai ide cerita, alur cerita, storyboard dan analisis mengenai pra produksi.

### **BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas, yaitu tahap produksi dan pasca produksi.

### **BAB 5 PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang bersifat konstruktif yang dapat digunakan sebagai bahan peninjauan selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi sumber-sumber ataupun buku yang menjadi referensi atau acuan dalam pengusunan skripsi.

