

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini berkembang pesat, dengan berbagai macam teknologi inilah sarana informasi semakin dimudahkan. Pemanfaatan media promosi pada video iklan terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada televisi dan iklan media sosial, agar informasi sampai ke konsumen dengan baik maka diperlukan media promosi yang tepat dan jelas. Semakin berkembangnya jaman semakin berkembangnya pula konsep dan ide dalam pembuatan media penyampain informasinya. Multimedia merupakan cara yang tepat dalam mempermudah menyampaikan informasi dalam bentuk audio atau pun video [1].

Dalam sebuah perusahaan bagian terpenting yang akan membangun citra perusahaan tersebut di mata relasi dan direksi perusahaan untuk memudahkan dalam mengelkan informasi perusahaan. Dalam hal ini dinilai sangat efektif disaat teknologi yang mekain maju sehingga dibutuhkan bentuk media komunikasi sebagai informasi dan promosi yang menarik dan interaktif yang ditujukan kepada semua orang.

Media Sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya yang bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial di dunia virtual. Pendapat lain mengatakan bahwa sosial media adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas kaplan dan Michael Haelein mendefinisikan media sosial sebagai “ sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang

membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content". Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan komunikasi di jejaring sosial terbesar antara lain facebook, Myspace, dan Twitter. [2]

Seruni Coffe & Guest House adalah salah satu perusahaan yang menawarkan jasa penginapan dan coffe shop di Provinsi Bengkulu yang berlokasi di Jalan Ciliwung Raya No.9 Padang Harapan, Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu. Untuk saat ini media promosi yang di gunakan perusahaan belum ada, dan ditakutkan akan kurang mampu bersaing dengan perusahaan lainnya yang mampu menawarkan produknya dengan menarik. Untuk itu perlu dilakukan perancangan video iklan pada seruni Coffee & Guest House untuk menambah daya tarik minat pelanggan. Maka penelitian ini penulis akan membuatkan suatu dokumentasi yang akan dikemas dalam sebuah video dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Penggunaan *motion graphic* bertujuan untuk menjelaskan sebuah informasi dari perusahaan Seruni Coffee & Guest House yang dinilai akan menarik dalam penyampaian informasi. Teknik ini disesuaikan dengan alur, tema dan isi cerita dan hal-hal lain yang dapat mempengaruhi video tersebut. *Live shoot* adalah serangkaian rekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang menciptakan suatu adegan yang dramatis, yang dipadu dengan kejadian dramatis lainnya dan disusun pada suatu proses editing dan *Motion Graphic* adalah media yang menggunakan rekaman video

dan/atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya digabungkan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia[3].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka saya selaku penulis perlu merumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan/diselesaikan pada penelitian/perancangan ini yaitu : "Bagaimana cara membuat Video Iklan pada Seruni Coffe & Guest House sebagai media iklan sosial media?".

1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup dalam perancangan video iklan ini sangat luas cakupannya maka dari itu penulis membatasi pada poin-poin berikut :

1. Lingkup penelitian dilaksanakan di Seruni Coffee & Guest House.
2. Video Iklan sosial media mencakup Teknik *live Shoot* dan *Motion Graphic*.
3. Aplikasi yang digunakan adalah Adobe After Effects, dan Adobe Premiere.
4. Proses pembuatan video iklan berisikan tentang lokasi, Ilustrasi Pemesanan, footage isi pembuatan kopi dan keadaan suasana sekitar coffe shop.
5. Video akan dipublikasikan ke sosial media yaitu Instagram dan Youtube
6. Kualitas video iklan yang akan dihasilkan adalah HD 720p, 1280 x 720 Video size dengan type data (mp4).
7. Video iklan ini akan berdurasi 2.25 menit
8. Penelitian ini akan dilakukan sampai video iklan diserahkan kepada pihak Seruni Coffee & Guest House.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan pada penelitian ini yang ingin dicapai oleh penulis yaitu sebagai berikut :

1. Membuat video iklan Seruni Coffee & Guest House sebagai media iklan media sosial.
2. Membantu Seruni Coffee & Guest House dalam mengiklankan perusahaan jasa kepada calon konsumen.
3. Menerapkan metode Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
4. Menerapkan ilmu yang telah di dapat dan di pelajari selama mengikuti pendidikan dengan harapan ilmu yang di pelajari dapat bermanfaat.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai sumber dan bahan masukan bagi penulis lain untuk menggali dan melakukan eksperimen baru tentang pembuatan media informasi dan promosi.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi penulis lain dalam membuat media informasi dan media iklan.
3. Sebagai referensi dalam penelitian seterusnya.

1.6 Metode Penelitian

Dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan kebutuhan dalam permasalahan yang dihadapi, maka diperlukan adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan penelitian. Karena itu penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam pengerjaan tugas akhir ini sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Adalah merupakan teknik pengumpulan data yang sangat lazim dilakukan dalam metode kuantitatif. Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap objek yang diteliti dengan melihat tempat dan lokasi yang dibutuhkan pada pengambilan gambar pada Seruni Coffee & Guest House.[4]

1.6.1.2 Metode Wawancara

Adalah metode pengumpulan data informasi dengan cara berkomunikasi tanya jawab antara peneliti dengan informan, baik secara langsung maupun menggunakan alat pendukung. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Metode wawancara ini dilakukan dengan mewawancarai konsumen atau pegawai dari Seruni Coffee & Guest House yang menjadi obyek penelitian untuk mendapatkan informasi.[4]

1.6.1.3 Metode Kuisisioner

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi angket seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya baik berbentuk angket yang diberikan kepada responden. Proses dilakukan dengan variabel-variabel yang akan di cari. Kuisisioner diberikan kepada responden untuk diisi sesuai keadaan yang sebenarnya tanpa arahan dari peneliti. [5]

1.6.1.4 Metode Analisis

Berdasarkan dari hasil penelitian pada obyek, dilakukan analisis masalah dengan mengidentifikasi masalah kemudian menawarkan solusi lalu obyek memilih penyelesaian masalah tersebut. Metode analisis yang akan digunakan adalah analisis SWOT yang terdiri dari Strength(S), Weakness(W), Opportunities(O), dan Threats(T). Karena metode diterapkan agar memperoleh media promosi yang lebih baik dan bermanfaat.

1.6.1.5 Metode Perancangan

Adalah suatu kegiatan atau cara tahapan dalam sebuah proses perancangan menciptakan kondisi baru atau solusi yang didasari atas evaluasi dari konsepsi serta bentuk permasalahan atau kasus yang ada. Metode ini dibutuhkan untuk memudahkan perancang dalam mengembangkan ide rancangan.[6]

1.6.1.6 Metode Kepustakaan

Adalah metode pengumpulan data dengan mengambil bahan-bahan dari sumber lain yang berhubungan dengan penelitian. Penulis menggunakan metode kepustakaan untuk mendapatkan teori-teori dan konsep yang teoritis dengan menggunakan buku, jurnal, artikel dan situs website sebagai referensi.

1.6.1.7 Metode Evaluasi

Adalah kegiatan untuk mengumpulkan informasi tentang berkerjanya sesuatu yang selanjutnya informasi tersebut digunakan untuk menentukan alternatif yang tepat dalam pengambilan keputusan. Metode ini dilakukan pengujian yang dapat diterapkan di Seruni Coffee & Guest House. Ketika Video iklan yang akan diupload akan di amati dan ditinjau

oleh pihak terkait dan jika masih ada kekurangan dari informasi yang ingin disampaikan maka video iklan akan diperbaiki.[7]

1.7 Sistematika Penelitian

Agar penyajian laporan penelitian ini dapat terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori dan tinjauan pustaka serta teori-teori yang mendasari pembahasan yang berhubungan dan mendukung dalam hal perancangan dan pembuatan laporan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini berisi tentang penguraian deskripsi pada Seruni Coffee & Guest House yang diperoleh dari pengumpulan data, analisis SWOT, analisis kebutuhan software, hardware dan analisis terhadap pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas secara lebih rinci dari produksi dan pasca produksi pada pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *Live shoot* dan *Motion Graphic*.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran sistem lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi sumber-sumber yang menjadi referensi dalam acuan penyusunan penelitian.

