

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu hasil kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap dunia bisnis adalah multimedia. Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi.

Sate 3 Dimensi adalah sebuah restoran yang menyediakan olahan daging ayam, kambing, dan sapi. Sebagai restoran yang berkembang, Sate 3 Dimensi ingin meningkatkan citra dari masakan dan tempat yang di sajikannya melalui media pemasaran yang menarik dan dinamis, hemat waktu dan biaya. Hal ini dikarenakan Sate 3 Dimensi hanya mengandalkan sosial media whatsapp dengan relasi untuk mempromosikan dan memasarkan produk kepada konsumen. Apabila ditinjau dari aspek tersebut kurang maksimal dalam menjangkau para konsumen di berbagai daerah, maka sangat diperlukan sarana pendukung agar kebutuhan dari kedua belah pihak dapat disampaikan dengan baik selama berlangsungnya proses manajemen.

Belum tersedianya media pendukung dalam memasarkan produknya seperti brosur ataupun banner produk. Pembuatan video iklan pada Sate 3 Dimensi akan mendukung kegiatan promosi produk dan penyebaran informasi yang lebih menarik, hemat waktu dan biaya, sehingga dapat memperluas pangsa pasar dengan mudah. Dimana video iklan tersebut dapat dimasukkan di media sosial seperti facebook, youtube, dan instagram.

Berdasarkan latar belakang yang lebih diuraikan di atas, Penulis memilih judul "Perancangan Dan Pembuatan Video Iklan Sate 3 Dimensi Yogyakarta Dengan Live". Melalui penelitian ini, diharapkan Sate 3 Dimensi dapat meningkatkan citra tempat dan masakannya dan dapat memperluas pangsa pasar.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara membuat video iklan menggunakan teknik live shoot sebagai media promosi Sate 3 Dimensi?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembatasan, sebagai berikut:

- a. Video dibuat penulis untuk mempromosikan Sate 3 Dimensi
- b. Hasil video tidak lebih dari 60 detik
- c. Teknik yang digunakan dalam pembentukan video ini adalah *live shoot dan motion graphic*.
- d. Video dirancang menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe after effects CC 2018, Adobe Audition CC 2018 dan Corel Draw Video iklan di iklankan pada instagram
- e. Tujuan daei penelitian ini adalah membuat dan merancang video iklan dengan teknik *live* sebagai media untuk mengenalkan Sate 3 Dimensi ke masyarakat luas melalui media sosial Instagram. Supaya membantu calon konsumen untuk mengetahui produk yang di berikan oleh Sate 3 Dimensi.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat dan merancang video iklan dengan teknik *live shoot* sebagai media untuk mengenalkan Sate 3 Dimensi ke masyarakat luas melalui media sosial Instagram. Supaya membantu calon konsumen untuk mengetahui produk yang di berikan oleh Sate 3 Dimensi.

1.5. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

- a. Membantu Sate 3 Dimensi untuk menampilkan informasi produk ke masyarakat.
- b. Membantu masyarakat untuk mengetahui produk yang ditawarkan Sate 3 Dimensi.

1.6. Metode Penelitian

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan iklan animasi diantaranya yaitu :

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Metode Observasi

Metode Observasi ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang dituju, yaitu Sate 3 Dimensi, agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

1.6.1.2. Metode Wawancara

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan owner Sate 3 Dimensi.

1.6.1.3. Metode Kepustakaan

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi teori dari buku, jurnal atau internet yang bersangkutan dengan penelitian ini.

1.6.2. Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancang pembuatan iklan.

1.6.3. Metode Perancangan

1.6.3.1. Merancang Konsep Video Iklan

Merancang konsep video iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi agar menghasilkan video iklan yang menarik.

1.6.3.2. Merancang Isi Video Iklan

Merancang isi video iklan merupakan penerapan atau implementasi dari perancangan konsep video iklan. Video iklan harus menarik dan memiliki informasi seputar hal yang di iklankan.

1.6.3.3. Merancang Naskah Video Iklan

Dalam merancang naskah video iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik

memperhatikan kata-kata yang disampaikan agar dapat membidik sasaran yang ditentukan.

1.6.3.4. Merancang Storyboard

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. Storyboard adalah serangkaian.

1.6.3.5. Memproduksi Iklan

Tahap ini adalah penerapan dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses penting yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahan yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, konsep dasar iklan, jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media promosi Sate 3 Dimensi.

BAB III : ANALISI DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan iklan video iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses dan perancangan video iklan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab Sebelumnya yang bersifat membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.

LAMPIRAN

