

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi/iklan dan informasi semakin meningkat mengikuti perkembangan pesat teknologi. Periklanan berbasis visual merupakan salah satu jenis media promosi yang bisa digunakan untuk perusahaan, organisasi atau para pebisnis iklan sendiri memiliki beberapa tujuan khusus diantaranya untuk membentuk kesadaran akan suatu produk atau merek baru; menginformasikan fitur dan keunggulan produk atau merek pada konsumen; membentuk persepsi tertentu akan produk atau merek; membentuk selera akan produk atau merek ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk atau merek yang diiklankan [1].

Live shoot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang atau makhluk hidup lainnya paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatis lainnya dan disusun pada suatu proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut [2].

Konfigurasi editing melibatkan seperangkat alat yang terdiri dari dua VCR player, satu VCR recorder, lima TV monitor (setiap sumber gambar satu TV monitor), audio mixer dan editing controller. Dalam A/B roll editing ini semua jenis transisi dapat melakukan [3].

Dari latar belakang diatas, kendala yang dihadapi oleh Andrawina Coffee Yogyakarta yaitu minimnya pengetahuan dan sumber daya untuk melakukan pembuatan iklan berbasis video. Penulis mengusulkan membuat dan merancang sebuah video iklan yang dapat dijadikan sebagai penunjang promosi saat ini dengan melibatkan unsur multimedia yang lain yaitu audio visual. Unsur-unsur tersebut mampu mengvisualisasi dan mengilustrasikan keunggulan-keunggulan di Andrawina Coffee Yogyakarta. Dari uraian diatas, penulis mencoba merancang dan membuat video iklan menggunakan teknik live shoot B-roll untuk media promosi di Andrawina coffee. Perancangan ini diharapkan menjadi solusi untuk promosi dan informasi tentang pembuatan minuman khususnya kopi.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu "Perancangan dan Pembuatan Video Iklan pada "Andrawina Coffee" Yogyakarta dengan teknik Liveshoot B-Roll ?".

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Video iklan ini hanya menampilkan video yang berisikan produk coffee yang ada di Andrawina Coffee.
2. Media promosi Andrawina Coffee akan diterapkan pada media sosial seperti YouTube.

3. Software yang digunakan Adobe Premiere Pro CC 2020 untuk proses editing video.
4. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video yaitu live shoot B-roll.
5. Resolusi video untuk media promosi 1920 x 1080 mp4.
6. Durasi video iklan 60 detik.
7. Penelitian berakhir ketika video sudah melalui tahap penilaian dari penonton melalui Kuisisioner google form dan owner akan menerima hasil video iklan tersebut ketika mendapatkan respon yang baik dari penonton.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang telah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Pembuatan video iklan menggunakan teknik Live shoot B-roll sebagai media promosi di Andrawina Coffee.
2. Meningkatkan minat konsumen untuk datang dan membeli ke Andrawina Coffee.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari skripsi ini sebagai berikut :

1. Syarat mendapatkan gelar sarjana komputer di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu dan teori selama mengikuti Pendidikan ke dalam aplikasi nyata secara praktis guna membantu dan mendukung kemampuan beraktualisasi dalam penerapan ilmu di dunia nyata. Sebagai bahan referensi untuk mengemibangkan selanjutnya.
3. Untuk meningkatkan kreativitas menciptakan suatu karya dengan memanfaatkan teknologi komputer serta mengembangkan pola ilmuan dan membuka wawasan tentang ilmu pengetahuan baru yang sesuai dengan bidang teknologi informasi.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan penulis dalam penelitian sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi atau data yang relevan dan akurat sebagai sumber dalam menyusun laporan ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data, seperti:

1. Metode studi pustaka yaitu metode mencari data referensi yang sesuai dengan kebutuhan skripsi dari internet, buku-buku serta membaca skripsi.
2. Metode mengamatan (Observation) yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek, agar memperoleh data yang akurat dan terbukti kebenarannya.
3. Metode wawancara yaitu digunakan untuk memperoleh data yang akurat dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian dengan mengadakan Tanya jawab secara langsung yang berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti.

1.6.2 Metode Analisis

Yaitu menguraikan video Iklan untuk mengidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya dengan menggunakan metode kebutuhan system dan analisi kelayakan yaitu menggunakan analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Dalam tahap ini penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahap awal dalam pembuatan video iklan yaitu tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan persiapan-persiapan yang dibutuhkan dalam pembuatan video iklan meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data, pembuatan storyboard dan pembuatan naskah.

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukan ulasan sementara produksi dan pasca produksi untuk menyesuaikan dengan konsep kebutuhan video dan menentukan hasil untuk masuk ke tahap selanjutnya yaitu pasca produksi [4].

1. Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini syuting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur, dan kamera dipilih.
2. Tahap pasca produksi adalah produksi semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek special, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, dan penyerahan atau penayangan.

1.6.5 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video untuk menentukan kelayakan penayangan sebagai media promosi.

1.7 Sistematika Penulis

Sistematika penulis ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman bagi pembaca dan penulisan dalam skripsi ini dibagi menjadi 5 bagian yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulis.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas berupa definisi-definisi berkaitan dengan ilmu atau masalah yang diteliti. Menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video iklan ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi deskripsi singkat objek penelitian, menguraikan tentang pembuatan iklan menggunakan teknik Live Shoot B-roll.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil pengujian pembuatan iklan

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan, saran dan daftar pustaka.