

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan multimedia pada masa sekarang ini memiliki peran yang sangat besar dalam bidang komunikasi, bisnis, pendidikan dan Perindustrian. Penyampaian informasi lebih dinamis dan efektif. Kelebihan dari multimedia yaitu mampu menarik indera dan minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan yang memberikan kejelasan informasi yang disampaikan kepada masyarakat[1]

Penerapan multimedia dalam dunia pendidikan salah satunya dengan cara membuat iklan atau promosi berupa video. Video iklan terdiri dalam bentuk text, gambar, suara, dan video. Video iklan dibuat dengan tujuan menyampaikan informasi kepada masyarakat.[2]

Live Shoot dapat diartikan yaitu pengambilan gambar bergerak secara langsung. Live Shoot juga dapat dikatakan sebagai video shooting di mana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting. Pengertian *live shoot* itu sendiri adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada saat proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanuyut (Prakoso, 2010). [3]

Hampir semua video dengan hasil yang bagus tentu tidak terlepas dari teknik kamera yang digunakan. Terkait dengan hal ini banyak faktor yang dipertimbangkan. Pengaturan cahaya masih menjadi faktor utama. Akan tetapi, selain pengaturan cahaya, terdapat juga faktor lain yang tak kalah penting untuk dipertimbangkan seperti angle dan special effect Semua memegang peranan penting dalam menghasilkan video yang bagus. [4]

Dari latar belakang diatas, penulis mengusulkan untuk membuat dan merancang sebuah video iklan salah satu menu produk "Bongobong" yang kurang

dikenal oleh masyarakat, yang dapat dijadikan sebagai penunjang media konten saat ini dengan memberikan informasi yang jelas dan melibatkan unsur multimedia yang lain yaitu suara dan video. Unsur-unsur tersebut mampu memvisualisasi dan mengilustrasikan keunggulan menu reguler di Bongobong Yogyakarta. Dari uraian diatas, penulis mencoba merancang dan membuat video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *special effect* sebagai media konten di Bongobong Yogyakarta. Perancangan ini diharapkan menjadi solusi untuk mengangkat informasi dan penunjang media konten tentang menu Bongobong yaitu "ricebong".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan yaitu, bagaimana perancangan dan pembuatan video iklan pada Bongobong yogyakarta menggunakan metode *liveshoot* dan *special effect* untuk media promosi di bongobong?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini membatasi permasalahan sebagai berikut:

- 1 Video iklan ini hanya menampilkan video yang berisikan iklan produk ricebong yang ada di Bongobong Yogyakarta.
- 2 Penelitian dilakukan hanya pada Bongobong Yogyakarta.
- 3 Media konten Bongobong Yogyakarta akan diterapkan pada media online terutama Instagram
- 4 Teknik yang digunakan dalam pembuatan video hanya live shoot dan special effect.
- 5 Resolusi video untuk Instagram 1920x1080px
- 6 Durasi untuk Instagram 40 detik
- 7 Tahap penelitian berakhir ketika video diserahkan ke Bongobong Yogyakarta

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini adalah

1. Membuat video iklan menggunakan teknik live shoot dan special effect untuk media konten di Bongobong Yogyakarta.
2. Penelitian ini bertujuan Ingin menaikkan *insight* Instagram Bongobong
3. Penelitian ini bertujuan untuk menaikkan menu Ricebong pada Bongobong Yogyakarta

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 pengembangan selanjutnya
3. Untuk meningkatkan kreatifitas menciptakan suatu karya dengan memanfaatkan teknologi komputer serta mengembangkan pola keilmuan dan membuka wawasan tentang ilmu pengetahuan baru yang sesuai dengan bidang teknologi informasi.
4. Membantu Bongobong Yogyakarta untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang Ricebong.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis memilih objek Bongobong Yogyakarta. Penulis menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data yang berguna untuk pembuatan video iklan Bongobong Yogyakarta sebagai cara mengangkat dan meningkatkan informasi menu Bongobong.

1.6.2 Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu kegiatan ilmiah empiris yang didasarkan fakta-fakta lapangan maupun teks, melalui pengalaman panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun.[5] Cara kerja Metode observasi pengumpulan data yang memiliki karakter kuat secara metodologis. Metode observasi bukan hanya sebagai proses kegiatan pengamatan dan pencatatan, namun lebih dari itu observasi memudahkan kita mendapatkan informasi tentang dunia sekitar. [5] Pada penelitian ini penulis melakukan observasi di Bongobong Yogyakarta, penulis akan mengamati secara langsung bagaimana cara Bongobong mempromosikan menunya agar mempermudah penulis untuk menyesuaikan kebutuhan.

1.6.3 Metode Wawancara

Dalam wawancara selalu ada dua pihak yang masing-masing mempunyai kedudukan yang berlainan. Pihak yang satu dalam kedudukan sebagai pencari informasi dan yang lain sebagai pemberi informasi.[6] Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pemilik perusahaan, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.6.4 Metode Analisis

Perancangan video iklan bongobong menggunakan metode analisis SWOT. Metode ini digunakan untuk menganalisa video iklan sebelumnya yang memiliki kekurangan, kemudian hasil analisa tersebut akan digunakan pada perancangan video iklan yang baru, dengan memanfaatkan kelemahan pada video sebelumnya menjadi kekuatan dalam perancangan video iklan sekarang ini.[7]

1.6.5 Metode Perancangan

Dalam tahap ini penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan 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.

1.6.6 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. [8] Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini syuting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur, dan kamera dipilih. Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek spesial, perekaman efek suara, percampuran audio dan video. Proses ini menggunakan berbagai macam software Adobe premiere cc, Adobe After Effect cc dan penyerahan video perangkat lunak, diantaranya adalah penyerahan atau penayangan.

1.7 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video untuk menentukan kelayakan penayangan di Instagram. Penulis menggunakan skala likert. Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei [9]

Tabel 1 Contoh penggunaan skala likert

1	Sangat baik	Skor 5
2	Baik	Skor 4
3	Cukup	Skor 3

4	Kurang	Skor 2
5	Sangat Kurang	Skor 1

1.8 Sistematika Penulisan

Laporan Skripsi ini terdiri dari lima bab, masing-masing bab memiliki poin-poin tersendiri. Lima bab tersebut antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

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 analisis dan perancangan video company profile secara umum.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas paparan hasil-hasil yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitian, serta menyajikan data dari hasil ujicoba produk hasil penelitian beserta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian berdasarkan teori dan teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

LAMPIRAN